

Lp.	Kod przedmiotu	Przedmiot	Blok obieralny	SN	SN-PR	GR	Stat. przedm.	Godziny zaj , w tym:																	Liczba godzin																	
								Godziny zaj , w tym:																	I rok						II rok						III rok					
								Razem	w	Inne formy zaj (i)														PK	I sem.			II sem.			III sem.			IV sem.			V sem.			VI sem.		
										lk	k	lb	p	s	s	zt	o	inne	PK	w	i	PK	w		i	PK	w	i	PK	w	i	PK	w	i	PK	w	i	PK				
Ł cznie (I+II+III+V)				0			1530	570	120	510	60	165	30	45	0	30	0	0	150	165	180	32	135	195	28	90	150	20	60	150	22	105	165	24	15	120	24					

VI SPECJALNO CI / SPECJALIZACJE / MODUŁY SPECJALNO CIOWE

VI1 kreowanie marek lokalnych

1	EFZ205AIJ 3434_52S	kreowanie efektu pochodzenia				A	O	30	15	15								3								15	15	3									
2	EFZ205AIJ 3434_53S	projektowanie marki lokalnej				A	O	30					30					3									30	3									
3	EFZ205AIJ 3434_51S	to samo terytorialna				A	O	30	15	15								3								15	15	3									
4	EFZ205AIJ 3434_54S	strategia komunikacji marki lokalnej				A	O	30	15	15								4											15	15	4						
5	EFZ205AIJ 3433_55S	systemy identyfikacji wizualnej marek lokalnych				A	O	30	15				15					3											15	15	3						
6	EFZ205AIJ 3362_57S	narz dzia informatyczne w branding u terytorialnym				A	O	30	15				15					3														15	15	3			
7	EFZ205AIJ 3433_56S	zarz dzanie mark lokaln				A	O	30	15	15								3													15	15	3				
8	EFZ205AIJ 3434_59S	media społeczno ciowe w kreowaniu marek lokalnych				A	O	30					30					3																	30	3	
9	EFZ205AIJ 3434_58S	rewitalizacja miejsc				A	O	30	15	15								3																15	15	3	
Razem kreowanie marek lokalnych				0			270	105	0	75	0	90	0	0	0	0	0	28	0	0	0	0	0	0	0	30	60	9	30	30	7	30	30	6	15	45	6
Ł cznie na specjalno VI1 (I+II+III+V+VI1)				0			1800	675	120	585	60	255	30	45	0	30	0	0	178	165	180	32	135	195	28	120	210	29	90	180	29	135	195	30	30	165	30

VI2 promocja miast i regionów

1	EFZ205AIJ 3362_68S	etyczne aspekty promocji miast i regionów				A	O	30	15			15						3								15	15	3									
2	EFZ205AIJ 3362_60S	finansowanie promocji jednostek samorz du terytorialnego				A	O	30	15	15								3								15	15	3									
3	EFZ205AIJ 3362_61S	kreowanie produktów miejskich i regionalnych				A	O	30				30						3									30	3									
4	EFZ205AIJ 3433_62S	instrumenty promocji miast i regionów				A	O	30	15	15								4											15	15	4						
5	EFZ205AIJ 3434_63S	promocja w gospodarowaniu nieruchomo ciami gminy				A	O	30	15			15						3											15	15	3						
6	EFZ205AIJ 3362_65S	narz dzia informatyczne w promocji miast i regionów				A	O	30	15			15						3													15	15	3				
7	EFZ205AIJ 3434_64S	partnerstwo terytorialne				A	O	30	15	15								3													15	15	3				
8	EFZ205AIJ 3362_67S	metody jako ciowe w badaniu miast i regionów				A	O	30	15	15								3																15	15	3	
9	EFZ205AIJ 3362_66S	promocja eventów miejskich i regionalnych				A	O	30	15	15								3															15	15	3		
Razem promocja miast i regionów				0			270	120	0	75	15	60	0	0	0	0	0	28	0	0	0	0	0	0	0	30	60	9	30	30	7	30	30	6	30	30	6
Ł cznie na specjalno VI2 (I+II+III+V+VI2)				0			1800	690	120	585	75	225	30	45	0	30	0	0	178	165	180	32	135	195	28	120	210	29	90	180	29	135	195	30	45	150	30

Lp.	Kod przedmiotu	Przedmiot	Blok obieralny	SN	SN-PR	GR	Stat. przedm.	Godziny zaj , w tym:																Liczba godzin																	
								Godziny zaj , w tym:																I rok				II rok				III rok									
								Inne formy zaj (i)																I sem.			II sem.			III sem.			IV sem.			V sem.			VI sem.		
								Razem	w	lk	k	lb	p	s	s	zt	o	inne	PK	w	i	PK	w	i	PK	w	i	PK	w	i	PK	w	i	PK	w	i	PK				

Wykaz innych przedmiotów do wyboru

I OGÓLNOUCZELNIANE																																					
Blok [15/1/1 ECTS]																																					
Wykład ogólnouczelniany [moduł]																																					
1	EFZZ05AJJ 3362_8S	przedmiot do wyboru	Blok [15/1/1 ECTS]			M	F	15	15																												
Razem Blok [15/1/1 ECTS]				0				15	15	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Blok [15/1/1 ECTS]																																					
Wykład ogólnouczelniany [moduł]																																					
2	EFZZ05AJJ 3362_11S	przedmiot do wyboru	Blok [15/1/1 ECTS]			M	F	15	15																												
Razem Blok [15/1/1 ECTS]				0				15	15	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Razem OGÓLNOUCZELNIANE				0				30	30	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ł cznie (I)				0				30	30	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	

1. Informacje dotyczące wyboru przez studenta przedmiotów / modułów, specjalności / specjalizacji

- Kształcenie w zakresie wybranej specjalności jest realizowane od drugiego roku studiów. Wybór specjalności następuje przed zakończeniem zajęć w semestrze drugim, po ewentualnych konsultacjach merytorycznych udzielanych przez koordynatora kierunku, na podstawie indywidualnych deklaracji studentów. Uruchowienie danej specjalności jest warunkowane jest liczbą zadeklarowanych na tę specjalność studentów zgodnie z przepisami obowiązującymi na Uczelni.
- Wybór lektoratu języka obcego odbywa się przed zakończeniem zajęć w semestrze drugim, na podstawie indywidualnych deklaracji studentów. Informacje o liczbie studentów deklarujących wybór konkretnego lektoratu są następnie przekazywane do Akademickiego Centrum Kształcenia Językowego odpowiedzialnego za realizację zajęć językowych.
- Wybór seminarium dyplomowego i związanej z nim pracowni dyplomowej następuje najpóźniej przed zakończeniem zajęć w semestrze trzecim, na podstawie przedłożonej listy dostępnych seminariów, po ewentualnych konsultacjach indywidualnych z poszczególnymi prowadzącymi lub po spotkaniu o charakterze proseminaryjnym organizowanym na życzenie studentów. Przy wyborze seminarium obowiązują limity miejsc przypadających na jedną grupę seminaryjną wynikające z zapisów uczelnianych.

2. PRAKTYKI (podać rodzaj i miejsce praktyki, określić: semestr, liczbę godzin, punkty ECTS)

Studenci kierunku branding miast i regionów mają obowiązek odbyć praktyki zawodowe w wymiarze 6 tygodni, których zasadniczym celem jest wzmocnienie efektów uczenia się poprzez praktyczne zastosowanie i weryfikację wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych zdobytych w trakcie studiów. Szczegółowy zakres zadań do realizacji w ramach praktyk zawodowych precyzuje sylabus przedmiotu. Zrealizowanie praktyk zawodowych w pełnym wymiarze jest premiowane 6 pkt. ECTS.

Praktyki mogą być realizowane w dowolnych instytucjach (przedsiębiorstwach), których profil działalności jest zbliżony do treści realizowanych na kierunku branding i marketing terytorialny, w szczególności:

- urzędach wojewódzkich i marszałkowskich, starostwach powiatowych, urzędach miast i gmin;
 - samorządowych instytucjach kultury i sportu; np. muzeach, bibliotekach, domach kultury, ośrodkach sportu i rekreacji;
 - lokalnych i regionalnych agencjach rozwoju, izbach gospodarczych, biurach informacji turystycznej, punktach informacyjnych;
 - regionalnych i lokalnych organizacjach pozarządowych (stowarzyszeniach, fundacjach, klubach, towarzystwach, kołach) realizujących zadania związane z brandingiem i marketingiem terytorialnym;
 - przedsiębiorstwach komercyjnych działających w zakresie brandingu i marketingu terytorialnego. np. agencjach marketingowych i brandingowych, pracowniach reklamy, agencjach badawczych.
- Praktyki mogą być realizowane w jednej lub kilku instytucjach (przedsiębiorstwach), sumując poszczególne godziny pracy. Szczegółowy program praktyk uzależniony jest od specyfiki instytucji (przedsiębiorstwa), w której będą one realizowane. Praktyki mogą rozpocząć się po zaliczeniu pierwszego roku studiów oraz należy je ukończyć wraz z zakończeniem semestru, w którym zgodnie z planem studiów przewidziane jest zaliczenie, tj. do końca szóstego semestru. Warunkiem zaliczenia praktyk jest ich odbycie w pełnym wymiarze oraz dostarczenie opiekunowi praktyk pełnej dokumentacji potwierdzającej realizację celów i zadań określonych w programie praktyk (dziennik praktyk zawodowych oraz dokumentacja spostrzeżeń) wraz z opinią wystawioną przez osobę odpowiedzialną za przebieg praktyk z ramienia instytucji (przedsiębiorstwa) przyjmującej.

3. WARUNKI UKO CZENIA STUDIÓW

Warunkiem ukończenia studiów jest osiągnięcie przez studenta wszystkich zakładanych efektów uczenia się (zdobycie 180 punktów ECTS), w tym przygotowanie pracy dyplomowej oraz pomyślne złożenie egzaminu dyplomowego

4. WYKAZ EGZAMINÓW I ZALICZE

Rok	Sem	Przedmiot	Specjalność, specjalizacja	E	ZO	Z
1	1	geografia społeczno-ekonomiczna [wykład]		1	0	0
		geografia społeczno-ekonomiczna [wiczenia]		0	1	0
		glokalizacja w rozwoju terytorialnym [konwersatorium]		0	1	0
		glokalizacja w rozwoju terytorialnym [wykład]		0	1	0
		gospodarowanie zasobami w sektorze publicznym [wykład]		0	1	0
		gospodarowanie zasobami w sektorze publicznym [wiczenia]		0	1	0
		ochrona własności intelektualnej [wykład]		0	1	0
		podstawy ekonomii [wykład]		1	0	0
		podstawy ekonomii [wiczenia]		0	1	0
		podstawy marketingu [wykład]		1	0	0
		podstawy marketingu [wiczenia]		0	1	0
		podstawy zarządzania [wykład]		1	0	0
		podstawy zarządzania [wiczenia]		0	1	0
		polityka społeczno-gospodarcza [wykład]		0	1	0
		polityka społeczno-gospodarcza [wiczenia]		0	1	0
		systemy i techniki informatyczne w gospodarce miejskiej [laboratorium]		0	1	0
		szkolenie BHP [wykład]		0	0	1
		szkolenie biblioteczne [wykład]		0	0	1
		wprowadzenie do socjologii [konwersatorium]		0	1	0
		wprowadzenie do socjologii [wykład]		0	1	0
Razem semestr 1				4	14	2
1	2	analizy ilościowe w gospodarce przestrzennej [laboratorium]		0	1	0
		analizy ilościowe w gospodarce przestrzennej [wykład]		0	1	0
		audyt zasobów terytorialnych [wykład]		0	1	0
		audyt zasobów terytorialnych [zajęcia terenowe]		0	1	0
		audyt zasobów terytorialnych [wiczenia]		0	1	0
		ekonomika miast i regionów [wykład]		1	0	0
		ekonomika miast i regionów [wiczenia]		0	1	0
		marka terytorialna [wykład]		1	0	0

Rok	Sem	Przedmiot	Specjalno , specjalizacja	E	ZO	Z
1	2	marka terytorialna [wiczenia]		0	1	0
		marketing terytorialny [wykład]		1	0	0
		marketing terytorialny [wiczenia]		0	1	0
		samorz d terytorialny [wykład]		1	0	0
		samorz d terytorialny [wiczenia]		0	1	0
		systemy i techniki informatyczne w gospodarce miejskiej [laboratorium]		0	1	0
		Razem semestr 2		4	10	0
Razem rok 1				8	24	2
2	3	badania marketingowe w uj ciu miejskim i regionalnym [wykład]		0	1	0
		badania marketingowe w uj ciu miejskim i regionalnym [wiczenia]		0	1	0
		etyczne aspekty promocji miast i regionów [konwersatorium]	promocja miast i regionów	0	1	0
		etyczne aspekty promocji miast i regionów [wykład]	promocja miast i regionów	0	1	0
		finansowanie promocji jednostek samorz du terytorialnego [wykład]	promocja miast i regionów	1	0	0
		finansowanie promocji jednostek samorz du terytorialnego [wiczenia]	promocja miast i regionów	0	1	0
		infrastruktura komunalna [wykład]		0	1	0
		infrastruktura komunalna [wiczenia]		0	1	0
		j zyk angielski [lektorat]		0	1	0
		j zyk francuski [lektorat]		0	1	0
		j zyk hiszpa ski [lektorat]		0	1	0
		j zyk niemiecki [lektorat]		0	1	0
		j zyk rosyjski [lektorat]		0	1	0
		kreowanie efektu pochodzenia [wykład]	kreowanie marek lokalnych	0	1	0
		kreowanie efektu pochodzenia [wiczenia]	kreowanie marek lokalnych	0	1	0
		kreowanie produktów miejskich i regionalnych [laboratorium]	promocja miast i regionów	0	1	0
		metody analizy regionalnej [laboratorium]		0	1	0
		metody analizy regionalnej [wykład]		0	1	0
		podstawy gospodarki przestrzennej [wykład]		0	1	0
		podstawy gospodarki przestrzennej [wiczenia]		0	1	0
		projektowanie marki lokalnej [laboratorium]	kreowanie marek lokalnych	0	1	0
		przedsi biorczo terytorialna [wykład]		1	0	0
przedsi biorczo terytorialna [wiczenia]		0	1	0		
to samo terytorialna [wykład]	kreowanie marek lokalnych	1	0	0		

Rok	Sem	Przedmiot	Specjalno , specjalizacja	E	ZO	Z
2	3	to samo terytorialna [wiczenia]	kreowanie marek lokalnych	0	1	0
		wychowanie fizyczne [zaj cia z wychowania fizycznego]		0	0	1
		zbiorowo ci terytorialne [wykład]		0	1	0
		zbiorowo ci terytorialne [wiczenia]		0	1	0
		Razem semestr 3		3	24	1
	4	analiza wizerunku miast i regionów [wykład]		1	0	0
		analiza wizerunku miast i regionów [wiczenia]		0	1	0
		instrumenty promocji miast i regionów [wykład]	promocja miast i regionów	1	0	0
		instrumenty promocji miast i regionów [wiczenia]	promocja miast i regionów	0	1	0
		j zyk angielski [lektorat]		0	1	0
		j zyk francuski [lektorat]		0	1	0
		j zyk hiszpa ski [lektorat]		0	1	0
		j zyk niemiecki [lektorat]		0	1	0
		j zyk rosyjski [lektorat]		0	1	0
		komunikacja marketingowa miast i regionów [wykład]		1	0	0
		komunikacja marketingowa miast i regionów [wiczenia]		0	1	0
		metody analizy regionalnej [laboratorium]		0	1	0
		metody analizy regionalnej [wykład]		1	0	0
		promocja w gospodarowaniu nieruchomo ciami gminy [laboratorium]	promocja miast i regionów	0	1	0
		promocja w gospodarowaniu nieruchomo ciami gminy [wykład]	promocja miast i regionów	0	1	0
		regionalna polityka innowacyjna [konwersatorium]		0	1	0
		rozwój lokalny i regionalny [wykład]		1	0	0
		rozwój lokalny i regionalny [wiczenia]		0	1	0
		seminarium dyplomowe [seminarium]		0	1	0
		strategia komunikacji marki lokalnej [wykład]	kreowanie marek lokalnych	1	0	0
		strategia komunikacji marki lokalnej [wiczenia]	kreowanie marek lokalnych	0	1	0
		systemy identyfikacji wizualnej marek lokalnych [laboratorium]	kreowanie marek lokalnych	0	1	0
		systemy identyfikacji wizualnej marek lokalnych [wykład]	kreowanie marek lokalnych	0	1	0
		wychowanie fizyczne [zaj cia z wychowania fizycznego]		0	0	1
Razem semestr 4		6	17	1		
Razem rok 2				9	41	2

Rok	Sem	Przedmiot	Specjalno , specjalizacja	E	ZO	Z	
3	5	GIS (Geographic Information System) w marketingu terytorialnym [laboratorium]		0	1	0	
		GIS (Geographic Information System) w marketingu terytorialnym [wykład]		0	1	0	
		atrakcyjno inwestycyjna regionów [wykład]		0	1	0	
		atrakcyjno inwestycyjna regionów [wiczenia]		0	1	0	
		atrakcyjno osiedle cza regionów [wykład]		0	1	0	
		atrakcyjno osiedle cza regionów [wiczenia]		0	1	0	
		atrakcyjno turystyczna regionów [wykład]		0	1	0	
		atrakcyjno turystyczna regionów [wiczenia]		0	1	0	
		j zyk angielski [lektorat]		0	1	0	
		j zyk francuski [lektorat]		0	1	0	
		j zyk hiszpa ski [lektorat]		0	1	0	
		j zyk niemiecki [lektorat]		0	1	0	
		j zyk rosyjski [lektorat]		0	1	0	
		kształtowanie kapitału ludzkiego w regionie [wykład]		0	1	0	
		kształtowanie kapitału ludzkiego w regionie [wiczenia]		0	1	0	
		narz dzia informatyczne w branding u terytorialnym [laboratorium]	kreowanie marek lokalnych	0	1	0	
		narz dzia informatyczne w branding u terytorialnym [wykład]	kreowanie marek lokalnych	0	1	0	
		narz dzia informatyczne w promocii miast i regionów [laboratorium]	promocja miast i regionów	0	1	0	
		narz dzia informatyczne w promocii miast i regionów [wykład]	promocja miast i regionów	0	1	0	
		partnerstwo terytorialne [wykład]	promocja miast i regionów	1	0	0	
		partnerstwo terytorialne [wiczenia]	promocja miast i regionów	0	1	0	
		pracownia dyplomowa [pracownia dyplomowa]		0	1	0	
		seminarium dyplomowe [seminarium]		0	1	0	
		systemy analizy danych w promocii miast i regionów [laboratorium]		0	1	0	
		systemy analizy danych w promocii miast i regionów [wykład]		0	1	0	
		zarz dzanie jednostk samorz du terytorialnego [wykład]		1	0	0	
		zarz dzanie jednostk samorz du terytorialnego [wiczenia]		0	1	0	
		zarz dzanie mark lokaln [wykład]	kreowanie marek lokalnych	1	0	0	
	zarz dzanie mark lokaln [wiczenia]	kreowanie marek lokalnych	0	1	0		
	Razem semestr 5				3	26	0
	6	e-marketing miast i regionów [laboratorium]		0	1	0	
		e-marketing miast i regionów [wykład]		0	1	0	

Rok	Sem	Przedmiot	Specjalno , specjalizacja	E	ZO	Z		
3	6	j zyk angielski [lektorat]		1	0	0		
		j zyk francuski [lektorat]		1	0	0		
		j zyk hiszpa ski [lektorat]		1	0	0		
		j zyk niemiecki [lektorat]		1	0	0		
		j zyk rosyjski [lektorat]		1	0	0		
		media społeczno ciowe w kreowaniu marek lokalnych [laboratorium]	kreowanie marek lokalnych	0	1	0		
		metody jako ciowe w badaniu miast i regionów [wykład]	promocja miast i regionów	0	1	0		
		metody jako ciowe w badaniu miast i regionów [wiczenia]	promocja miast i regionów	0	1	0		
		obsługa klienta w administracji samorz dowej [wiczenia]		0	1	0		
		pracownia dyplomowa [pracownia dyplomowa]		0	1	0		
		praktyki zawodowe [praktyka]		0	0	1		
		promocja eventów miejskich i regionalnych [wykład]	promocja miast i regionów	0	1	0		
		promocja eventów miejskich i regionalnych [wiczenia]	promocja miast i regionów	0	1	0		
		rewitalizacja miejsc [wykład]	kreowanie marek lokalnych	0	1	0		
		rewitalizacja miejsc [wiczenia]	kreowanie marek lokalnych	0	1	0		
		seminarium dyplomowe [seminarium]		0	1	0		
		społeczno-gospodarcze aspekty polityki municypalnej [konwersatorium]		0	1	0		
		wyst pienia publiczne i sztuka prezentacji [wiczenia]		0	1	0		
		Razem semestr 6				5	14	1
		Razem rok 3				8	40	1

Obja nienia:

E egzamin

zo zaliczenie z ocen

z zaliczenie

w wykład

* inne formy zaj (i)

lk lektorat

wiczenia

k konwersatoria

lb laboratoria

p pracownia dyplomowa

s seminarium dyplomowe

s wiczenia specjalistyczne

zt zaj cia terenowe

o obóz

pk punkty ECTS

Stat.przedm. status przedmiotu

O/F obowi zkowy/fakultatywny

SN standardy nauczycielskie (wypełni tylko dla kierunków kształc cych nauczycieli wpisuj c "N" w rubryce)

SN-PR liczba godzin praktyk (wypełni tylko dla kierunków kształc cych nauczycieli wpisuj c "N" w rubryce)

GR Grupa

A/M administracyjna/ modułowa

podpis dziekana