

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-BMiR-O-II-N-22/23Z-MWiPMiR						
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 studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : menad er wizerunku i promocji miast i regionów	
Status przedmiotu: obowi zkowy				J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk polski		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
2	3	laboratorium	9	0	ZO	5
		wykład	9	0	E	
Razem			18			5
Koordynator przedmiotu:		dr PAWEŁ BARAN				
Prowadz cy zaj cia:		dr PIOTR SZKLARZ , dr RAFAŁ CZY YCKI				
Cele przedmiotu:		Celem procesu dydaktycznego jest zapoznanie z podstawowymi zagadnieniami dotycz cymi mo liwo ci analizowania i porównywania obiektów, w tym w szczególno ci obszarów miejskich, w uj ciu wielokryterialnym. W wyniku procesu dydaktycznego student potrafi przeanalizowa rozwój poszczególnych regionów i wskaza najlepszy pod wzgl dem ogólnego kryterium rozwoju społeczno-gospodarczego. Celem procesu dydaktycznego jest ukształtowanie gotowo ci studenta do stosowania poszerzonej wiedzy z zakresu Wielowymiarowej Analizy Porównawczej				
Wymagania wst pne:		Podstawy matematyki, podstawy analiz ilo ciowych w gospodarce przestrzennej				
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 regonów			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 rozwoju i rozwiązywaniu problemów WAS i zachowuje ostrość i krytycyzm w wyrażaniu opinii na podstawie przeprowadzonych badań z wykorzystaniem narzędzi wchodzących w skład Wielowymiarowej Analizy Statystycznej	K_K02		
	2	EP8	Student jest gotów do krytycznej oceny zdobytej wiedzy z zakresu Wielowymiarowej Analizy Statystycznej w badaniu zjawisk i procesów zachodzących w przestrzeni miejskiej i regionalnej	K_K01		
	3	EP9	Student jest gotów do stosowania wiedzy z zakresu Wielowymiarowej Analizy Statystycznej w rozwiązywaniu problemów o charakterze poznawczym i pragmatycznym z zachowaniem zasad etyki zawodowej	K_K07		
TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJI				Semestr	Liczba godzin zajęć	
					w tym e-learning	
Przedmiot: analiza danych przestrzennych						
Forma zajęć : wykład						
1. Potrzeba prowadzenia analiz wielowymiarowych przestrzeni regionalnej				3	1	0
2. Określenie obiektu badań				3	1	0
3. Kwantyfikacja obszaru badawczego				3	2	0
4. Problematyka stosowania metod wielowymiarowej analizy statystycznej (WAS)				3	3	0
5. Zastosowania wyników badań regionalnych				3	2	0
Forma zajęć : laboratorium						
1. Problematyka badań wielowymiarowych przestrzeni miejskiej i regionalnej				3	1	0
2. Miasto i region w teorii i praktyce				3	1	0
3. Dobór a wybór zmiennych diagnostycznych				3	2	0
4. Grupowanie i porządkowanie obiektów wielocechowych				3	3	0
5. Ocena wyników badań				3	2	0
Metody kształcenia	Prezentacja multimedialna, analiza przypadków, rozwiązywanie zadań					
Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu	
	EGZAMIN PISEMNY				EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6	
	PROJEKT				EP4,EP5,EP6	
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ)				EP7,EP8,EP9	
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.					
Forma i warunki zaliczenia	Zajęcia laboratoryjne - zaliczenie na podstawie przygotowanego projektu.					
	Wykłady - egzamin pisemny obejmujący wiedzę z wykładów i zalecanej literatury przedmiotu.					
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu					
Oceną końcową stanowi średnia arytmetyczna 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		

Literatura podstawowa	Kukuła K. (1996): Metody analizy danych marketingowych, PWN, Warszawa
	Panek T. (2009): Statystyczne metody wielowymiarowej analizy porównawczej, SGH w Warszawie, Warszawa
	Strahl D. (2006): Metody oceny rozwoju regionalnego, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego, Wrocław
	Walesiak M. (1996): Metody analizy danych marketingowych, PWN, Warszawa
Literatura uzupełniająca	

NAKŁAD PRACY STUDENTA

	Liczba godzin	
		W tym e-learning
Zajęcia dydaktyczne	18	0
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2	0
Przygotowanie się do zajęć	18	0
Studiowanie literatury	19	0
Udział w konsultacjach	12	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	32	0
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	24	0
Ł. CZNY nakład pracy studenta w godz.	125	
Liczba punktów ECTS	5	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-BMiR-O-II-N-22/23Z							
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 studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : 		
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 1 - j zyk angielski j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
1	1	wiczenia	9	0	ZO	4	
		wykład	9	0	ZO		
Razem			18			4	
Koordynator przedmiotu:		dr LESZEK GRACZ					
Prowadz cy zaj cia:		prof. dr hab. GRA YNA ROSA , dr LESZEK GRACZ					
Cele przedmiotu:		The aim of the course is to develop knowledge and skills in the field of contemporary territorial marketing challenges.					
Wymagania wst pne:		Knowledge of marketing basics					
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 ZAJ I KONSULTACJI					Semestr	Liczba godzin zaj	
						w tym e-learning	
Przedmiot: Challenges of modern territorial marketing							
Forma zaj : wykład							
1. The genesis and directions of changes in modern marketing					1	1	0
2. Marketing orientations. Modern marketing approach					1	1	0
3. Internet marketing					1	1	0
4. Determinants of marketing development in modern companies					1	1	0

5. Modern marketing environment, environmental factors, trends in the environment		1	1	0	
6. Modern behavior of buyers		1	2	0	
7. Marketing mix instruments		1	2	0	
Forma zaj : wiczenia					
1. Modern marketing mix instruments. Diagnosis, evaluation of application on selected examples		1	4	0	
2. Identifying the modern marketing environment of the enterprise on selected examples		1	1	0	
3. Changes in the segmentation process		1	1	0	
4. Modern behavior of buyers - case study		1	2	0	
5. New trends in marketing - case study		1	1	0	
Metody kształcenia	individual tasks within a prepared project, lectures				
Metody weryfikacji efektów uczenia si				Nr efektu uczenia si z sylabusu	
	KOLOKWIUM			EP1,EP2	
	PROJEKT			EP3,EP4	
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)			EP5	
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego.				
Forma i warunki zaliczenia	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 ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	1	Challenges of modern territorial marketing		Arytmetyczna	
	1	Challenges of modern territorial marketing [wiczenia]	zaliczenie z ocen		
	1	Challenges of modern territorial marketing [wykład]	zaliczenie z ocen		
Literatura podstawowa	J. Perenc (red.) (2008): Podstawy marketingu. Problemy na dzi i na jutro, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczeci skiego, Szczecin				
	Rosa G. (red.) (2016): Marketing Przyszło ci, CH Beck, Warszawa				
Literatura uzupełniają ca	"Marketing i rynek"				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zaj cia dydaktyczne	18		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2		0		
Przygotowanie si do zaj	15		0		
Studiowanie literatury	15		0		
Udział w konsultacjach	8		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	24		0		
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	18		0		

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

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-BMiR-O-II-N-22/23Z						
Nazwa przedmiotu: decyzje menadżerskie w miastach i regionach (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_10N	
Nazwa kierunku: branding miast i regionów						
Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : 	
Status przedmiotu: obowi zkowy				J zyk przedmiotu: semestr: 2 - j zyk polski		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
1	2	wiczenia	9	0	ZO	4
		wykład	9	0	E	
Razem			18			4
Koordynator przedmiotu:		dr PIOTR SZKLARZ				
Prowadz cy zaj cia:		dr PIOTR SZKLARZ				
Cele przedmiotu:		Zapoznanie studentów z procesem i narz dziami wspieraj cymi podejmowanie decyzji, b d cych podstaw do planowania strategicznego i taktycznego. Nabycie umiej tno ci zarz dczych w zakresie wiadomego podejmowania decyzji poprzez wiczenia praktyczne, a tak e kształtowanie kompetencji wypracowywania decyzji w aspekcie behawioralnym i warunkach niepewno ci. Kształtowanie gotowo ci do przewodzenia zespołom, podejmowania ryzyka i ponoszenia odpowiedzialno ci w warunkach niepewno ci, formowanie postaw zaangażowanych i nastawionych na działania efektywne.				
Wymagania wst pne:		Ogólna znajomo podstaw zarz dzania organizacjami.				
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 wdrowania		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 rozwizywania 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 działań z poszanowaniem zasad etyki zawodowej		K_K07	
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI					Semestr	Liczba godzin zaj
						w tym e-learning
Przedmiot: decyzje menadżerskie w miastach i regionach						
Forma zaj : wykład						

1. Modele podejmowania decyzji Fazy procesu podejmowania decyzji		2	2	0	
2. Fazy procesu podejmowania decyzji		2	3	0	
3. Decyzje w warunkach niepewności		2	2	0	
4. Behawioralne aspekty podejmowania decyzji		2	2	0	
Forma zaj : wiczenia					
1. Definiowanie problemu		2	2	0	
2. Analiza i narzędzia wspierające proces decyzyjny		2	3	0	
3. Wypracowanie wariantów rozwiązań		2	2	0	
4. Wybór najlepszego rozwiązania i skuteczne wdrożenie		2	2	0	
Metody kształcenia	Dyskusja i praca w grupach nad konkretnymi studiami przypadku podczas wiczeń, Gra decyzyjna połączona z prezentacją rezultatów., Wykład informacyjny i problemowy połączony z dyskusją moderowaną i prezentacją multimedialną.				
Metody weryfikacji efektów uczenia się				Nr efektu uczenia się z sylabusu	
	EGZAMIN PISEMNY			EP1,EP2	
	PREZENTACJA			EP1,EP2,EP3	
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ)			EP4,EP5,EP6,EP7	
Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.					
Forma i warunki zaliczenia	wiczenia - zaliczenie z oceną 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 średnia arytmetyczna uzyskana 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		
Literatura podstawowa	Drucker P.F. (2017): Praktyka zarządzania, Wydawnictwo MT Biznes Sp. z o.o., Warszawa				
	Gospodarek T. (2014): Zarządzanie dla racjonalnego menadżera, Difin, Warszawa				
	Kosiński A. (2005): Zarządzanie w warunkach niepewności, Wydawnictwo naukowe PWN, Warszawa				
Literatura uzupełniająca	Harvard Business School Press, Harvard Business Review. (2017): Podręcznik menadżera 17 najważniejszych umiejętności lidera, Dom Wydawniczy Rebis, Poznań				
	Harvard Business School Press, Harvard Business Review. (2017): Zarządzanie w warunkach niepewności, Dom Wydawniczy Rebis, Poznań				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zajęcia dydaktyczne		18	0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu		2	0		
Przygotowanie się do zajęć		16	0		
Studiowanie literatury		23	0		
Udział w konsultacjach		10	0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		17	0		

Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	14	0
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	100	
Liczba punktów ECTS	4	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-BMiR-O-II-N-22/23Z-MBiR							
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 studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : menad er brandingu miast i regionów			
Status przedmiotu: obowi zkowy			J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk polski				
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
2	3	laboratorium	9	0	ZO	4	
		wykład	9	0	ZO		
Razem			18			4	
Koordynator przedmiotu:		dr MAŁGORZATA WI CICKA-FERNANDO					
Prowadz cy zaj cia:		dr MAŁGORZATA WI CICKA-FERNANDO					
Cele przedmiotu:		Przekazanie wiedzy z zakresu planowania i tworzenia marki na potrzeby instytucji i organizacji regionalnych. Kształtowanie postawy osoby zdolnej do pracy w grupie i indywidualnie oraz wiadomej konieczno ci ci głęgo rozwoju i poszukiwania wiedzy.					
Wymagania wst pne:		Znajomo zagadnie z zakresu podstaw marketingu i zarz dzania.					
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 społeczne	1	EP3	Student jest przygotowany do poszukiwania rozwi za dla omawianych zagadnie dzi ki wykorzystaniu posiadanej wiedzy z zakresu tworzenia marki miasta i regionu. Potrafi równie w krytyczny sposób spojrze na nieetyczne dzia łania.		K_K02 K_K03		
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI					Semestr	Liczba godzin zaj	
						w tym e-learning	
Przedmiot: design i architektura marki miast i regionów							
Forma zaj : wykład							
1. Design i architektura marki w nowoczesnym marketingu					3	1	0
2. Strategie budowania architektury marki miasta i regionu					3	2	0
3. Projektowanie marki miasta i regionu					3	2	0
4. Rola osobowo ci marki w tworzeniu strategii marki miasta					3	1	0
5. Rebranding, stereotypy i cliches marki regionu i miasta					3	1	0
6. Branding miasta i regionu a nowe media					3	1	0

7. Storytelling miasta		3	1	0	
Forma zaj : laboratorium					
1. Budowanie strategii architektury marki regionu i miasta		3	1	0	
2. Projektowanie to samo ci marki		3	2	0	
3. Tworzenie osobowo ci marki miasta i regionu		3	1	0	
4. Rebranding miasta i regionu		3	1	0	
5. Wykorzystanie nowych mediów do budowaniu marki miasta i regionu		3	1	0	
6. Tworzenie storytelling dla miasta lub regionu		3	2	0	
7. Prezentacja projektów		3	1	0	
Metody kształcenia	Prezentacja multimedialna, dyskusja, studia przypadków, praca w grupach.				
Metody weryfikacji efektów uczenia si				Nr efektu uczenia si z sylabusu	
	KOLOKWIUM			EP1,EP2,EP3	
	PROJEKT			EP1,EP2,EP3	
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego.				
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie wykładu: uzyskanie z kolokwium zaliczeniowego (obejmuj cego zagadnienia z wykładów i wskazanej literatury) min. 60%. wiczenia: zaliczenie na podstawie przygotowania i przedstawienia projektu. Student otrzymuje ocen dostateczn z wicze , je li otrzyma co najmniej 60% punktów mo liwych do zdobycia.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocen ko ców z przedmiotu jest rednia arytmetyczna z wykładu i wicze , uzyskiwana pod warunkiem otrzymania pozytywnych ocen z ka dej cz ci.				
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 [laboratorium]	zaliczenie z ocen		
	3	design i architektura marki miast i regionów [wykład]	zaliczenie z ocen		
Literatura podstawowa	Bra ka, Sebastian (2015): Marketing terytorialny : nowe obszary i narz dzia, Edu-Libri				
	Gli ska, Ewa (2016): Budowanie marki miasta: koncepcje, warunki, modele, Wolters Kluwer Polska SA, Warszawa				
	Teślowski Maciej (2018): Projektowanie strategii marki. Profesjonalna instrukcja budowy silnej marki, Wydawnictwo Słowa i My li				
Literatura uzupełniają ca	Slade-Brooking, Catharine (2016): Creating a Brand Identity: A Guide for Designers: (graphic Design Books, LOGO Design, Marketing), Laurence King Publishing				
	Vanolo, Alberto (2018): City Branding: The Ghostly Politics of Representation in Globalising Cities , Routledge				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zaj cia dydaktyczne	18	0			
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2	0			
Przygotowanie si do zaj	20	0			
Studiowanie literatury	10	0			
Udział w konsultacjach	5	0			
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	25	0			

Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	20	0
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	100	
Liczba punktów ECTS	4	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-BMiR-O-II-N-22/23Z-MBMiR						
Nazwa przedmiotu: dziedzictwo kulturowe i to samo lokalna w brandingu (SPECJALNO CI / SPECJALIZACJE / MODUŁY SPECJALNO CIOWE)					Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_33N	
Nazwa kierunku: branding miast i regionów						
Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : menad er brandingu miast i regionów	
Status przedmiotu: obowi zkowy				J zyk przedmiotu: semestr: 2 - j zyk polski		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
1	2	wiczenia	9	0	ZO	4
		wykład	9	0	ZO	
Razem			18			4
Koordynator przedmiotu:		dr TOMASZ DUDA				
Prowadz cy zaj cia:		dr TOMASZ DUDA				
Cele przedmiotu:		zapoznanie si z rol elementów dziedzictwa kulturowego w procesach kształtowania to samo ci regionalnej rozwijanie umiej tno ci wykorzystania elementów dziedzictwa kulturowego oraz to samo ci lokalnej w kreowaniu regionalnej marki (branding destinations) kształtowanie gotowo ci do podejmowania inicjatyw na rzecz społeczno ci regionalnych i lokalnych w oparciu o elementy dziedzictwa kulturowego				
Wymagania wst pne:		wiedza ogólna na temat społeczno ci lokalnych oraz dziedzictwa kulturowego				
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

umiejętności	1	EP5	potrafi analizować i interpretować procesy oraz zjawiska związane z kształtowaniem tożsamości lokalnej, bazując na elementach regionalnego dziedzictwa kulturowego	K_U01		
	2	EP6	potrafi interpretować zależności pomiędzy elementami dziedzictwa kulturowego a procesami brandingowymi miast i regionów	K_U04 K_U05		
	3	EP7	potrafi dobrać i wykorzystywać zaawansowane narzędzia i metody badawcze, jak również odpowiednie techniki informacyjne do formułowania wniosków i rozwiązywania problemów z zakresu brandingowych miast i regionów w oparciu o zasoby dziedzictwa kulturowego regionu	K_U03		
	4	EP8	potrafi planować działania, przygotowuje odpowiednie opracowania oraz ekspertyzy z zakresu kształtowania brandingowego w oparciu o elementy dziedzictwa kulturowego i tożsamości lokalnej miejsca, jak również potrafi odpowiednio kierować własnym rozwojem kompetencji w tym zakresie	K_U07 K_U10		
kompetencje społeczne	1	EP9	jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści w zakresie kształtowania tożsamości lokalnej i wpływu elementów dziedzictwa kulturowego na postrzeganie marki miejsca i jej zarządzanie	K_K01		
	2	EP10	jest gotów do podejmowania działań na rzecz budowania tożsamości lokalnej i interpretacji dziedzictwa kulturowego w procesach brandingowych miast i regionów	K_K04		
	3	EP11	jest gotów do działania i myślenia w sposób kreatywny w inicjowaniu działań na rzecz interesu lokalnych i regionalnych społeczności, w poszanowaniu ich rozwoju równowagę i z zachowaniem odniesienia do tradycji i elementów dziedzictwa kulturowego	K_K03		
TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJE				Semestr		
				Liczba godzin zajęć		
				w tym e-learning		
Przedmiot: dziedzictwo kulturowe i tożsamość lokalna w brandingowaniu						
Forma zajęć : wykład						
1. Dziedzictwo kulturowe regionu - identyfikacja, formy i przestrzenne zróbnicowanie				2	2	0
2. Znaczenie elementów dziedzictwa kulturowego w kształtowaniu wizerunku i marki miejsca				2	2	0
3. Podstawowe elementy dziedzictwa kształtujące markę miejsca				2	1	0
4. Relacje i zależności: dziedzictwo kulturowe - tożsamość miejsca - społeczność - marka - zarządzanie				2	2	0
5. Dziedzictwo trudne, zapomniane, niechciane... Problemy w kreowaniu marki wynikające z identyfikacji i akceptacji elementów dziedzictwa				2	2	0
Forma zajęć : wiczenia						
1. Metody analizy dziedzictwa kulturowego pod kątem rozwoju procesów brandingowych miejsca				2	2	0
2. Analiza studium przypadków - wykorzystanie elementów dziedzictwa kulturowego w procesach brandingowych				2	5	0
3. Interpretacja i zarządzanie dziedzictwem kulturowym pod względem jego wykorzystania w kształtowaniu wizerunku i marki miejsca				2	2	0
Metody kształcenia		projekt - praca semestralna, b d cy analiz wybranych studiów przypadków, wykład połączone z prezentacją multimedialną, panel dyskusyjny i studium przypadków				
Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu	
		KOŁOKWIUM			EP1,EP3,EP4	
		PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA			EP10,EP11,EP2,EP5,EP6,EP7,EP8,EP9	
		Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.				

Forma i warunki zaliczenia	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 dzenia. 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 u miast i regionów				
	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 u		Wa ona	
	2	dziedzictwo kulturowe i to samo lokalna w branding u [wiczenia]	zaliczenie z ocen		0,75
	2	dziedzictwo kulturowe i to samo lokalna w branding u [wykład]	zaliczenie z ocen		0,25
Literatura podstawowa	Freeman Tilden (2019): Interpretacja dziedzictwa, Centrum turystyki Kulturowej TRAKT, Pozna				
	Łukasz Gaweł (2011): Szlaki dziedzictwa kulturowego, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiello skiego, Kraków				
Literatura uzupełniają ca	Andrzej Matczak (1999): Badania nad to samo ci regionaln , Krajowy O rodek Dokumentacji Regionalnych Towarzystw Kultury, Łód -Ciechanów				
	Elisa Piva (2019): Branding Regional Destinations: an integrated stakeholders perspective, Universitat de Girona, Girona				
	Justyna Zawadzka (2013): To samo kulturowa regionu w aspekcie integracji europejskiej - przykład Kaszub, Prace Naukowe Wy szej Szkoły Bankowej w Gda sku , Gda sk				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zaj cia dydaktyczne	18		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	6		0		
Przygotowanie si do zaj	18		0		
Studiowanie literatury	15		0		
Udział w konsultacjach	8		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	22		0		
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	13		0		
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	100				
Liczba punktów ECTS	4				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-BMiR-O-II-N-22/23Z						
Nazwa przedmiotu: ekonomia menad erska (PODSTAWOWE)				Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_3N		
Nazwa kierunku: branding miast i regionów						
Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno :		
Status przedmiotu: obowi zkowy			J zyk przedmiotu: semestr: 1 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
1	1	wiczenia	9	0	ZO	4
		wykład	9	0	E	
Razem			18			4
Koordynator przedmiotu:		dr hab. IZABELA BLUDNIK				
Prowadz cy zaj cia:		dr hab. IZABELA BLUDNIK				
Cele przedmiotu:		<p>Celem zaj jest zdobycie przez studentów wiedzy na temat podejmowania przez mened erów optymalnych decyzji produkcyjnych i cenowych przy ró nych ograniczeniach rynkowych, zarówno w przedsi biorstwach prywatnych, jak i instytucjach pa stwowych.</p> <p>Celem zaj jest te rozwijanie u studentów umiej tno ci praktycznego zastosowania zdobytej wiedzy teoretycznej; dokonywania analizy uwarunkowa rynkowych i osi ganych przez podmiot wyników ekonomicznych przy pomocy ró nych narz dzi; formułowanie zalece co do podejmowania przez podmiot optymalnych decyzji w przyszło ci (w ró nych horyzontach czasowych) w warunkach niepewno ci.</p> <p>Ponadto, celem zaj jest równie ukształtowanie w studentach gotowo ci do prowadzenia w przyszło ci własnej działalno ci gospodarczej oraz uformowanie w nich etycznych i profesjonalnych postaw.</p>				
Wymagania wst pne:		Wiedza, umiej tno ci i kompetencje z zakresu podstaw ekonomii.				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Student zna proces podejmowania optymalnych decyzji i rozumie ich znaczenie dla wyników ekonomicznych organizacji.		K_W01	
	2	EP2	Student rozumie mechanizmy podejmowania optymalnych decyzji w zale no ci od wyst puj cych ogranicze rynkowych.		K_W09	
	3	EP3	Student rozumie znaczenie decyzji mikroekonomicznych dla przebiegu procesów gospodarczych w skali regionalnej		K_W02	
umiej tno ci	1	EP4	Student potrafi analizowa wyniki ekonomiczne organizacji i podejmowa na ich podstawie optymalne decyzje		K_U01	
	2	EP5	Student potrafi oceni celowo podejmowanych przez organizacj decyzji oraz okre li ich wpływ na kondycj organizacji w ró nych horyzontach czasowych		K_U02	
	3	EP6	Student potrafi dyskutowa na temat decyzji mikroekonomicznych podejmowanych w danych warunkach rynkowych oraz proponowa własne rozwi zania		K_U06	
kompetencje społeczne	1	EP7	Student jest gotów do podj cia własnej działalno ci gospodarczej w przyszło ci		K_K05	
	2	EP8	Student jest gotów do ponoszenia odpowiedzialno ci za swoje decyzje i zachowania w otoczeniu gospodarczym		K_K07	

TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI		Semestr		Liczba godzin zaj		
					w tym e-learning	
Przedmiot: ekonomia mened erska						
Forma zaj : wykład						
1. Wprowadzenie do ekonomii mened erskiej. Rola mened era w organizacji i uwarunkowania jego pracy. Proces podejmowania decyzji w przedsi biorstwie. Rodzaje decyzji mened erskich. Etapy podejmowania decyzji. Decyzje a ryzyko i niepewno .		1	1	0		
2. Otoczenie przedsi biorstwa. Uwarunkowania mikro-, mezo- i makroekonomiczne. Regulacje administracyjne. Struktura i formy rynku. Niedoskonało ci rynkowe. Analiza popytu i jego znaczenie dla optymalnej polityki cenowej. Czynniki okre laj ce popyt. Elastyczno popytu.		1	2	0		
3. Decyzje mened erskie w procesie produkcji. Produkcja w krótkim i długim okresie. Mierzenie funkcji produkcji. Analiza kosztów i optymalne decyzje. Koszty produkcji w krótkim i długim okresie. Korzy ci skali.		1	2	0		
4. Podejmowanie decyzji w ró nych strukturach rynkowych. Konkurencja doskonała. Konkurencja niedoskonała (konkurencja monopolistyczna, oligopol, monopol).		1	2	0		
5. Regulacja, dobra publiczne oraz analiza kosztów i korzy ci. Zawodno rynku i regulacja. Ocena przedsi wzi publicznych. Wpływ polityki fiskalnej i monetarnej na optymalne decyzje przedsi biorstwa.		1	2	0		
Forma zaj : wiczenia						
1. Podstawowe poj cia i terminy - mened eryzm, zarz dzanie, przedsi biorczo , koszt alternatywny. Case studies.		1	1	0		
2. Podejmowanie decyzji w warunkach niepewno ci - niepewno , prawdopodobie stwo i warto oczekiwana. Drzewa decyzyjne. Decyzje sekwencyjne. Niech do ryzyka.		1	2	0		
3. Teoria gier a strategia konkurencji. Analiza tablicy wypłat. Strategia konkurencji		1	2	0		
4. Negocjacje. Ekonomiczne ró dła korzystnego porozumienia. Negocjacje zło one. Strategia negocjacji		1	2	0		
5. Planowanie i ocena przedsi wzi inwestycyjnych. Warto zaktualizowana i dyskontowanie. Podejmowanie decyzji inwestycyjnych. Wła ciwa wysoko stopy dyskontowej		1	2	0		
Metody kształcenia		dyskusja, prezentacje multimedialne, rozwi zywanie zada , Wykład informacyjny, analiza przypadków, analiza danych rzeczywistych				
Metody weryfikacji efektów uczenia si					Nr efektu uczenia si z sylabusa	
		EGZAMIN PISEMNY			EP1,EP2,EP3	
		KOLOKWIUM			EP4,EP5	
		ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)			EP6,EP7,EP8	
		Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego.				
Forma i warunki zaliczenia		Wykłady: egzamin pisemny z zakresu tre ci wykładowych i zalecanej literatury po uprzednim zaliczeniu wicze wiczenia: zaliczenie z ocen na podstawie aktywno ci na zaj ciach i oceny z pisemnego kolokwium				
		Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
		Ocen z przedmiotu stanowi rednia arytmetyczna ocen z wykładów i wicze				
Metoda obliczania oceny ko cowej		Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
		1	ekonomia mened erska		Arytmetyczna	
		1	ekonomia mened erska [wykład]	egzamin		
		1	ekonomia mened erska [wiczenia]	zaliczenie z ocen		
Literatura podstawowa		L.M. Froeb, B.T. McCann (2012): <i>Ekonomia mened erska</i> , PWE, Warszawa				
		S. Piocha, R. Gabryszak (2008): <i>Ekonomia mened erska dla MSP w teorii i praktyce</i> , Difin, Warszawa				
		W.F. Samuelson, S.G. Marks (2009): <i>Ekonomia mened erska</i> , PWE, Warszawa				
Literatura uzupełniaj ca		H. Varian (1995): <i>Mikroekonomia</i> , PWN, Warszawa				
		P. Samuelson, W. Nordhaus (1995): <i>Ekonomia</i> , t. 1 i 2, PWN, Warszawa				
		Gazeta Bankowa, Dziennik Gazeta Prawna, opracowania GUS, NBP, Eurostat, IMF				

NAKŁAD PRACY STUDENTA

	Liczba godzin	
		W tym e-learning
Zajęcia dydaktyczne	18	0
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2	0
Przygotowanie się do zajęć	28	0
Studiowanie literatury	23	0
Udział w konsultacjach	9	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0	0
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	20	0
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.	100	
Liczba punktów ECTS	4	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-BMiR-O-II-N-22/23Z						
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 studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : 		
Status przedmiotu: obowi zkowy			J zyk przedmiotu: semestr: 4 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
2	4	wiczenia	9	0	ZO	5
		wykład	9	0	E	
Razem			18			5
Koordynator przedmiotu:		dr JAROSŁAW POTERAŁSKI				
Prowadz cy zaj cia:		dr JAROSŁAW POTERAŁSKI				
Cele przedmiotu:		Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z podstawowymi ródłami oraz sposobami pozyskiwania funduszy przez jednostki samorz du terytorialnego oraz powołane przez nie podmioty na rzecz budowania marki miast i regionów. W efekcie student potrafi zorganizowa i zarz dza prac zespołów projektowych, przygotowuj cych wnioski o dofinansowanie oraz dokumentacj niezbdn do pozyskiwania zewn trznych ródł finansowania, w tym funduszy Unii Europejskiej oraz potrafi przygotowa wnioski o dofinansowanie oraz dokumentacj , niezbdn do pozyskiwania rodków na finansowanie przedsi wzi samorz dowych, szczególnie współfinansowanych ze rodków UE.				
Wymagania wst pne:		Podstawowa wiedza z zakresu ekonomii, zarz dzania oraz ródł finansowania przedsi wzi inwestycyjnych.				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	zna podstawowe ródła informacji niezbdne do projektowania przedsi wzi oraz projektów samorz dowych		K_W05	
	2	EP2	wie, jakie s zasady przygotowywania opracowa na potrzeby realizacji projektów samorz dowych, 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 samorz dowych, ze szczególnym uwzgl dnieniem funduszy Unii Europejskiej		K_W08	
	4	EP4	zna oraz rozumie uwarunkowania o charakterze ekonomicznym, finansowym i organizacyjnym, decyduj ce o planowaniu i powodzeniu realizacji projektów samorz dowych		K_W09	
	5	EP5	zna zasady i mechanizmy pozyskiwania wsparcia finansowego dla realizacji projektów samorz dowych, ze szczególnym uwzgl dnieniem funduszy Unii Europejskiej		K_W10	

umiej tno ci	1	EP6	potrafi dostrzega , analizowa i wykorzystywa informacje oraz uwarunkowania, sprzyjaj ce realizacji projektów samorz dowych, dostrzega powi zania funkcjonalne pomi dzy JST	K_U01	
	2	EP7	potrafi analizowa czynniki rozwoju miast i regionów (w tym obszarów funkcjonalnych) niezbdne do prawidłowego formułowania zało e projektów samorz dowych	K_U04	
	3	EP8	potrafi dostrzega i analizowa czynniki ryzyka oraz problemy, których istnienie b dzie warunkowało tworzenie projektów samorz dowych, ze szczególnym uwzgl dnieniem projektów UE	K_U05	
	4	EP9	potrafi przygotowa wnioski o dofinansowanie oraz dokumentacj , niezbdn do pozyskiwania rodków na finansowanie przedsi wzi samorz dowych, szczególnie współfinansowanych ze rodków UE	K_U07	
	5	EP10	potrafi zorganizowa i zarz dza prac zespołów projektowych, przygotowuj cych wnioski o dofinansowanie oraz dokumentacj niezbdn do pozyskiwania zewn trznych ródeł finansowania, w tym funduszy Unii Europejskiej	K_U09	
kompetencje społeczne	1	EP11	jest gotów do przedsi biorczego i kreatywnego my lenia w zakresie planowania przedsi wzi samorz dowych oraz poszukiwania ródeł ich finansowania	K_K03	
	2	EP12	jest gotów do inspirowania działań samorz dowych oraz społecznych, maj cych na celu planowanie i realizowanie przedsi wzi samorz dowych, w tym finansowanych ze ródeł zewn trznych	K_K04	
	3	EP13	jest otwarty na zmiany na ci głe rozwijanie swojego potencjału zawodowego, w zakresie realizacji projektów samorz dowych, w tym do poszukiwania ródeł ich finansowania	K_K06	
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI			Semestr	Liczba godzin zaj	
				w tym e-learning	
Przedmiot: fundraising i zarz dzenie projektami miejskimi i regionalnymi					
Forma zaj : wykład					
1. Podstawowe poj cia zwi zane z fundraisingiem			4	2	0
2. Fundusze strukturalne UE			4	2	0
3. Programy operacyjne			4	2	0
4. Pozostałe fundusze i programy UE			4	1	0
5. Zarz dzenie projektami samorz dowymi			4	1	0
6. Obszary funkcjonalne jako przykład projektów samorz dowych			4	1	0
Forma zaj : wiczenia					
1. ródfa finansowania przedsi wzi samorz dowych			4	1	0
2. Projekty samorz dowe finansowane z UE			4	1	0
3. Procedury ubiegania si o rodki UE			4	2	0
4. Zarz dzenie projektami finansowanymi z UE			4	3	0
5. Dobre praktyki i projekty samorz dowe			4	1	0
6. Obszary funkcjonalne jako przykład projektów samorz dowych			4	1	0
Metody kształcenia	wiczenia warsztatowe, Case study, Praca na dokumentacji konkursowej, Wykłady z wykorzystaniem prezentacji multimedialnych				

Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu
	EGZAMIN PISEMNY				EP1,EP2,EP3,EP4,EP5
	PROJEKT				EP1,EP10,EP11,EP12,EP13,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6,EP7,EP8,EP9
	ZAJCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)				EP10,EP11,EP12,EP13,EP6
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.				
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie wicze odbywa się na podstawie projektu przedsięwzięcia samorządowych w oparciu o konkretne źródło finansowania, który jest oceniany w oparciu o Kartę Oceny Merytorycznej Projektu (KOM)				
	Zaliczenie wykładów odbywa się w formie pisemnego egzaminu z treści prezentowanych na wykładach, uzupełnionych wskazanymi literaturami.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
Ocena z przedmiotu jest średnią arytmetyczną oceny z wykładów i wicze.					
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	4	fundraising i zarządzanie projektami miejskimi i regionalnymi		Arytmetyczna	
	4	fundraising i zarządzanie projektami miejskimi i regionalnymi [wykład]	egzamin		
	4	fundraising i zarządzanie projektami miejskimi i regionalnymi [wiczenia]	zaliczenie z ocen		
Literatura podstawowa	J. Liwa (2019): Fundusze unijne bez tajemnic. Podręcznik dla studentów, Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa				
	J.W. Tkaczyński, M. Wistak, E. Sztorc (2018): Projekty europejskie. Praktyczne aspekty pozyskiwania i rozliczania dotacji unijnych, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa				
	K. Plata-Nalborski (2017): Projekty z dotacją. Podręcznik konsultanta, wnioskodawcy i beneficjenta, Helion, Gliwice				
	M. Gnyszka (2015): Fundraising. Pierwszy polski praktyczny podręcznik, One Press, Gliwice				
	M. Osiej (2016): Fundraising krok po kroku. Jak zdobyć pieniądze na Twoje projekty, One Press, Gliwice				
Literatura uzupełniająca	Ministerstwo Funduszy i Polityki Regionalnej (2021): www.funduszeuropejskie.gov.pl , Portal Funduszy Europejskich, strona internetowa				
	Portal Samorządowy (2021): www.portalsamorzadowy.pl , Portal Samorządowy, strona internetowa				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
				W tym e-learning	
Zajęcia dydaktyczne		18		0	
Udział w egzaminie/zaliczeniu		6		0	
Przygotowanie się do zajęć		30		0	
Studiowanie literatury		10		0	
Udział w konsultacjach		5		0	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		36		0	
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia		20		0	
Łączny nakład pracy studenta w godz.		125			
Liczba punktów ECTS		5			

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-BMiR-O-II-N-22/23Z						
Moduł: J zyk obcy [moduł]						
Nazwa przedmiotu: j zyk angielski (OGÓLNOUCZELNIANE)					Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3507_4N	
Nazwa kierunku: branding miast i regionów						
Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne			Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : 	
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk angielski j zyk polski		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
2	3	lektorat	15	0	E	2
Razem			15			2
Koordynator przedmiotu:		mgr MARTINA GRABOWSKA				
Prowadz cy zaj cia:		mgr MARTINA GRABOWSKA				
Cele przedmiotu:		Konsolidacja materiału na poziomie B2. Dodatkowe słownictwo i struktury j zykowe zgodne ze specjalizacj kierunku na poziomie B2 +				
Wymagania wst pne:		Poziom kompetencji j zykowej definiowanej jako B2				
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 cych 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 cie 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 cie 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 ZAJ I KONSULTACJI				Semestr	Liczba godzin zaj
					w tym e-learning
Przedmiot: j zyk angielski					
Forma zaj : lektorat					
1. Zaj cia doskonal ce wszystkie kompetencje j zykowe (słuchanie, mówienie, czytanie i pisanie) odnosz ce si do słownictwa i tematyki w zakresie proponowanym w podr czniku				3	6 0
2. Zaj cia zwi zane z materiałem leksykalno-gramatycznym zawartym w podr czniku i wynikaj cym z celów nauczania na poziomie B2+				3	6 0
3. Zaj cia po wi cone na powtórzenie przerobionego materiału i kolokwia				3	3 0
Metody kształcenia	konwersacje; symulacja scenek z ycia codziennego; słuchanie dialogów, tekstów i wiadomo ci; ogl danie krótkich filmów; czytanie, analiza i tłumaczenie tekstów; wiczenia gramatyczne (pisane i interaktywne); pisanie krótkich tekstów (maile, listy, streszczenia); prezentacje samodzielnie przygotowanych zagadnie				

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
	ZAJCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)				EP4,EP5,EP7,EP8,EP9
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.				
Forma i warunki zaliczenia	Egzamin ustny. Warunkiem zaliczenia jest aktywność na zajęciach oraz uzyskanie pozytywnych wyników z testów czystkowych, prac pisemnych i prezentacji.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena jest ustalana na podstawie ocen z testów, prac pisemnych, oceny aktywności. Ocenę z przedmiotu stanowi ocena z egzaminu.				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	3	jzyk angielski		Nieobliczana	
	3	jzyk angielski [lektorat]	egzamin		
Literatura podstawowa	Literaturę do poszczególnych lektoratów należy sprawdzić w sylabusach na stronie Akademickiego Centrum Kształcenia Językowego: http://ackj.usz.edu.pl/sylabusy/ :				
Literatura uzupełniająca					
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
			Liczba godzin		
			W tym e-learning		
Zajęcia dydaktyczne	15		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2		0		
Przygotowanie się do zajęć	19		0		
Studiowanie literatury	4		0		
Udział w konsultacjach	4		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	2		0		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	4		0		
Łączny nakład pracy studenta w godz.	50				
Liczba punktów ECTS	2				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-BMiR-O-II-N-22/23Z						
Moduł: J zyk obcy [moduł]						
Nazwa przedmiotu: j zyk francuski (OGÓLNOUCZELNIANE)					Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3509_5N	
Nazwa kierunku: branding miast i regionów						
Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne			Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : 	
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk francuski j zyk polski		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
2	3	lektorat	15	0	E	2
Razem			15			2
Koordynator przedmiotu:		mgr REGINA PTAK				
Prowadz cy zaj cia:		mgr REGINA PTAK				
Cele przedmiotu:		Konsolidacja materiału na poziomie B2. Dodatkowe słownictwo i struktury j zykowe zgodne ze specjalizacj kierunku na poziomie B2 +.				
Wymagania wst pne:		Wymagania wst pne Poziom kompetencji j zykowej definiowanej jako B2.				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu
wiedza	1	EP1	Zna konstrukcje gramatyczne, frazeologi i słownictwo pozwalaj ce na zrozumienie tekstów dotycz cych danego kierunku studiów oraz tekstów o charakterze akademickim.			K_W01
umiej tno ci	1	EP2	Rozumie teksty dotycz ce studiowanej dziedziny, a tak e teksty o charakterze ogólnoakademickim. Potrafi dostrzec znaczenie ukryte, wyra one po rednio.			K_U08
	2	EP3	Potrafi przygotowa ró norodne opracowania pisemne dot. studiowanego kierunku, a tak e przedstawi wyniki swoich własnych bada naukowych			K_U07 K_U08 K_U10
	3	EP4	Potrafi formułowa przejrzyste i rozbudowane wypowiedzi ustne dotycz ce j zyka potrzebnego do prawidłowego funkcjonowania w rodowisku akademickim i w rodowisku pracy.			K_U06 K_U08
kompetencje społeczne	1	EP5	Ma wiadomo uczenia si przez całe ycie.			K_K01
	2	EP6	Pracuje samodzielnie nad powierzon prac .			K_K06
	3	EP7	Wykazuje kreatywno podczas realizowanych zada			K_K01 K_K06
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI					Semestr	Liczba godzin zaj
						w tym e-learning
Przedmiot: j zyk francuski						
Forma zaj : lektorat						
1. Zaj cia doskonal ce wszystkie kompetencje j zykowe (słuchanie, mówienie, czytanie i pisanie) odnosz ce si do słownictwa i tematyki w zakresie proponowanym w podr czniku					3	6 0

2. Zajęcia związane z materiałem leksykalno-gramatycznym zawartym w podręczniku i wynikającym z celów nauczania na poziomie B2+		3	6	0	
3. Zajęcia poświęcone na powtórzenie przerobionego materiału i kolokwia		3	3	0	
Metody kształcenia	1. konwersacje 2. symulacja scenek z życia codziennego 3. słuchanie dialogów, tekstów i wiadomości 4. oglądanie krótkich filmów(sceny z życia codziennego) 5. czytanie, analiza i tłumaczenie tekstów 6. ćwiczenia gramatyczne (pisane i interaktywne) 7. pisanie krótkich tekstów (maile, listy) 8. prezentacje samodzielnie przygotowanych zagadnień				
Metody weryfikacji efektów uczenia się			Nr efektu uczenia się z sylabusu		
	EGZAMIN USTNY		EP1,EP2,EP4,EP5,EP6		
	SPRAWDZIAN		EP1,EP2,EP4,EP6		
	PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA		EP1,EP2,EP3,EP6,EP7		
	PROJEKT		EP1,EP2,EP4,EP7		
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ)		EP1,EP2,EP4,EP5,EP7		
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.				
Forma i warunki zaliczenia	FORMA zaliczenia : egzamin ustny WARUNKI zaliczenia: obecność, aktywność na zajęciach, zaliczenie testów czytelności, prac pisemnych lub prezentacji				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	OCENA za semestr na podstawie ocen z testów, prac pisemnych, oceny aktywności OCENA z lektoratu stanowi ocenę z egzaminu				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	3	język francuski		Nieobliczana	
	3	język francuski [lektorat]	egzamin		
Literatura podstawowa	Elodie Heu, Jean-Jacques Mabilat (2006): Edito B2+, Wyd. Didier, Paris				
Literatura uzupełniająca	Bloomfield Anatole et Emmanuelle Daill. DELF B2 : 200 activités. CLE International :				
	Boulares, Michele et Jean-Louis Frerot. Grammaire progressive du français : niveau avancé. CLE International :				
	Leroy-Miquel Claire. Vocabulaire progressif du français : niveau avancé. CLE International, strony internetowe przydatne w realizacji powyższego programu podane przez prowadzącego zajęcia :				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
				W tym e-learning	
Zajęcia dydaktyczne	15		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	3		0		
Przygotowanie się do zajęć	18		0		
Studiowanie literatury	3		0		
Udział w konsultacjach	4		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	3		0		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	4		0		
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.	50				
Liczba punktów ECTS	2				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-BMiR-O-II-N-22/23Z						
Moduł: J zyk obcy [moduł]						
Nazwa przedmiotu: j zyk hiszpa ski (OGÓLNOUCZELNIANE)					Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3507_7N	
Nazwa kierunku: branding miast i regionów						
Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne			Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : 	
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk hiszpa ski j zyk polski		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
2	3	lektorat	15	0	E	2
Razem			15			2
Koordynator przedmiotu:		dr PIOTR WAHL				
Prowadz cy zaj cia:		dr PIOTR WAHL				
Cele przedmiotu:		Konsolidacja materiału na poziomie B2. Dodatkowe słownictwo i struktury j zykowe zgodne ze specjalizacj kierunku na poziomie B2 +.				
Wymagania wst pne:		Wymagania wst pne Poziom kompetencji j zykowej definiowanej jako B2.				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu
wiedza	1	EP1	Zna konstrukcje gramatyczne, frazeologi i słownictwo pozwalaj ce na zrozumienie tekstów dotycz cych danego kierunku studiów oraz tekstów o charakterze akademickim.			K_W01
umiej tno ci	1	EP2	Rozumie teksty dotycz ce studiowanej dziedziny, a tak e teksty o charakterze ogólnoakademickim. Potrafi dostrzec znaczenie ukryte, wyra one po rednio.			K_U08
	2	EP3	Potrafi przygotowa ró norodne opracowania pisemne dot. studiowanego kierunku, a tak e przedstawi wyniki swoich własnych bada naukowych			K_U07 K_U08 K_U10
	3	EP4	Potrafi formułowa przejrzyste i rozbudowane wypowiedzi ustne dotycz ce j zyka potrzebnego do prawidłowego funkcjonowania w rodowisku akademickim i w rodowisku pracy.			K_U06 K_U08
kompetencje społeczne	1	EP5	Ma wiadomo uczenia si przez całe ycie.			K_K01
	2	EP6	Pracuje samodzielnie nad powierzon prac .			K_K06
	3	EP7	Wykazuje kreatywno podczas realizowanych zada			K_K01 K_K06
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI					Semestr	Liczba godzin zaj
						w tym e-learning
Przedmiot: j zyk hiszpa ski						
Forma zaj : lektorat						
1. Zaj cia doskonal ce wszystkie kompetencje j zykowe (słuchanie, mówienie, czytanie i pisanie) odnosz ce si do słownictwa i tematyki w zakresie proponowanym w podr czniku					3	6 0

2. Zajęcia związane z materiałem leksykalno-gramatycznym zawartym w podręczniku i wynikającym z celów nauczania na poziomie B2+		3	6	0	
3. Zajęcia poświęcone na powtórzenie przerobionego materiału i kolokwia		3	3	0	
Metody kształcenia	1. konwersacje 2. symulacja scenek z życia codziennego 3. słuchanie dialogów, tekstów i wiadomości 4. oglądanie krótkich filmów(sceny z życia codziennego) 5. czytanie, analiza i tłumaczenie tekstów 6. ćwiczenia gramatyczne (pisane i interaktywne) 7. pisanie krótkich tekstów (maile, listy) 8. prezentacje samodzielnie przygotowanych zagadnień				
Metody weryfikacji efektów uczenia się		Nr efektu uczenia się z sylabusu			
	EGZAMIN USTNY	EP1,EP2,EP4,EP5,EP6			
	SPRAWDZIAN	EP1,EP2,EP4,EP6			
	PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA	EP1,EP2,EP3,EP6,EP7			
	PROJEKT	EP1,EP2,EP4,EP7			
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ)	EP1,EP2,EP4,EP5,EP7			
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.				
Forma i warunki zaliczenia	FORMA zaliczenia : egzamin ustny WARUNKI zaliczenia: obecność, aktywność na zajęciach, zaliczenie testów czytelności, prac pisemnych lub prezentacji				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
OCENA za semestr na podstawie ocen z testów, prac pisemnych, oceny aktywności OCENA z lektoratu stanowi ocenę z egzaminu					
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	3	język hiszpański		Nieobliczana	
	3	język hiszpański [lektorat]	egzamin		
Literatura podstawowa	F. Marín. R. Morales. M. del Mazo de Unamuno – NUEVO VEN 3 :				
Literatura uzupełniająca	Zalecany jest dodatkowy podręcznik z tego samego poziomu realizowany samodzielnie przez studenta; może to być na przykład "Hiszpański No hay problema!" B1 + B2C1. Ponadto student powinien stale korzystać ze słownika monolingwalnego oraz z podręcznika do gramatyki języka hiszpańskiego. Last but not least, student powinien stopniowo przyzwyczajać się do stałego czytania prasy hiszpańskiej.				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zajęcia dydaktyczne	15		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	3		0		
Przygotowanie się do zajęć	18		0		
Studiowanie literatury	3		0		
Udział w konsultacjach	4		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	3		0		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	4		0		
Łączny nakład pracy studenta w godz.	50				
Liczba punktów ECTS	2				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-BMiR-O-II-N-22/23Z						
Moduł: J zyk obcy [moduł]						
Nazwa przedmiotu: j zyk niemiecki (OGÓLNOUCZELNIANE)					Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3508_3N	
Nazwa kierunku: branding miast i regionów						
Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne			Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : 	
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk niemiecki j zyk polski		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
2	3	lektorat	15	0	E	2
Razem			15			2
Koordynator przedmiotu:		mgr KAJETANA GUTT-JAKUBIAK				
Prowadz cy zaj cia:		mgr KAJETANA GUTT-JAKUBIAK				
Cele przedmiotu:		Konsolidacja materiału na poziomie B2. Dodatkowe słownictwo i struktury j zykowe zgodne ze specjalizacj kierunku na poziomie B2 +.				
Wymagania wst pne:		Wymagania wst pne Poziom kompetencji j zykowej definiowanej jako B2.				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu
wiedza	1	EP1	Zna konstrukcje gramatyczne, frazeologi i słownictwo pozwalaj ce na zrozumienie tekstów dotycz cych danego kierunku studiów oraz tekstów o charakterze akademickim.			K_W01
umiej tno ci	1	EP2	Rozumie teksty dotycz ce studiowanej dziedziny, a tak e teksty o charakterze ogólnoakademickim. Potrafi dostrzec znaczenie ukryte, wyra one po rednio.			K_U08
	2	EP3	Potrafi przygotowa ró norodne opracowania pisemne dot. studiowanego kierunku, a tak e przedstawi wyniki swoich własnych bada naukowych			K_U07 K_U08 K_U10
	3	EP4	Potrafi formułowa przejrzyste i rozbudowane wypowiedzi ustne dotycz ce j zyka potrzebnego do prawidłowego funkcjonowania w rodowisku akademickim i w rodowisku pracy.			K_U06 K_U08
kompetencje społeczne	1	EP5	Ma wiadomo uczenia si przez całe ycie.			K_K01
	2	EP6	Pracuje samodzielnie nad powierzon prac .			K_K06
	3	EP7	Wykazuje kreatywno podczas realizowanych zada			K_K01 K_K06
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI					Semestr	Liczba godzin zaj
						w tym e-learning
Przedmiot: j zyk niemiecki						
Forma zaj : lektorat						
1. Zaj cia doskonal ce wszystkie kompetencje j zykowe (słuchanie, mówienie, czytanie i pisanie) odnosz ce si do słownictwa i tematyki w zakresie proponowanym w podr czniku					3	6
					0	

2. Zajęcia związane z materiałem leksykalno-gramatycznym zawartym w podręczniku i wynikającym z celów nauczania na poziomie B2+		3	6	0	
3. Zajęcia poświęcone na powtórzenie przerobionego materiału i kolokwia		3	3	0	
Metody kształcenia	1. konwersacje 2. symulacja scenek z życia codziennego 3. słuchanie dialogów, tekstów i wiadomości 4. oglądanie krótkich filmów(sceny z życia codziennego) 5. czytanie, analiza i tłumaczenie tekstów 6. ćwiczenia gramatyczne (pisane i interaktywne) 7. pisanie krótkich tekstów (maile, listy) 8. prezentacje samodzielnie przygotowanych zagadnień				
Metody weryfikacji efektów uczenia się		Nr efektu uczenia się z sylabusu			
	EGZAMIN USTNY	EP1,EP2,EP4,EP5,EP6			
	SPRAWDZIAN	EP1,EP2,EP4,EP6			
	PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA	EP1,EP2,EP3,EP6,EP7			
	PROJEKT	EP1,EP2,EP4,EP7			
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ)	EP1,EP2,EP4,EP5,EP7			
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.				
Forma i warunki zaliczenia	FORMA zaliczenia : egzamin ustny WARUNKI zaliczenia: obecność, aktywność na zajęciach, zaliczenie testów czyłkowych, prac pisemnych lub prezentacji				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	OCENA za semestr na podstawie ocen z testów, prac pisemnych, oceny aktywności OCENA z lektoratu stanowi ocenę z egzaminu				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	3	jzyk niemiecki		Nieobliczana	
	3	jzyk niemiecki [lektorat]	egzamin		
Literatura podstawowa	Prowadzycymogęwybraćwśródnastępującychpodręczników: 1. Aspekte 2(B2)Lehr-und AB Teil 1 mit 2 Audio CD 2. Langenscheidt 3. Studio D B2 Cornelsen :				
Literatura uzupełniająca	Zalecany jest dodatkowy podręcznik z tego samego poziomu realizowany samodzielnie przez studenta; może to być np. przykład "Niemiecki Keine Problem!" B1 + B2C1. Ponadto student powinien stale korzystać ze słownika monolingwalnego oraz z podręcznika do gramatyki języka niemieckiego. Last but not least, student powinien stopniowo przyzwyczajać się do stałego czytania prasy niemieckojęzycznej :				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zajęcia dydaktyczne		15	0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu		3	0		
Przygotowanie się do zajęć		18	0		
Studiowanie literatury		3	0		
Udział w konsultacjach		4	0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		3	0		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia		4	0		
Łączny nakład pracy studenta w godz.		50			
Liczba punktów ECTS		2			

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-BMiR-O-II-N-22/23Z						
Moduł: J zyk obcy [moduł]						
Nazwa przedmiotu: j zyk rosyjski (OGÓLNOUCZELNIANE)					Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3509_6N	
Nazwa kierunku: branding miast i regionów						
Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne			Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : 	
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk polski j zyk rosyjski		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
2	3	lektorat	15	0	E	2
Razem			15			2
Koordynator przedmiotu:		mgr LUCYNA SM DZIK				
Prowadz cy zaj cia:		mgr LUCYNA SM DZIK				
Cele przedmiotu:		Konsolidacja materiału na poziomie B2. Dodatkowe słownictwo i struktury j zykowe zgodne ze specjalizacj kierunku na poziomie B2 +.				
Wymagania wst pne:		Wymagania wst pne Poziom kompetencji j zykowej definiowanej jako B2.				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu
wiedza	1	EP1	Zna konstrukcje gramatyczne, frazeologi i słownictwo pozwalaj ce na zrozumienie tekstów dotycz cych danego kierunku studiów oraz tekstów o charakterze akademickim.			K_W01
umiej tno ci	1	EP2	Rozumie teksty dotycz ce studiowanej dziedziny, a tak e teksty o charakterze ogólnoakademickim. Potrafi dostrzec znaczenie ukryte, wyra one po rednio.			K_U08
	2	EP3	Potrafi przygotowa ró norodne opracowania pisemne dot. studiowanego kierunku, a tak e przedstawi wyniki swoich własnych bada naukowych			K_U07 K_U08 K_U10
	3	EP4	Potrafi formułowa przejrzyste i rozbudowane wypowiedzi ustne dotycz ce j zyka potrzebnego do prawidłowego funkcjonowania w rodowisku akademickim i w rodowisku pracy.			K_U06 K_U08
kompetencje społeczne	1	EP5	Ma wiadomo uczenia si przez całe ycie.			K_K01
	2	EP6	Pracuje samodzielnie nad powierzon prac .			K_K06
	3	EP7	Wykazuje kreatywno podczas realizowanych zada			K_K01 K_K06
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI					Semestr	Liczba godzin zaj
						w tym e-learning
Przedmiot: j zyk rosyjski						
Forma zaj : lektorat						
1. Zaj cia doskonal ce wszystkie kompetencje j zykowe (słuchanie, mówienie, czytanie i pisanie) odnosz ce si do słownictwa i tematyki w zakresie proponowanym w podr czniku					3	6 0

2. Zajęcia związane z materiałem leksykalno-gramatycznym zawartym w podręczniku i wynikającym z celów nauczania na poziomie B2+		3	6	0	
3. Zajęcia poświęcone na powtórzenie przerobionego materiału i kolokwium		3	3	0	
Metody kształcenia	1. konwersacje 2. symulacja scenek z życia codziennego 3. słuchanie dialogów, tekstów i wiadomości 4. oglądanie krótkich filmów(sceny z życia codziennego) 5. czytanie, analiza i tłumaczenie tekstów 6. ćwiczenia gramatyczne (pisane i interaktywne) 7. pisanie krótkich tekstów (maile, listy) 8. prezentacje samodzielnie przygotowanych zagadnień				
Metody weryfikacji efektów uczenia się		Nr efektu uczenia się z sylabusu			
	EGZAMIN USTNY	EP1,EP2,EP4,EP5,EP6			
	SPRAWDZIAN	EP1,EP2,EP4,EP6			
	PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA	EP1,EP2,EP3,EP6,EP7			
	PROJEKT	EP1,EP2,EP4,EP7			
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ)	EP1,EP2,EP4,EP5,EP7			
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.				
Forma i warunki zaliczenia	FORMA zaliczenia : egzamin ustny WARUNKI zaliczenia: obecność, aktywność na zajęciach, zaliczenie testów czyłkowych, prac pisemnych lub prezentacji				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
OCENA za semestr na podstawie ocen z testów, prac pisemnych, oceny aktywności OCENA z lektoratu stanowi ocenę z egzaminu					
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	3	język rosyjski		Nieobliczana	
	3	język rosyjski [lektorat]	egzamin		
Literatura podstawowa	Jeden z podręczników do wyboru (wszystkie na poziomie obejmują ten sam obszar od punktu B1 do punktu B2 1) Pado A., start.ru, język rosyjski dla średnio zaawansowanych, cz. 1 i 2, WSiP 2) Wiatr-Kmieciak M., Wujec S., Vot i my, cz. 2 i 3, Wydawnictwa Szkolne PWN 3) Iłzak-Gwizdała A., Tatarchyk O., Ekspres na Wschód, Kurs języka rosyjskiego B1-- B2, Cogit :				
Literatura uzupełniająca	Pado A., ты за или против, Materiały uzupełniające, WSiP Duchnowska D., Russkij yazyk, podgotovitelnye materialy k ekzamienu TELC urovn B1, B2, Politechnika Krakowska Ponadto student powinien stale korzystać ze słownika monolingwalnego oraz z podręcznika do gramatyki języka rosyjskiego, np. H. Stelmach, Język rosyjski, prościej, ja nie!, Interbook - Materiały przygotowane przez lektora :				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
	Liczba godzin		W tym e-learning		
Zajęcia dydaktyczne	15		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	3		0		
Przygotowanie się do zajęć	18		0		
Studiowanie literatury	3		0		
Udział w konsultacjach	4		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	3		0		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	4		0		
Łączny nakład pracy studenta w godz.	50				
Liczba punktów ECTS	2				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-BMiR-O-II-N-22/23Z						
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 studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : 		
Status przedmiotu: obowi zkowy			J zyk przedmiotu: semestr: 1 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
1	1	wiczenia	9	0	ZO	4
		wykład	9	0	ZO	
Razem			18			4
Koordynator przedmiotu:		dr hab. PRZEMYSŁAW PLUSKOTA				
Prowadz cy zaj cia:		dr hab. PRZEMYSŁAW PLUSKOTA				
Cele przedmiotu:		Zapoznanie z problematyk kapitału rzeczowego, finansów oraz instytucji finansowych w uj ciu regionalnym. Rozwój umiej tno ci identyfikacji czynników wpływaj cych na dochody i wydatki oraz kształtowanie kapitału rzeczowego jednostek samorz du terytorialnego. Kształtowanie gotowo ci do wyra ania s dów na temat finansów regionalnych, zarówno w uj ciu podmiotowym, jak i przedmiotowym.				
Wymagania wst pne:		Ogólna znajomo współczesnych finansów na podstawie bie cych doniesie medialnych.				
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 właściwych decyzji w zakresie wyboru determinant rozwoju lokalnego i regionalnego	K_K05 K_K07		
	2	EP9	Student jest gotów do wyrażania opinii dotyczących oceny funkcjonowania finansów regionalnych w ujęciu instytucjonalnym i instrumentalnym.	K_K02		
TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJI			Semestr	Liczba godzin zajęć		
					w tym e-learning	
Przedmiot: kapitał rzeczowy i finansowy w rozwoju miast						
Forma zajęć : wykład						
1. Miejsce finansów regionalnych w finansach publicznych			1	1	0	
2. Finanse samorządowe			1	1	0	
3. Budżet jako podstawa gospodarki finansowej jednostki samorządu terytorialnego			1	2	0	
4. Charakterystyka kapitału rzeczowego miast i regionów			1	2	0	
5. Rola i znaczenie regionalnych instytucji finansowych, banki spółdzielcze na regionalnym rynku finansowym			1	2	0	
6. Regionalne instytucje finansowe			1	1	0	
Forma zajęć : wiczenia						
1. Finanse samorządowe			1	2	0	
2. Budżet JST, procedura budżetowa, deficyt a nadwyżka budżetowa			1	2	0	
3. Analiza budżetu wybranej JST			1	2	0	
4. Regionalne instytucje finansowe a regionalne instytucje finansujące			1	1	0	
5. Analiza oferty regionalnych instytucji finansowych			1	2	0	
Metody kształcenia	prezentacja multimedialna, analiza tekstów z dyskusją, praca w grupach, wykład informacyjny					
Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu	
	SPRAWDZIAN				EP1,EP2,EP3,EP9	
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ)				EP4,EP5,EP6,EP7,EP8	
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.					
Forma i warunki zaliczenia	wiczenia - zaliczenie z ocen na podstawie bieżącej oceny wykonywanych zadań wykłady - zaliczenie z ocen w oparciu o wyniki końcowego sprawdzianu pisemnego z zakresu treści wykładowych i zalecanej literatury					
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu ocena z przedmiotu stanowi średnia arytmetyczna z wykładów i wiczeń					
Metoda obliczania oceny końcowej	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		
Literatura podstawowa	Brzozowska K., Gorzałczyńska-Koczkodaj M., Kogut-Jaworska M., Szaja M. (2018): Finansowe determinanty rozwoju lokalnego i regionalnego, Wydawnictwo edu-Libri, Kraków-Legionowo					
	Dobrowolski Z. (2017): Zarządzanie finansami lokalnymi. Zarys problematyki i metod, Monografie i Studia Instytutu Spraw Publicznych Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków					
	Kosek-Wojnar M., Surówka K. (2007): Podstawy finansów samorządu terytorialnego, PWN, Warszawa					
	Pluskota P. (2013): Mikrofinanse w ograniczaniu niedoskonałości rynków kredytowych, Wydawnictwo CeDeWu, Warszawa					

Literatura uzupełniająca	Bartkowiak B., Flejterski S., Pluskota P. (2006): Fundusze i usługi pożyczkowe dla mikro, małych i średnich przedsiębiorstw, Difin, Warszawa
	Capiga M., Szustak G., Szewczyk Ł. (2017): Banki spółdzielcze na rynku finansowym w Polsce, CeDeWu, Warszawa
	Flejterski S., Pluskota P., Szymczak I. (2005): Instytucje i usługi poradczeniowe na rynku finansowym, Difin, Warszawa
	McWaters J., Bruno G., Galaski R., Chatterjee S. (2016): The future of financial infrastructure, World Economic Forum, Deloitte Canada
	Mikołajczyk B. (2007): Infrastruktura finansowa MSP w krajach Unii Europejskiej, Difin, Warszawa
	Misiąg W.: Finanse samorządowe po 25 latach – stan i rekomendacje, Bank Gospodarstwa Krajowego
	Szelągowska A. (red.) (2007): Instytucje rynku finansowego w Polsce, Cedewu.pl Wydawnictwa Fachowe, Warszawa

NAKŁAD PRACY STUDENTA

	Liczba godzin	
		W tym e-learning
Zajęcia dydaktyczne	18	0
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2	0
Przygotowanie się do zajęć	18	0
Studiowanie literatury	30	0
Udział w konsultacjach	8	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0	0
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	24	0
Ł. CZNY nakład pracy studenta w godz.	100	
Liczba punktów ECTS	4	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-BMiR-O-II-N-22/23Z-MWiPMiR						
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 studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : menad er wizerunku i promocji miast i regionów		
Status przedmiotu: obowi zkowy			J zyk przedmiotu: semestr: 2 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
1	2	wiczenia	9	0	ZO	4
		wykład	9	0	ZO	
Razem			18			4
Koordynator przedmiotu:		dr in . JACEK RUDEWICZ				
Prowadz cy zaj cia:		dr in . JACEK RUDEWICZ				
Cele przedmiotu:		Celem przedmiotu jest przekazanie studentom wiedzy i nabycie umiej tno ci w zakresie kreowania wizerunku miast i regionów, docenienie roli i funkcji jakie wizerunek pełni w organizacjach, u wiadomienie jego siły oddziaływania, niebezpiecze stw zwi zanych z etyk i sposobami manipulacji opinia publiczna.				
Wymagania wst pne:		Podstawowa wiedza z marketingu				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Student zna poj cia i specyfik działa wizerunkowych oraz Public Relations na rynku oraz w przestrzeni komunikacji społecznej.		K_W06	
	2	EP2	Student zna podstawowe formy tworzenia tre ci w mediach konwencjonalnych i społeczno ciowych.		K_W08	
	3	EP3	Student zna zasady etyki mediów/ formalne i nieformalne sposoby post powania w przypadku narusze etyki.		K_W09	
umiej tno ci	1	EP4	Student potrafi sformułowa tre komunikatów w PR.		K_U07	
	2	EP5	Student potrafi przygotowa konferencj prasow i j poprowadzi .		K_U06	
	3	EP6	Student potrafi pracowa zespołowo, wciela si w odpowiednie role w zespole zadaniowym.		K_U09	
kompetencje społeczne	1	EP7	Student jest gotów działa etycznie i zgodnie z zasadami kodeksów post powania w mediach.		K_K07	
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI					Semestr	Liczba godzin zaj
						w tym e-learning
Przedmiot: kreowanie wizerunku miast i regionów						
Forma zaj : wykład						
1. Public Relations i współczesne media w kreowaniu wizerunku miast i regionów.					2	2 0
2. Sponsoring jak element PR i marketingu miejsc.					2	1 0
3. Praca rzecznika prasowego i jego rola w kreowaniu wizerunku miast i regionów.					2	1 0
4. Wizerunek miast i regionów w marketingu politycznym.					2	2 0

5. Wizerunek miast i regionów jako narz dzie komunikacji społecznej.	2	2	0		
6. Etyka mediów i przekazu.	2	1	0		
Forma zaj : wiczenia					
1. Konferencja prasowa i komunikaty prasowe w kreowaniu wizerunku miast i regionów.	2	2	0		
2. Formy komunikacji prasowej.	2	2	0		
3. PR w marketingu miejsc.	2	1	0		
4. Publicity i word of mouth w kreowaniu wizerunku miast i regionów.	2	1	0		
5. e-PR w kreowaniu wizerunku miast i regionów.	2	1	0		
6. Konstruowanie projektu dział PR kreuj cego po dany wizerunek miast i regionów.	2	2	0		
Metody kształcenia	Wykład uczestnicz cy, studia przypadków, symulacje, prezentacje audio video.				
Metody weryfikacji efektów uczenia si			Nr efektu uczenia si z sylabusa		
	KOLOKWIUM		EP1,EP2,EP3		
	PROJEKT		EP4		
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)		EP5,EP6,EP7		
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego.				
Forma i warunki zaliczenia	wiczenia - zaliczenie z ocen na podstawie bie czej oceny poprawno ci wykonywanych zada , w tym przygotowania projektu dział 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		
Literatura podstawowa	Ol dzki J. (red.) (2006): Public relations. Znaczenie spoáceczne i kierunki rozwoju, PWN, Warszawa				
	Seitel F.P (2003): Public Relations w praktyce, Felberg SJA, Warszawa				
	Wiktor J.W. (2013): Komunikacja marketingowa,, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa				
	Wojcik K (2013): Public Relations. Wiarygodny dialog z otoczeniem, Oficyna Wolters Kluwer business, Warszawa				
Literatura uzupełniają ca	Budzy ski W. (2005): Public relations: zarz dzenie reputacj firmy, Poltext, Warszawa				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zaj cia dydaktyczne	18		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	4		0		
Przygotowanie si do zaj	18		0		
Studiowanie literatury	15		0		
Udział w konsultacjach	13		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	20		0		

Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	12	0
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	100	
Liczba punktów ECTS	4	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-BMiR-O-II-N-22/23Z						
Nazwa przedmiotu: marka etniczna i narodowa (KIERUNKOWE)				Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_17N		
Nazwa kierunku: branding miast i regionów						
Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : 		
Status przedmiotu: obowi zkowy			J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
2	3	wiczenia	9	0	ZO	3
		wykład	9	0	ZO	
Razem			18			3
Koordynator przedmiotu:		dr ANNA CZAPLI SKA				
Prowadz cy zaj cia:		dr ANNA CZAPLI SKA				
Cele przedmiotu:		Poznanie społeczno-kulturowych uwarunkowa marketingu terytorialnego narodów i grup etnicznych. Zapoznanie z mechanizmami organizacji i funkcjonowania marki etnicznej i narodowej. Kształtowanie umiej tno ci w wykrywaniu i analizowaniu efektów marki etnicznej i narodowej. Formowanie postaw do działania i my lenia w sposób przedsi biorczy i kreatywny w inicjowaniu działa na rzecz interesu narodowego w kontek cie marki etnicznej i narodowej.				
Wymagania wst pne:		Wiedza i umiej tno ci z zakresu nast puj cych przedmiotów realizowanych na wcze niejszych etapach nauczania: marketing strategiczny miast i regionów, metody i techniki regionalnych bada społecznych				
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 mylenia w sposób przedsięwzięty i kreatywny w inicjowaniu działań na rzecz interesu publicznego w kontekście marki etnicznej i narodowej.	K_K03		
	2	EP8	Jest gotów do wypełniania zobowiązań społecznych oraz inspirowania i organizowania działań na rzecz rozwoju społeczno-ekonomicznego i regionalnych w kontekście marki etnicznej i narodowej.	K_K04		
TRECI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJE				Semestr	Liczba godzin zajęć	
					w tym e-learning	
Przedmiot: marka etniczna i narodowa						
Forma zajęć : wykład						
1. Koncepcje, teorie i podstawowe pojęcia marketingu etnicznego i narodowego.				3	1	0
2. To samo i wizerunek w marketingu etnicznym i narodowym.				3	2	0
3. Budowanie marki narodowej.				3	2	0
4. Strategia pozycjonowania marki etnicznej i narodowej.				3	2	0
5. Zarządzanie relacjami rynkowymi w kontekście marki etnicznej i narodowej.				3	2	0
Forma zajęć : wiczenia						
1. Wybrana marka etniczna lub narodowa - określenie czynników rozwojowych.				3	1	0
2. Wybrana marka etniczna lub narodowa w kontekście analizy to samo i wizerunku.				3	2	0
3. Wybrana marka etniczna lub narodowa - ocena istniejącej marki				3	2	0
4. Wybrana marka etniczna lub narodowa - analiza kampanii promocyjnej.				3	2	0
5. Wybrana marka etniczna lub narodowa - charakterystyka rynku.				3	2	0
Metody kształcenia	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	
	KOLOKWIMUM				EP1,EP2,EP3,EP4,EP5	
	PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA				EP3,EP4,EP5,EP6	
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ)				EP5,EP7,EP8	
Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.						
Forma i warunki zaliczenia	Wykłady - zaliczenie z oceną na podstawie kolokwium końcowego z zakresu wykładów i zalecanej literatury po uprzednim uzyskaniu zaliczenia z wiczeń.					
	wiczenia - zaliczenie z oceną na podstawie ocen cząstkowych za wykonywane prace analityczne oraz aktywność podczas zajęć.					
Zasady wyliczania oceny z przedmiotu						
Ocenę 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			Nieobliczana	
	3	marka etniczna i narodowa [wykład]		zaliczenie z ocen		
	3	marka etniczna i narodowa [wiczenia]		zaliczenie z ocen		
Literatura podstawowa	Dinnie, K. (2008): Nation branding: Concepts, issues, practice. , Oxford: Elsevier.					
	Hereñiak M. (2011): MARKA NARODOWA. JAK SKUTECZNIE BUDOWAĆ WIZERUNEK I REPUTACJĘ KRAJU , Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne S.A. , Warszawa					
	Szromnik A. (2016): Marketing terytorialny: miasto i region na rynku, Wolters Kluwer, Warszawa					

Literatura uzupełniająca	Kotarski H. (2018): Marka narodowa i regionalna jako branding miejsca, Pogranicze. Studia Społeczne. Tom XXXIII
	Kotler Ph., Jatusripitak S., Maesincee S. (1999): Marketing narodów. Strategiczne podejście do budowania bogactwa narodowego, Wyd. Profesjonalnej Szkoły Biznesu, Kraków
	Quirin A. : BRANDING NARODOWY – CO TO JEST? UWAGI DO TOCZEJSZYCH DYSKUSJI, vol. 49/2016, ss. 78–96 ISSN 1505-2192 www.atheneum.umk.pl

NAKŁAD PRACY STUDENTA

	Liczba godzin	
		W tym e-learning
Zajęcia dydaktyczne	18	0
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2	0
Przygotowanie się do zajęć	14	0
Studiowanie literatury	10	0
Udział w konsultacjach	6	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	15	0
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	10	0
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.	75	
Liczba punktów ECTS	3	

SYLABUS (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-BMiR-O-II-N-22/23Z-MBMiR						
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 studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : menad er brandingu miast i regionów		
Status przedmiotu: obowi zkowy			J zyk przedmiotu: semestr: 4 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
2	4	wiczenia	9	0	ZO	3
		wykład	9	0	ZO	
Razem			18			3
Koordynator przedmiotu:		dr in .EL BIETA OCIEPA-KICI SKA				
Prowadz cy zaj cia:		dr in .EL BIETA OCIEPA-KICI SKA				
Cele przedmiotu:		Celem procesu dydaktycznego jest zapoznanie studentów z mark instytucji publicznej oraz teoretycznymi i praktycznymi aspektami zwi zanymi z budowaniem marki instytucji publicznej, kształtowanie umiej tno ci okre lania i wyja niania specyficznych aspektów zwi zanych z budowaniem marki instytucji publicznej oraz kształtowanie gotowo ci do formułowania krytycznej oceny rozwi za stosowanych przez konkretne instytucje publiczne w zakresie budowania ich marki.				
Wymagania wst pne:		Podstawowe wiadomo ci z zakresu podstaw marketingu oraz finansów publicznych.				
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 ZAJ I KONSULTACJI				Semestr	Liczba godzin zaj	
					w tym e-learning	
Przedmiot: marka instytucji u yteczno ci publicznej						
Forma zaj : wykład						

1. Marka instytucji publicznej - wprowadzenie		4	2	0	
2. New Public Management w instytucji publicznej		4	2	0	
3. Narzędzia wspierające budowanie marki instytucji publicznej		4	2	0	
4. Doradztwo marketingowe w budowaniu marki instytucji publicznej		4	1	0	
5. Kampanie społeczne jako element budowania marki instytucji publicznej		4	2	0	
Forma zajęć : wiczenia					
1. Marka instytucji publicznej ? analiza przypadków		4	2	0	
2. Internet w budowaniu marki instytucji publicznej		4	1	0	
3. Praca w grupach nad opracowaniem projektu marki instytucji publicznej		4	3	0	
4. Prezentacja opracowanych projektów przez studentów		4	3	0	
Metody kształcenia	Wykład informacyjny, studium przypadku, wykład konwersatoryjny, prezentacja multimedialna, opracowanie projektu w grupach				
Metody weryfikacji efektów uczenia się				Nr efektu uczenia się z sylabusu	
	SPRAWDZIAN			EP1,EP2,EP3,EP4	
	PROJEKT			EP4,EP6,EP7	
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZECZ OBSERWACJAMI)			EP5,EP6,EP8	
Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.					
Forma i warunki zaliczenia	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 wiczeń.				
	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 średniej
	4	marka instytucji publicznej		Arytmetyczna	
	4	marka instytucji publicznej [wiczenia]	zaliczenie z ocen		
	4	marka instytucji publicznej [wykład]	zaliczenie z ocen		
Literatura podstawowa	Furman W., Hales C., Kaszuba K., Szromnik A. (2010): Marketing w zarządzaniu rozwojem lokalnym, Białostocka Fundacja Kształcenia Kadr				
	Glińska E. (2016): Budowanie marki miasta : koncepcje, warunki, modele, Wolters Kluwer Polska				
	Z. Szymła (red.) (2001): Konkurencyjne miasta i regionów. Praca zbiorowa., AE w Krakowie				
Literatura uzupełniająca	Miesięcznik „Samorząd Terytorialny”				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
			W tym e-learning		
Zajęcia dydaktyczne	18	0			
Udział w egzaminie/zaliczeniu	4	0			
Przygotowanie się do zajęć	10	0			
Studiowanie literatury	12	0			
Udział w konsultacjach	8	0			
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	13	0			

Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	10	0
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	75	
Liczba punktów ECTS	3	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-BMiR-O-II-N-22/23Z							
Nazwa przedmiotu: marketing strategiczny miast i regionów (KIERUNKOWE)				Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_12N			
Nazwa kierunku: branding miast i regionów							
Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : 			
Status przedmiotu: obowi zkowy			J zyk przedmiotu: semestr: 2 - j zyk polski				
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
1	2	wiczenia	9	0	ZO	4	
		wykład	9	0	E		
Razem			18			4	
Koordynator przedmiotu:		prof. dr hab. EDYTA RUDAWSKA					
Prowadz cy zaj cia:		prof. dr hab. EDYTA RUDAWSKA					
Cele przedmiotu:		Przedstawienie i ocena mo liwo ci wykorzystania marketingu w kreowaniu pozycji konkurencyjnej miast i regionów. Znaj c proces zarz dzania marketingowego w JST student potrafi charakteryzowa elementy struktury strategicznego planu marketingowego oraz konstruowa strategiczny plan marketingowy dla wybranej gminy					
Wymagania wst pne:		Student wymienia i definiuje podstawowe zagadnienia z zakresu marketingu, zarz dzania i ekonomii Student ocenia zmiany zachodz ce na rynku, organizuje proces pozyskiwania informacji na temat konkretnej gminy/regionu					
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 ZAJ I KONSULTACJI					Semestr	Liczba godzin zaj	
						w tym e-learning	
Przedmiot: marketing strategiczny miast i regionów							
Forma zaj : wykład							
1. Funkcje współczesnego marketingu strategicznego w JST					2	1	0
2. Konsekwencje przyj cia koncepcji marketingowej w JST					2	1	0
3. Proces strategicznego zarz dzania marketingowego					2	1	0
4. Procedura opracowania strategicznego planu marketingowego w gminie					2	1	0
5. Analiza bie czej sytuacji marketingowej gminy, zasady formułowania celów marketingowych					2	2	0
6. Narz dzia wspomagaj ce proces okre lania celów i strategii marketingowych					2	1	0
7. Strategie marketingowe dla gminy, program działa marketingowych, ustalenie bud etu działa i kontrola działa					2	2	0

Forma zaj : wiczenia						
1. Analiza zasobów miast i gmin		2	2	0		
2. Identyfikacja czynników wyróżniających gminy konkurencyjne		2	1	0		
3. Przygotowanie analiz portfelowych służących do wyboru strategii marketingowego działania		2	1	0		
4. Formułowanie misji i celów strategicznych dla gminy		2	1	0		
5. Opracowanie strategii marketingowej		2	2	0		
6. Opracowanie programu działań marketingowych oraz sposobów kontroli działań		2	2	0		
Metody kształcenia		Prezentacja multimedialna, dyskusja, praca w grupach, prezentacja projektu przez studentów				
Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu	
		EGZAMIN PISEMNY			EP1,EP2	
		PROJEKT			EP3,EP4	
		Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.				
Forma i warunki zaliczenia		Zaliczenie wykładów: Egzamin pisemny z treści prezentowanych na wykładach oraz wskazanych pozycjach literatury				
		Zaliczenie wicze : na podstawie przygotowanie i zaprezentowanie projektu strategii marketingowej dla wybranego miasta lub regionu.				
		Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
		Ocena z przedmiotu jest średnią arytmetyczną ocen z wykładów i wicze .				
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 [wykład]	egzamin		
		2	marketing strategiczny miast i regionów [wiczenia]	zaliczenie z ocen		
Literatura podstawowa		Andrzej Szromnik (2016): Marketing terytorialny, Wolters Kluwer				
		M. Dziekoński, R. Kozielski (2007): Jak szybko napisać profesjonalny plan marketingowy, Oficyna, Kraków				
Literatura uzupełniająca						
NAKŁAD PRACY STUDENTA						
		Liczba godzin				
		W tym e-learning				
Zajęcia dydaktyczne		18	0			
Udział w egzaminie/zaliczeniu		3	0			
Przygotowanie się do zajęć		24	0			
Studiowanie literatury		15	0			
Udział w konsultacjach		6	0			
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		20	0			
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia		14	0			
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.		100				
Liczba punktów ECTS		4				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-BMiR-O-II-N-22/23Z						
Nazwa przedmiotu: metodologia nauk społecznych (PODSTAWOWE)				Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_1N		
Nazwa kierunku: branding miast i regionów						
Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno :		
Status przedmiotu: obowi zkowy			J zyk przedmiotu: semestr: 1 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
1	1	wykład	9	0	ZO	2
Razem			9			2
Koordynator przedmiotu:		prof. dr hab. MAREK DUTKOWSKI				
Prowadz cy zaj cia:		prof. dr hab. MAREK DUTKOWSKI				
Cele przedmiotu:		Uzyskanie podstawowej wiedzy o zasadach metody naukowej, orientacjach filozoficzno-metodologicznych, nurtach i podej ciach, post powaniu badawczym i rodzajach metod stosowanych w naukach społecznych. Kształtowanie umiej tno ci my lenia naukowego opartego na faktach. Formowanie postaw racjonalnych i krytycznych wobec zastanej wiedzy.				
Wymagania wst pne:		Wiedza i umiej tno ci z zakresu geografii społeczno-ekonomicznej, WOS i podstaw przedsi biorczo ci oraz podstawowe wiadomo ci z zakresu logiki, rachunku prawdopodobie stwa i algebry na poziomie szkoły redniej. Ogólna znajomo współczesnych problemów i osi gni nauki, ze szczególnym uwzgl dnieniem ekonomii, socjologii i geografii społeczno-ekonomicznej.				
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 doceniać metod naukow jako podstaw kultury i życia społecznego.	K_K06	
	3	EP9	Jest gotów eksponować znaczenie prawdy w badaniach naukowych oraz negatywne skutki fałszu i bzdury w nauce.	K_K07	
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI			Semestr	Liczba godzin zaj	
				w tym e-learning	
Przedmiot: metodologia nauk społecznych					
Forma zaj : wykład					
1. Metodologia, metoda, technika badawcza			1	1	0
2. Specyfika i struktura wewnętrzna nauk społecznych i ich miejsce w systemie nauki			1	2	0
3. Specyfika, struktura i podejścia badawcze w ekonomii			1	1	0
4. Specyfika, struktura i podejścia badawcze w socjologii			1	1	0
5. Specyfika, struktura i podejścia badawcze w geografii społeczno-ekonomicznej			1	1	0
6. Postępowanie badawcze w naukach społecznych			1	1	0
7. Zasady przygotowania eseju z metodologii nauk społecznych			1	2	0
Metody kształcenia	Wykład akademicki z użyciem wyświetlacza pisma.				
Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu
	PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA				EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6,EP7,EP8,EP9
Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.					
Forma i warunki zaliczenia	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 każdego 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). Ocena końcowa: 20-19 pkt. - bdb; 18-17 pkt. db+; 16-15 pkt. db; 14-13 pkt. - dst+; 11-12 pkt. - dst.				
	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
Literatura podstawowa	Frankfort-Nachmias Ch., Nachmias D., (2001): Metody badawcze w naukach społecznych, Wydawnictwo Zysk i S-ka, Poznań				
	Grobler A. (2006): Metodologia nauk, Wydawnictwo Areus - Wydawnictwo Znak, Kraków				
	Krajewski W. (1998): Prawa nauki. Przegląd zagadnień metodologicznych i filozoficznych, Książka i Wiedza, Warszawa				
Literatura uzupełniająca	Frankfurt H.G. (2008): O prawdzie, Dom Wydawniczy BELA MED, Krosno				
	Frankfurt H.G. (2008): O wciskaniu kitu, czyli barbarzyńca press				

NAKŁAD PRACY STUDENTA

	Liczba godzin	
		W tym e-learning
Zajęcia dydaktyczne	9	0
Udział w egzaminie/zaliczeniu	0	0
Przygotowanie się do zajęć	0	0
Studiowanie literatury	11	0
Udział w konsultacjach	10	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	20	0
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	0	0
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.	50	
Liczba punktów ECTS	2	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-BMiR-O-II-N-22/23Z							
Nazwa przedmiotu: metody i techniki regionalnych badań społecznych (KIERUNKOWE)				Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_13N			
Nazwa kierunku: branding miast i regionów							
Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : 			
Status przedmiotu: obowiązkowy			Język przedmiotu: semestr: 2 - j. język polski				
Rok	Semestr	Forma zajęć	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
1	2	laboratorium	9	0	ZO	4	
		wykład	9	0	ZO		
Razem			18			4	
Koordynator przedmiotu:		dr ANNA LANDOWSKA					
Prowadzący zajęcia:		dr ANNA LANDOWSKA					
Cele przedmiotu:		Zapoznanie studenta z metodami i technikami prowadzenia regionalnych badań społecznych; rozwijanie umiejętności właściwego doboru i wykorzystania metod i technik badawczych; kształtowanie gotowości do uznawania znaczenia metod i technik badań społecznych w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych.					
Wymagania wstępne:		Znajomość podstaw matematyki i statystyki					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu		
wiedza	1	EP2	Student zna różne metody i techniki regionalnych badań społecznych		K_W05		
umiejętności	1	EP3	Student potrafi korzystać z właściwych metod i technik regionalnych badań społecznych		K_U03		
kompetencje społeczne	1	EP4	Student gotów do uznawania roli metod i technik regionalnych badań społecznych w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych		K_K02		
TRECI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJE					Semestr	Liczba godzin zajęć	
						w tym e-learning	
Przedmiot: metody i techniki regionalnych badań społecznych							
Forma zajęć : wykład							
1. Etapy procesu badawczego - sformułowanie problemu badawczego					2	1	0
2. Badania reaktywne i niereaktywne, ilościowe i jakościowe					2	2	0
3. Obserwacja, ankieta i kwestionariusz wywiadu jako podstawowe narzędzia badań sondażowych					2	2	0
4. Dobór jednostek do badania - rodzaje prób i ich reprezentatywność					2	2	0
5. Analiza danych ilościowych i jakościowych					2	2	0
Forma zajęć : laboratorium							
1. Pojęcie zmiennej, miernika a wskaźnika. Skale pomiarowe					2	3	0
2. Badanie zmiennych ilościowych i jakościowych. Kodowanie zmiennych.					2	3	0
3. Graficzna prezentacja wyników badań					2	3	0

Metody kształcenia	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
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego.				
Forma i warunki zaliczenia	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.					
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	metody i techniki regionalnych bada społecznych		Arytmetyczna	
	2	metody i techniki regionalnych bada społecznych [wykład]	zaliczenie z ocen		
	2	metody i techniki regionalnych bada społecznych [laboratorium]	zaliczenie z ocen		
Literatura podstawowa	Babbie E. (2006): Badania społeczne w praktyce, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa				
	Babbie E. (2008): Podstawy bada społecznych, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa				
	Flick U. (2012): Projektowanie badania jako ciowego, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa				
	Silverman D. (2007): Interpretacja danych jako ciowych, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa				
Literatura uzupełniają ca					
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
			Liczba godzin		
			W tym e-learning		
Zaj cia dydaktyczne	18		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2		0		
Przygotowanie si do zaj	30		0		
Studiowanie literatury	20		0		
Udział w konsultacjach	14		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0		0		
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	16		0		
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	100				
Liczba punktów ECTS	4				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-BMiR-O-II-N-22/23Z						
Nazwa przedmiotu: negocjacje i sztuka argumentacji (KIERUNKOWE)				Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_11N		
Nazwa kierunku: branding miast i regionów						
Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : 		
Status przedmiotu: obowi zkowy			J zyk przedmiotu: semestr: 2 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
1	2	wiczenia	9	0	ZO	3
		wykład	9	0	ZO	
Razem			18			3
Koordynator przedmiotu:		dr IZABELA OSTROWSKA				
Prowadz cy zaj cia:		dr LESZEK GRACZ , dr IZABELA OSTROWSKA				
Cele przedmiotu:		Celem procesu dydaktycznego jest zaznajomienie studentów z zasadami negocjacji, stylami i technikami negocjacji, nabycie umiej tno ci pracy w grupach, rozwój umiej tno ci w zakresie sposobów komunikacji i argumentacji w ró nych sytuacjach biznesowych, kształtowanie gotowo ci wykorzystania technik negocjacji i komunikacji w uj ciu praktycznym.				
Wymagania wst pne:		Podstawowa wiedza na temat komunikacji.				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Student zna podstawowe zasady i style negocjacji		K_W01 K_W02	
	2	EP2	Zna i rozumie mechanizmy i uwarunkowania determinuj ce pozycj negocjacyjn		K_W03 K_W09	
umiej tno ci	1	EP3	Potrafi posługiwa si technikami komunikacyjnymi (zachowania werbalne i niewerbalne) by przekaza komunikat rozmówcy w celu podj cia prawidłowej decyzji i przekona go do swojego stanowiska.		K_U03 K_U06	
	2	EP4	Student potrafi planowa i doskonali swoje kompetencje w zakresie negocjacji i sztuki argumentacji		K_U10	
kompetencje społeczne	1	EP5	Student jest gotów do etycznej reakcji na ró norodne zachowania poszczególnych partnerów decyzyjnych		K_K07	
	2	EP6	Jest gotów do korzystania z poznanych technik negocjacyjnych do osi gni cia m drego rozwi zania, satysfakcjonuj cego obie strony w maksymalnym stopniu		K_K05 K_K06	
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI				Semestr	Liczba godzin zaj	
					w tym e-learning	
Przedmiot: negocjacje i sztuka argumentacji						
Forma zaj : wykład						
1. Istota, zasady, proces i style negocjacji				2	2	0
2. Komunikacja i dopasowanie w negocjacjach				2	1	0

3. Komunikacja werbalna i sztuka argumentacji		2	1	0	
4. Komunikacja niewerbalna		2	2	0	
5. Techniki negocjacyjne		2	3	0	
Forma zaj : wiczenia					
1. Podstawowe zasady komunikacji w negocjacjach		2	2	0	
2. wiczenia z zakresu skutecznej komunikacji i argumentacji.		2	2	0	
3. Rozbudowane techniki i taktyki negocjacyjne.		2	2	0	
4. Negocjacje w praktyce - wiczenia na przykladach praktycznych		2	3	0	
Metody kształcenia	Prezentacja multimedialna,, Analiza przypadku, rozwijanie zada problemowych,, dyskusja i praca w grupach.				
Metody weryfikacji efektów uczenia si				Nr efektu uczenia si z sylabusu	
	KOLOKWIUM			EP1,EP2	
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)			EP3,EP4,EP5,EP6	
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.				
Forma i warunki zaliczenia	wiczenia - zaliczenie z ocen na podstawie aktywności na zajęciach, ocen cząstkowych za wykonywanie poszczególnych zada . Wykłady - zaliczenie z ocen w oparciu o wyniki końcowego kolokwium z zakresu treści wykładowych i zalecanej literatury po uprzednim zaliczeniu wicze .				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena z przedmiotu stanowi średnia arytmetyczna ocen z wykładów i wicze .				
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		
Literatura podstawowa	Gracz L., Słupka K. (red.) (2018): Negocjacje i komunikacja. Wybrane aspekty, edu-Libri				
	Rosa G., Ostrowska I., Słupka K., Gracz L. (2018): Komunikacja międzykulturowa w biznesie,, edu-Libri				
Literatura uzupełniająca	Rosa G. (2009): Komunikacja i negocjacje w biznesie, WNUS,, Szczecin				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
			W tym e-learning		
Zajęcia dydaktyczne		18	0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu		4	0		
Przygotowanie się do zajęć		10	0		
Studiowanie literatury		16	0		
Udział w konsultacjach		12	0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		0	0		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia		15	0		
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.		75			
Liczba punktów ECTS		3			

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-BMiR-O-II-N-22/23Z						
Nazwa przedmiotu: organizacja i funkcjonowanie administracji publicznej (PODSTAWOWE)				Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_4N		
Nazwa kierunku: branding miast i regionów						
Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : 		
Status przedmiotu: obowi zkowy			J zyk przedmiotu: semestr: 1 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
1	1	wiczenia	9	0	ZO	4
		wykład	9	0	E	
Razem			18			4
Koordynator przedmiotu:		prof. dr hab. KRYSZYNA BRZOZOWSKA				
Prowadz cy zaj cia:		prof. dr hab. KRYSZYNA BRZOZOWSKA				
Cele przedmiotu:		Celem procesu dydaktycznego jest zapoznanie studentów z teoretycznymi i praktycznymi aspektami zwi zanyymi ze struktur organizacyjn i zasadami funkcjonowania centralnej administracji rz dowej i rz dowej administracji terenowej oraz wskazanie na ich rol w kształtowaniu polityki publicznej.				
Wymagania wst pne:		Ogólna znajomo zagadnie z zakresu ekonomii i finansów.				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	student zna podstawowe poj cia i potrafi okre li funkcje oraz sfery działania administracji rz dowej i samorz dowej w kraju		K_W01 K_W02	
	2	EP2	student ma wiedz na temat zasad działania i kompetencji centralnej administracji rz dowej i rz dowej administracji terenowej oraz administracji samorz dowej		K_W04 K_W09	
umiej tno ci	1	EP3	student potrafi wykrywa zale no ci przyczynowo-skutkowe zachodz ce w administracji rz dowej oraz administracji samorz dowej		K_U02 K_U05	
	2	EP4	student potrafi interpretowa procesy europeizacji administracji rz dowej i ocenia rol rz du w polityce integracyjnej		K_U01 K_U06	
kompetencje społeczne	1	EP5	jest gotów do akceptacji odmiennych pogl dów w kwestii organizacji i funkcjonowania administracji publicznej		K_K07	
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI				Semestr	Liczba godzin zaj	
					w tym e-learning	
Przedmiot: organizacja i funkcjonowanie administracji publicznej						
Forma zaj : wykład						
1. Zdefiniowanie poj cia, funkcji i sfer działania administracji publicznej w Polsce				1	2	0
2. Struktura i kompetencje centralnej administracji rz dowej oraz administracji samorz dowej				1	3	0
3. Organizacja i zasady działania rz dowej administracji terenowej				1	2	0
4. Autonomiczne struktury administracji centralnej ? znaczenie w systemie administracji pa stwowej				1	1	0

5. Istota i formy kontroli administracji rz dowej		1	1	0	
Forma zaj : wiczenia					
1. Samorz d terytorialny jako podmiot administracji publicznej		1	2	0	
2. Struktura organizacyjna jednostek samorz du terytorialnego		1	1	0	
3. Zadania samorz du terytorialnego		1	2	0	
4. Gospodarowanie finansami i mieniem samorz dowym		1	2	0	
5. Nadzór nad samorz dem terytorialnym (cele, funkcje, kryteria, organy i rodki nadzoru)		1	2	0	
Metody kształcenia	Prezentacja multimedialna, analiza tekstów z dyskusj , praca w grupach, analiza przypadków.				
Metody weryfikacji efektów uczenia si				Nr efektu uczenia si z sylabusu	
	EGZAMIN PISEMNY			EP1,EP2	
	KOLOKWIUM			EP1,EP2,EP3	
	PROJEKT			EP3,EP4,EP5	
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)			EP4,EP5	
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego.				
Forma i warunki zaliczenia	Warunkiem zaliczenia wykładów jest zdanie egzaminu przeprowadzonego w formie pisemnej z tre ci wykładów i zalecanej literatury. Do egzaminu mog podej studenci, którzy otrzymali wcze niejsze zaliczenie z wicze . Podstaw zaliczenia wicze jest aktywne uczestnictwo w zaj ciach, przygotowanie zadania praktycznego, uzyskanie pozytywnej oceny z kolokwium oraz aktywne uczestnictwo na zaj ciach.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
Ocen ko cow z przedmiotu stanowi ocena z egzaminu.					
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	1	organizacja i funkcjonowanie administracji publicznej		Wa ona	
	1	organizacja i funkcjonowanie administracji publicznej [wiczenia]	zaliczenie z ocen		0,00
	1	organizacja i funkcjonowanie administracji publicznej [wykład]	egzamin		1,00
Literatura podstawowa	red. J. Hausnera, (2016): Administracja publiczna,, PWN, Warszawa				
	B. Dolnicki, (2012): Samorz d terytorialny. Wydanie 5, , Wyd. Wolters Kluwer SA, , Warszawa				
	E. Zieli ski, (2001): Administracja rz dowa w Polsce, , Dom Wydawniczy ELIPSA, , Warszawa				
	G. Rydlewski, (2006): Polityka i administracja w rz dach pa stw członkowskich Unii Europejskiej, , Warszawa				
	H. Izdebski, (2014): Samorz d terytorialny. Podstawy ustroju i działalno ci. Wydanie 3, , LexisNexis, , Warszawa				
	H. Izdebski, M. Kulesza, (2004): Administracja publiczna. Zagadnienia ogólne, wydanie 3, , LIBER, Warszawa				
	J. Jagielski, (2007): Kontrola administracji publicznej, , Warszawa				
	M. Miemiec, W. Miemiec, K. Sawicka, (2013): Prawo finansów publicznych sektora samorz dowego, , Wyd. Wolters Kluwer SA, , Warszawa				
	red. B. Dolnicki, (2012): Formy współdziałania jednostek samorz du terytorialnego, , Wyd. Wolters Kluwer sp. z o.o., , Warszawa				
	red. J. Hausnera, (2016): Administracja publiczna, , PWN, , Warszawa				

Literatura uzupełniająca	A. von Bogdandy, R. Wolfrum, J. von Bernstorff, P. Dann, M. Goldmann (red.), (2010): The Exercise of Public Authority by International Institutions. Advancing International Institutional Law, Beiträge zum ausländischen öffentlichen Recht und Völkerrecht, Heidelberg
	ed. Ali Farazmand, (2001): Handbook of Comparative and Development Public Administration, CRC Press, New York – Basel
	ed. Ángel Manuel Moreno, National Institute of Public Administration, (2012): Local Government in the Member States of the European Union: A Comparative legal perspective, Enero, Spain
	J. Kommarek, M. Avbelj (eds.), (2010): Constitutional Pluralism in the European Union and Beyond. A Law and Policy Analysis (Modern Studies in European Law), Oxford
	red. D. Sześciło, (2014): Administracja i zarządzanie publiczne nauka o współczesnej administracji, Warszawa
	red. D. Sześciło, (2014): Administracja i zarządzanie publiczne nauka o współczesnej administracji, Warszawa
	red. I. Lipowicz, (2008): Europeizacja administracji publicznej, Warszawa
	red. P. Antkowiak, (2014): Do wiadczenia i perspektywy rozwoju samorządu terytorialnego i zawodowego, Wydawnictwo Adam Marszałek, Warszawa
	red. R. Miełkowska-Norkiene, (2009): Koordynacja polityk unijnych w Polsce, Warszawa
	T. Szewc, (2006): Dostosowanie Prawa Polskiego do Zasad Europejskiej Karty Samorządu Terytorialnego, Oficyna Wydawnicza Branta, Bydgoszcz-Katowice

NAKŁAD PRACY STUDENTA

	Liczba godzin	
		W tym e-learning
Zajęcia dydaktyczne	18	0
Udział w egzaminie/zaliczeniu	4	0
Przygotowanie się do zajęć	18	0
Studiowanie literatury	16	0
Udział w konsultacjach	8	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	20	0
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	16	0
Ł. CZNY nakład pracy studenta w godz.	100	
Liczba punktów ECTS	4	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-BMiR-O-II-N-22/23Z						
Nazwa przedmiotu: planowanie przestrzenne (KIERUNKOWE)				Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_15N		
Nazwa kierunku: branding miast i regionów						
Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : 		
Status przedmiotu: obowi zkowy			J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
2	3	wiczenia	9	0	ZO	5
		wykład	9	0	E	
Razem			18			5
Koordynator przedmiotu:		prof. dr hab. MAREK DUTKOWSKI				
Prowadz cy zaj cia:		prof. dr hab. MAREK DUTKOWSKI				
Cele przedmiotu:		<p>Zapoznanie studentów z systemem planowania przestrzennego w Polsce, pryncypiami zagospodarowania przestrzennego, modelami procesu planowania, rol prognoz w planowaniu przestrzennym oraz aktami prawnymi reguluj cymi proces planowania przestrzennego (ustawy i rozporz dzenia)</p> <p>Wykształcenie umiej tno ci inwentaryzacji funkcji i zagospodarowania wybranego obszaru oraz jego oceny z punktu widzenia branding miast i regionów.</p> <p>Wykształcenie umiej tno ci sporz dzenia projektu rozmieszczenia funkcji oraz zagospodarowania przestrzennego wybranego obszaru dla potrzeb branding miast i regionów.</p>				
Wymagania wst pne:		<p>Podstawowa wiedza geograficzna oraz wiedza o społecze stwie i gospodarce na poziomie szkoły redniej.</p> <p>Umiej tno postugiwania si mapami wielkoskalowymi oraz kartograficznymi aplikacjami komputerowymi i telefonicznymi. Ogólna wiedza o funkcjonowaniu pa stwa, zdolno ci kreatywne, podstawowe umiej tno ci komunikowania werbalnego i pisemnego, umiej tno ci pracy samodzielnej i zespołowej.</p>				
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 ksztaltowania 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 przygotowa 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 ZAJ I KONSULTACJI			Semestr	Liczba godzin zaj	
				w tym e-learning	
Przedmiot: planowanie przestrzenne					
Forma zaj : wykład					
1. Planowanie przestrzenne i jego cechy			3	2	0
2. System planowania przestrzennego w Polsce. Analiza i ocena stanu aktualnego i przewidywanych zmian.			3	2	0
3. Zasady zagospodarowania przestrzennego. Ład przestrzenny i równowa enie rozwoju w przestrzeni.			3	2	0
4. Modele planowania przestrzennego			3	2	0
5. Prognozy i ich rola w planowaniu przestrzennym			3	1	0
Forma zaj : wiczenia					
1. Inwentaryzacja, waloryzacja oraz analiza funkcji i form zagospodarowania wybranego obszaru miasta.			3	1	0
2. Diagnoza i analiza uwarunkowa zagospodarowania terenu (wewn trznych i zewn trznych)			3	2	0
3. Okre lenie funkcji oraz kierunków zagospodarowania przestrzennego wybranego obszaru istotnego z punktu widzenia brandingu miast i regionów			3	2	0
4. Opracowanie projektu zagospodarowania terenu i jego ocena z punktu widzenia korzy ci i zagro e dla brandingu miast i regionów			3	3	0
5. Prezentacja projektu (cz tekstowa i graficzna)			3	1	0
Metody kształcenia	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 sylabusa
	EGZAMIN PISEMNY				EP1,EP2,EP3
	PREZENTACJA				EP5,EP7
PROJEKT				EP10,EP4,EP6,EP8,EP9	
Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego.					

Forma i warunki zaliczenia	<p>Warunkiem zaliczenia wicze jest pozytywna ocena aktywnego udziału w zajęciach oraz projektu i jego prezentacji. Warunkiem uzyskania zaliczenia wykładu jest pozytywna ocena z egzaminu pisemnego w postaci testu wyboru. Ocena wicze jest wypadkową oceny aktywnego uczestnictwa w zajęciach - 20%, opracowanie projektu - 40%, prezentacji multimedialnej - 40%. Każde z 10 pytań egzaminu pisemnego w postaci testu wyboru oceniane jest w skali 0-1 pkt. Uzyskane punkty przeliczane są na oceny w następujący sposób: 10 pkt. - bdb; 9 pkt. - db+; 8 pkt. db; 7 pkt. dst+; 6 pkt. - dst; 5 pkt. i mniej ndst.</p>				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena z przedmiotu składa się w 60% z oceny z zaliczenia wiczeni i w 40% z oceny z egzaminu.				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	3	planowanie przestrzenne		Ważona	
	3	planowanie przestrzenne [wykład]	egzamin		0,40
	3	planowanie przestrzenne [wiczenia]	zaliczenie z ocen		0,60
Literatura podstawowa	Domański R. (1989): Podstawy planowania przestrzennego, PWN, Warszawa				
	Niewiadomski Z. (2002): Planowanie przestrzenne, Wyd. Prawnicze Lexis-Nexis, Warszawa				
	Parysek J. (2006): Wprowadzenie do gospodarki przestrzennej, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań				
	Saternus P. (2013): Leksykon urbanistyki i planowania przestrzennego, BEL Studio, Warszawa				
Literatura uzupełniająca	A2P2 (2017): Podręcznik planowania przestrzennego. Planowanie przestrzenne w gminach, Obszar Metropolitalny Gdańsk-Gdynia-Sopot, Gdańsk				
	Ministerstwo Inwestycji i Rozwoju : https://www.gov.pl/web/archiwum-inwestycje-rozwoj/planowanie-przestrzenne , Warszawa				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
				W tym e-learning	
Zajęcia dydaktyczne		18		0	
Udział w egzaminie/zaliczeniu		2		0	
Przygotowanie się do zajęć		18		0	
Studiowanie literatury		28		0	
Udział w konsultacjach		8		0	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		35		0	
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia		16		0	
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.		125			
Liczba punktów ECTS		5			

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-BMiR-O-II-N-22/23Z						
Nazwa przedmiotu: potencjał rozwojowy miast i regionów (KIERUNKOWE)				Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_5N		
Nazwa kierunku: branding miast i regionów						
Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : 		
Status przedmiotu: obowi zkowy			J zyk przedmiotu: semestr: 1 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
1	1	wiczenia	9	0	ZO	4
		wykład	9	0	ZO	
Razem			18			4
Koordynator przedmiotu:		dr hab. PAWEŁ CZAPLI SKI prof. US				
Prowadz cy zaj cia:		dr hab. PAWEŁ CZAPLI SKI prof. US				
Cele przedmiotu:		Zdobycie wiedzy na temat mechanizmów rozwoju lokalnego i regionalnego w sekwencji zasoby-potencjał-kapitał. Nabycie umiej tno ci identyfikacji składników potencjału rozwojowego ich monitoringu i prognozowania. Formowanie postawy krytycznej wobec posiadanej wiedzy i odbieranych tre ci z zakresu potencjału rozwojowego lokalnych i regionalnych układów przestrzennych.				
Wymagania wst pne:		Podstawowe wiadomo ci z zakresu geografii społeczno-ekonomicznej i wiedzy o społecze stwie na poziomie szkoły redniej.				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Rozumie istot 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	
umiej tno ci	1	EP4	Potrafi znajdowa i analizowa dane empiryczne dotycz ce rozwoju miast i regionów		K_U02 K_U05	
	2	EP5	Potrafi dobiera i wykorzystywa wła ciwe metody i narz dzia do oceny potencjału rozwojowego miast i regionów a na podstawie uzyskanych wyników przygotowywa 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 przedsi biorczy w celu wykorzystania potencjału rozwojowego układów lokalnych i regionalnych z zachowaniem zasad etyki zawodowej		K_K03	
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI				Semestr	Liczba godzin zaj	
					w tym e-learning	
Przedmiot: potencjał rozwojowy miast i regionów						
Forma zaj : wykład						
1. Przestrze i rodowisko geograficzne - perspektywa gospodarcza. Cechy i struktura przestrzeni geograficznej. rodowisko geograficzne.				1	2	0

2. Zasoby - potencjał - kapitał rodowiska	1	2	0		
3. Wzrost a rozwój gospodarczy w skali lokalnej i regionalnej	1	2	0		
4. Potencjał miasta i regionu w gospodarce lokalnej, regionalnej i ponadregionalnej	1	2	0		
5. Klasa kreatywna jako potencjał rozwojowy miast i regionów	1	1	0		
Forma zaj : wiczenia					
1. Potencjał rozwojowy wybranej gminy lub miasta - cel, zakres, metody	1	1	0		
2. Potencjał rozwojowy wybranej gminy lub miasta - identyfikacja zasobów	1	2	0		
3. Potencjał rozwojowy wybranej gminy lub miasta - określenie potencjału	1	3	0		
4. Potencjał rozwojowy wybranej gminy lub miasta - scenariusze rozwoju	1	2	0		
5. Potencjał rozwojowy wybranej gminy lub miasta - wnioski	1	1	0		
Metody kształcenia	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		
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)		EP7		
Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.					
Forma i warunki zaliczenia	Wykłady - zaliczenie wyrażone oceną w oparciu o wyniki kolokwium pisemnego z zakresu treści wykładowych i zalecanej literatury po uprzednim zaliczeniu wicze ; wiczenia - zaliczenie z oceną na podstawie aktywności na zajęciach oraz oceny przedstawionego projektu				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena z przedmiotu stanowi średnią ważoną ocen z części wykładowej - 65% oraz części wiczeniowej (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 [wykład]	zaliczenie z ocen		0,65
	1	potencjał rozwojowy miast i regionów [wiczenia]	zaliczenie z ocen		0,35
Literatura podstawowa	Churski P. (2008): Czynniki rozwoju regionalnego i polityka regionalna w Polsce w okresie integracji z Unią Europejską, UAM, Poznań				
	Churski P. (2017): Potencjał rozwojowy gminy Powidz w okresie postępującej endogenizacji procesów rozwoju, UAM, Poznań				
	Szewczuk A., Kogut-Jaworska M., Ziolo M. (2011): Rozwój lokalny i regionalny, C.H. Beck, Warszawa				
	Tomala K. (2006): Dyskusja pojęcia „potencjał rozwojowy jednostki samorządu terytorialnego”, Politechnik Górnośląska, Zabrze				
Literatura uzupełniająca	Róśka J., Socha B. (2017): Potencjał rozwojowy regionu a działalność innowacyjna przedsiębiorstw, US, Szczecin				
	Przygodzki Z. (2016): Kapitał terytorialny w rozwoju regionów, Łódź				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zajęcia dydaktyczne	18		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	5		0		
Przygotowanie się do zajęć	20		0		
Studiowanie literatury	23		0		

Udział w konsultacjach	8	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	15	0
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	11	0
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	100	
Liczba punktów ECTS	4	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-BMiR-O-II-N-22/23Z-MBMiR						
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 studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : menad er brandingu miast i regionów		
Status przedmiotu: obowi zkowy			J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
2	3	wiczenia	9	0	ZO	5
		wykład	9	0	E	
Razem			18			5
Koordynator przedmiotu:		dr AGNIESZKA SMALEC				
Prowadz cy zaj cia:		dr AGNIESZKA SMALEC				
Cele przedmiotu:		Celem przedmiotu jest uporz dkowanie i poszerzenie wiedzy przez studenta z zakresu pozycjonowania marki lokalnej i regionalnej oraz zdobycie umiej tno ci jej zastosowania w praktyce. Pozycjonowanie bowiem to sposób zaprezentowania oferty regionu (obietnica/korzy) w otoczeniu, dzi ki któremu region zajmie wyró niaj ce miejsce (wizerunek) w wiadomo ci rynku docelowego. Słuchacz b dzie miał mo liwo poznania m.in. strategii pozycjonowania oraz zaznajomienia si z dobrymi praktykami.				
Wymagania wst pne:		znajomo podstaw marketingu oraz zarz dzania mark				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Student zna i identyfikuje strategie, metody oraz narz dzia odnosz ce si do pozycjonowania marki lokalnej i regionalnej		K_W03 K_W06	
umiej tno ci	1	EP2	Student wybiera wła ciwe narz dzia i metody pozycjonowania marki lokalnej i regionalnej		K_U03 K_U04	
kompetencje społeczne	1	EP3	Student docenia znaczenie pracy w grupie i komunikacji z odbiorcami w odpowiednim pozycjonowaniu marki lokalnej i regionalne		K_K02 K_K03 K_K04	
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI				Semestr	Liczba godzin zaj	
					w tym e-learning	
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	0	
2. Strategie pozycjonowania marek lokalnych i regionalnych, m.in. cele, rodzaje, procedury, warunki, korzy ci			3	2	0	
3. Mapy percepcji i analizy struktury kategorii produktu. Inne metody budowy map percepcji i map preferencji			3	2	0	
4. Istota i elementy storytellingu w pozycjonowaniu marki			3	1	0	
5. Rola internetu w pozycjonowaniu marki lokalnej i regionalnej			3	1	0	
6. City placement i inne formy maj ce na celu pozycjonowanie marek lokalnych i regionalnych			3	1	0	
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	0	

2. Konstruowanie narzędzi pozycjonowania m.in. map percepcji i profili semantycznych oraz map preferencji i wybór strategii	3	2	0
3. Wykorzystanie storytellingu jako narzędzia pozycjonowania marek, m.in. tworzenie historii, budulec opowieści, rytuały, bohaterowie	3	2	0
4. Wykorzystanie internetu, m.in. strony internetowej oraz mediów społecznościowych w pozycjonowaniu marki lokalnej i regionalnej	3	2	0
5. Wykorzystanie city placement i innych form komunikowania oraz współpracy w strategii pozycjonowania marki lokalnej i regionalnej	3	1	0

Metody kształcenia: prezentacja multimedialna, praca w grupach i indywidualna, rozwijanie zadani problemowych, wymiana poglądów/dyskusja moderowana, case study

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

Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.

Forma i warunki zaliczenia: Zaliczenie z ocen z wicze - projekt wraz z prezentacją oraz oceniana będzie również aktywność studenta podczas wicze w grupach
Zaliczenie z ocen z wykładu odbywa się na podstawie egzaminu pisemnego z treści prezentowanych na zajęciach oraz przedstawionej literaturze.

Zasady wyliczania oceny z przedmiotu

Oceną końcową z przedmiotu jest średnia arytmetyczna ocen z zaliczenia końcowego z wicze i pozytywnego zaliczenia egzaminu.

Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do średniej
	3	pozycjonowanie marki lokalnej i regionalnej		Arytmetyczna	
	3	pozycjonowanie marki lokalnej i regionalnej [wiczenia]	zaliczenie z ocen		
	3	pozycjonowanie marki lokalnej i regionalnej [wykład]	egzamin		

Literatura podstawowa:

- A. Szromnik : Marketing terytorialny. Miasto i region na rynku, Wolters Kluwer, 2016
- J. Kall, R. Kłeczek, A. Sagan (2006): Zarządzanie marką, Oficyna Ekonomiczna, Kraków
- J. Pogorzelski (2012): Praktyczny marketing miast i regionów, Wolters Kluwer, Kraków
- K.L. Keller (2011): Strategiczne zarządzanie marką. Kapitał marki- budowanie, mierzenie i zarządzanie, Wolters Kluwer Polska, Warszawa

Literatura uzupełniająca:

- G. Urbanek (2002): Zarządzanie marką, PWE, Warszawa
- H. Pringle, W. Gordon (2008): Zarządzanie marką. Jak wypromować rozpoznawalną markę., Dom Wydawniczy Rebis, Poznań
- K. Fog, Ch. Budtz, Ph. Munch, S. Blanchette (2013): Storytelling. Narracja w reklamie i biznesie, Saatchi & Saatchi
- M. Healey (2008): Czym jest branding, ABE Dom Wydawniczy
- red. M.K. Witek-Hajduk (2011): Zarządzanie silną marką, Wolters Kluwer Polska, Warszawa

NAKŁAD PRACY STUDENTA

	Liczba godzin	
		W tym e-learning
Zajęcia dydaktyczne	18	0
Udział w egzaminie/zaliczeniu	5	0
Przygotowanie się do zajęć	19	0
Studiowanie literatury	28	0
Udział w konsultacjach	8	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	25	0

Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	22	0
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	125	
Liczba punktów ECTS	5	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-BMiR-O-II-N-22/23Z						
Nazwa przedmiotu: pracownia dyplomowa (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_19N	
Nazwa kierunku: branding miast i regionów						
Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno :	
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk polski, semestr: 4 - j zyk polski		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
2	3	pracownia dyplomowa	15	0	ZO	2
	4	pracownia dyplomowa	15	0	ZO	2
Razem			30			4
Koordynator przedmiotu:		dr hab. PAWEŁ CZAPLI SKI prof. US				
Prowadz cy zaj cia:		dr hab. PAWEŁ CZAPLI SKI prof. US				
Cele przedmiotu:		Poszerzenie wiedzy oraz pogł bienie umiej tno ci z zakresu identyfikacji i doboru lub przystosowania metod badawczych oraz posługiwanie si technikami i narz dziami analitycznymi, graficznymi i kartograficznymi w nawi zaniu do konkretnej problematyki realizowanej pracy dyplomowej; pobudzenie kreatywno ci w kontek cie samodzielnego prowadzenia bada naukowych z zakresu brandingu miast i regionów				
Wymagania wst pne:		Podstawowe umiej tno ci w zakresie posługiwanie si podstawowym oprogramowaniem komputerowym wzgl dem gromadzenia, przetwarzania i prezentacji danych				
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 brandingu 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 ródeł w j zyku polskim i obcym oraz nowoczesnych technologii informacyjnych			K_U10

kompetencje społeczne	1	EP7	Jest gotów do ci głęgo 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 zywanu problemów poznawczych i aplikacyjnych z zakresu brandingu 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 ZAJ I KONSULTACJI				Semestr	Liczba godzin zaj	
					w tym e-learning	
Przedmiot: pracownia dyplomowa						
Forma zaj : pracownia dyplomowa						
1. ródła danych oraz zaawansowane sposoby pozyskiwania i selekcji informacji				3	2	0
2. Zaawansowane metody i techniki transformacji danych				3	2	0
3. Zaawansowane narz dzia i techniki matematyczno-statystyczne				3	6	0
4. Zaawansowane narz dzia i techniki graficzne i kartograficzne				3	5	0
5. Przetwarzanie i prezentacja materiałów niezbd nych do realizacji pracy magisterskiej				4	15	0
Metody kształcenia	klasyczna metoda problemowa, prezentacja multimedialna, indywidualna praca przy komputerze					
Metody weryfikacji efektów uczenia si					Nr efektu uczenia si z sylabusa	
	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	
Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego.						
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie 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
Literatura podstawowa	Babbie E. (2003): Badania społeczne w praktyce, PWN, Warszawa					
	Kraak M.J., Ormeling F. (1998): Kartografia : Wizualizacja danych przestrzennych, PWN, Warszawa					
	Stanisz A. (2006): Przyst pny kurs statystyki z zastosowaniem STATISTICA PL na przykładach z medycyny, t.1-3, Statsoft Polska, Kraków					
	Sztumski J. (2010): Wst p do metod i technik bada społecznych, Wydawnictwo l sk. Katowice					
Literatura uzupełniaj ca	Rogacki H. (red.) (2002): Mo liwo ci i ograniczenia zastosowa metod badawczych w geografii społeczno-ekonomicznej i gospodarce przestrzennej, Bogucki Wyd. Nauk., Pozna					
	Rogacki H. (red.) (2003): Problemy interpretacji wyników metod badawczych stosowanych w geografii społeczno-ekonomicznej i gospodarce przestrzennej, Bogucki Wyd. Nauk., Pozna					

NAKŁAD PRACY STUDENTA

	Liczba godzin	
		W tym e-learning
Zajęcia dydaktyczne	30	0
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2	0
Przygotowanie się do zajęć	30	0
Studiowanie literatury	10	0
Udział w konsultacjach	20	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0	0
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	8	0
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.	100	
Liczba punktów ECTS	4	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-BMiR-O-II-N-22/23Z						
Nazwa przedmiotu: prognozowanie rozwoju układów przestrzennych (KIERUNKOWE)				Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_18N		
Nazwa kierunku: branding miast i regionów						
Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : 		
Status przedmiotu: obowi zkowy			J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
2	3	laboratorium	18	0	ZO	5
		wykład	9	0	ZO	
Razem			27			5
Koordynator przedmiotu:		dr BARBARA BATÓG				
Prowadz cy zaj cia:		dr RAFAŁ CZY YCKI , dr hab. RAFAŁ KLÓSKA				
Cele przedmiotu:		Zapoznanie studentów z aparatem statystyczno-ekonometrycznym jako podstawowym narz dziem prognozowania układów przestrzennych, nabycie umiej tno ci budowy, weryfikowania i interpretacji modeli w prognozowaniu, kształtowanie gotowo ci do krytycznej oceny wyników modelowania.				
Wymagania wst pne:		Znajomo podstaw matematyki i analiz ilo ciowych w gospodarce przestrzennej				
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 okrelone 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 ZAJ I KONSULTACJI				Semestr	Liczba godzin zaj	
					w tym e-learning	
Przedmiot: prognozowanie rozwoju układów przestrzennych						
Forma zaj : wykład						
1. Model ekonometryczny i ocena jego jako ci				3	2	0
2. Mierniki oceny jako ci prognoz ekonometrycznych				3	2	0
3. Prognozowanie na podstawie szeregów czasowych				3	3	0
4. Modelowanie i prognozowanie zjawisk sezonowych				3	2	0
Forma zaj : laboratorium						
1. ródła danych w prognozowaniu				3	3	0
2. Budowa modelu prognostycznego i jego weryfikacja				3	3	0

3. Bł dy ex ante i ex post w prognozowaniu zjawisk		3	4	0	
4. Prognozowanie a symulacje rozwoju zjawisk		3	4	0	
5. Projekt prognostyczny		3	4	0	
Metody kształcenia	analiza przypadków, prezentacja multimedialna, rozwijanie zada				
Metody weryfikacji efektów uczenia się				Nr efektu uczenia się z sylabusu	
	KOLOKWIUM			EP1,EP2,EP3	
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)			EP1,EP2,EP3	
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.				
Forma i warunki zaliczenia	Laboratorium: zaliczenie z ocen na podstawie bieżącej oceny wykonania zleczonych zada . 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 [laboratorium]	zaliczenie z ocen		
	3	prognozowanie rozwoju układów przestrzennych [wykład]	zaliczenie z ocen		
Literatura podstawowa	Czyżycki R., Klóska R. (2018): Wybrane zagadnienia z prognozowania, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin				
Literatura uzupełniająca					
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
			W tym e-learning		
Zajęcia dydaktyczne	27	0			
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2	0			
Przygotowanie się do zajęć	34	0			
Studiowanie literatury	25	0			
Udział w konsultacjach	14	0			
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0	0			
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	23	0			
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	125				
Liczba punktów ECTS	5				

SYLABUS (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-BMiR-O-II-N-22/23Z-MWiPMiR						
Nazwa przedmiotu: promocja wydarzeń lokalnych i regionalnych (SPECJALNOŚCI / SPECJALIZACJE / MODUŁY SPECJALNOŚCIOWE)				Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_40N		
Nazwa kierunku: branding miast i regionów						
Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalność: menedżer wizerunku i promocji miast i regionów		
Status przedmiotu: obowiązkowy			Język przedmiotu: semestr: 3 - j. język polski			
Rok	Semestr	Forma zajęć	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
2	3	wiczenia	9	0	ZO	4
		wykład	9	0	ZO	
Razem			18			4
Koordynator przedmiotu:		dr LESZEK GRACZ				
Prowadzący zajęcia:		dr LESZEK GRACZ				
Cele przedmiotu:		Celem przedmiotu jest nabycie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych w zakresie planowania, kierowania i ewaluacji promocji wydarzeń lokalnych i regionalnych.				
Wymagania wstępne:		Zaliczone przedmioty: wyzwania współczesnego marketingu terytorialnego				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Zna i rozumie rodzaje, cele, systematykę i specyfikę wydarzeń lokalnych i regionalnych		K_W06	
	2	EP2	Zna i rozumie zasady planowania, kierowania i ewaluacji promocji wydarzeń lokalnych i regionalnych		K_W08	
umiejętności	1	EP3	Potrafi zaplanować promocję wydarzenia lokalnego lub regionalnego		K_U04	
	2	EP4	Potrafi ocenić plan promocji wydarzenia lokalnego i jego oddziaływanie na interesariuszy, ze szczególnym uwzględnieniem realizacji celów wydarzenia		K_U05	
kompetencje społeczne	1	EP5	Jest gotów do podjęcia odpowiedzialności i współpracy podczas planowania promocji wydarzenia lokalnego lub regionalnego		K_K04	
TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘĆ I KONSULTACJI				Semestr	Liczba godzin zajęć	
					w tym e-learning	
Przedmiot: promocja wydarzeń lokalnych i regionalnych						
Forma zajęć: wykład						
1. Rodzaje, cele, systematyka, charakterystyka wydarzeń lokalnych i regionalnych				3	2	0
2. Planowanie wydarzenia, z uwzględnieniem interesariuszy, lokalizacji i budżetu				3	2	0
3. Planowanie promocji wydarzeń lokalnych i regionalnych				3	2	0
4. Kierowanie przebiegiem promocji wydarzeń lokalnych i regionalnych				3	1	0
5. Ewaluacja przeprowadzonej promocji wydarzeń lokalnych i regionalnych, z uwzględnieniem oddziaływania na otoczenie i interesariuszy				3	2	0

Forma zaj : wiczenia					
1. Praktyczne aspekty pracy w zespole nad przygotowaniem promocji wydarzenia lokalnego i regionalnego		3	1	0	
2. Analiza i wykorzystanie nowoczesnych narz dzi eventowych (w tym wydarzenia online)		3	1	0	
3. Analiza wykorzystania potencjału miast i regionów w promocji wydarze (na wybranych przykładach)		3	1	0	
4. Przygotowanie i opracowanie planu promocji wydarzenia lokalnego		3	1	0	
5. Prezentacja i omówienie projektów planów promocji wydarze lokalnych		3	5	0	
Metody kształcenia	wykład informacyjny, prezentacja multimedialna,, studium przypadku,, opracowanie projektu i dyskusja nad projektem				
Metody weryfikacji efektów uczenia si					Nr efektu uczenia si z sylabusu
	KOLOKWIMUM				EP1,EP2
	PREZENTACJA				EP3,EP4
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)				EP5
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego.				
Forma i warunki zaliczenia	wykłady - zaliczenie (kolokwium) pisemne (pytania otwarte i testowe) wiczenia - zaliczenie z ocen na podstawie przygotowanego projektu i jego prezentacji, a tak e aktywno ci i postawy na zaj ciach				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocen z przedmiotu stanowi rednia arytmetyczna oceny z pisemnego kolokwium zaliczaj cego wykłady oraz zaliczenia wicze z ocen				
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	3	promocja wydarze lokalnych i regionalnych		Arytmetyczna	
	3	promocja wydarze lokalnych i regionalnych [wiczenia]	zaliczenie z ocen		
	3	promocja wydarze lokalnych i regionalnych [wykład]	zaliczenie z ocen		
Literatura podstawowa	Cielikowski K. (2016): Event marketing. Podstawy teoretyczne i rozwi zania praktyczne., Wydawnictwo Akademii Wychowania Fizycznego w Katowicach				
	Jaworowicz P. (2016): Event marketing w zintegrowanej komunikacji marketingowej, Difin				
	Rosa G. (red.) (2016): Marketing Przyszło ci, Wydawnictwo CH Beck				
Literatura uzupełniają ca	Celuch K. (2015): Leksykon przemysłu spotka : turystyka biznesowa, event marketing, podró e motywacyjne, Wydawnictwo MeetingPlanner.pl				
	Grzegorzcyk, A.M. (2010): Organizacja wydarze promocyjnych: raport z badania, Wy sza Szkoła Promocji				
	Niemczyk A., Seweryn R. (red) (2018): Wizerunek miasta w aspekcie wielkich wydarze religijnych, Wydawnictwo C.H. Beck				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zaj cia dydaktyczne	18	0			
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2	0			
Przygotowanie si do zaj	20	0			
Studiowanie literatury	22	0			
Udział w konsultacjach	10	0			
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	15	0			
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	13	0			

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

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-BMiR-O-II-N-22/23Z						
Nazwa przedmiotu: proseminarium (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_8N	
Nazwa kierunku: branding miast i regionów						
Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne			Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno :	
Status przedmiotu: obowi zkowy				J zyk przedmiotu: semestr: 1 - j zyk polski		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
1	1	konwersatorium	10	0	ZO	1
Razem			10			1
Koordynator przedmiotu:		dr hab. PAWEŁ CZAPLI SKI prof. US				
Prowadz cy zaj cia:		dr hab. PAWEŁ CZAPLI SKI prof. US				
Cele przedmiotu:		Zainteresowanie studenta wybran problematyk badawcz , która byłaby podstaw do wyboru seminarium magisterskiego oraz realizacji pracy magisterskiej				
Wymagania wst pne:		Brak				
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 brandingu 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 ZAJ I KONSULTACJI					Semestr	Liczba godzin zaj
						w tym e-learning
Przedmiot: proseminarium						
Forma zaj : konwersatorium						
1. Istota pracy naukowej na studiach magisterskich.					1	1 0
2. Tematyka badawcza w obszarze brandingu miast i regionów realizowana na Uniwersytecie Szczeci skim					1	9 0
Metody kształcenia		prezentacja multimedialna, dyskusja, analiza przypadków				

Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu
	PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA				EP1,EP2,EP3,EP4
	ZAJ ĆIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)				EP1,EP2,EP4
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.				
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie na ocenę na podstawie eseju z zakresu wybranego problemu badawczego				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocenę końcową z przedmiotu jest ocena z konwersatorium.				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	1	proseminarium		Ważona	
	1	proseminarium [konwersatorium]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	Literatura zalecana przez prowadzących dostosowana do specyfiki wybranego problemu badawczego :				
	Regulamin studiów na Uniwersytecie Szczecińskim				
Literatura uzupełniająca					
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
				W tym e-learning	
Zajęcia dydaktyczne		10		0	
Udział w egzaminie/zaliczeniu		0		0	
Przygotowanie się do zajęć		0		0	
Studiowanie literatury		5		0	
Udział w konsultacjach		5		0	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		5		0	
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia		0		0	
Łączny nakład pracy studenta w godz.		25			
Liczba punktów ECTS		1			

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-BMiR-O-II-N-22/23Z							
Nazwa przedmiotu: regionalizacja społeczno-ekonomiczna Polski (KIERUNKOWE)				Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_9N			
Nazwa kierunku: branding miast i regionów							
Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : 			
Status przedmiotu: obowi zkowy			J zyk przedmiotu: semestr: 2 - j zyk polski				
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
1	2	wiczenia	9	0	ZO	3	
		wykład	9	0	ZO		
Razem			18			3	
Koordynator przedmiotu:		dr hab. MACIEJ CZAPLEWSKI					
Prowadz cy zaj cia:		dr hab. MACIEJ CZAPLEWSKI					
Cele przedmiotu:		Zdobycie wiedzy na temat istniej cej regionalnej struktury społeczno-ekonomicznej oraz na temat dostosowywania jej do po danej struktury regionalnej. W efekcie student potrafi analizowa regionaln struktur społeczno-ekonomiczn oraz dobiera odpowiednie narz dzia i instrumentów wpływaj cych na regionaln struktur społeczno-ekonomiczn .					
Wymagania wst pne:		Wiadomo ci z zakresu zaliczonego przedmiotu - potencjał rozwojowy miast i regionów.					
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 dobiera 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 ZAJ I KONSULTACJI					Semestr	Liczba godzin zaj	
						w tym e-learning	
Przedmiot: regionalizacja społeczno-ekonomiczna Polski							
Forma zaj : wykład							
1. Relacje pomi dzy procesami regionalizacji i globalizacji					2	2	0
2. Regionalizacja jako podstawa zrównowa onego rozwoju					2	2	0
3. Narz dzia i instrumenty wpływaj ce na regionaln struktur społeczno-ekonomiczn					2	2	0
4. Główne cele regionalizacji społeczno-gospodarczej					2	2	0
5. Analiza mocnych i słabych stron regionalizacji					2	1	0
Forma zaj : wiczenia							

1. Polityka społeczno-ekonomiczna w kontekście regionalizacji	2	1	0		
2. Znaczenie i powody regionalizacji we współczesnym świecie	2	1	0		
3. Podstawowe cele regionalnej polityki gospodarczo-społecznej	2	2	0		
4. Zrównoważony rozwój jako ważny element działań regionalizacyjnych	2	2	0		
5. Koncepcje rozwoju społeczno-gospodarczego regionów	2	3	0		
Metody kształcenia	Prezentacja multimedialna, Dyskusja				
Metody weryfikacji efektów uczenia się			Nr efektu uczenia się z sylabusu		
	KOLOKWIUM		EP1,EP2,EP3		
	PREZENTACJA		EP4,EP5		
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.				
Forma i warunki zaliczenia	wiczenia: zaliczenie z ocen na podstawie prezentacji dotyczącej koncepcji rozwoju społeczno-gospodarczego wybranego polskiego regionu. Wykład: zaliczenie z ocen na podstawie wyników kolokwium z części teoretycznej.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
Ocen z przedmiotu jest średnia arytmetyczna z wykładów i wiczeń.					
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		
Literatura podstawowa	A. Barska (2015): Regionalne aspekty gospodarki, PWE, Warszawa				
	Renata Orłowska, Krystyna Łódziewicz (red.) (2012): Globalizacja i regionalizacja w gospodarce światowej, PWE, Warszawa				
Literatura uzupełniająca	Edward Molendowski, Arkadiusz Mroczek red. (2015): Globalizacja i regionalizacja we współczesnym świecie : wyzwania integracji i rozwoju, Szkoła Główna Handlowa - Oficyna Wydawnicza, Warszawa				
	Kazimierz Pajk, Jan Polcyn (red.) (2013): Determinanty rozwoju regionalnego w Polsce : społeczeństwo - gospodarka - środowisko, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń				
	(2018): Gospodarka lokalna i regionalna w teorii i praktyce, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, Wrocław				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zajęcia dydaktyczne	18		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2		0		
Przygotowanie się do zajęć	10		0		
Studiowanie literatury	17		0		
Udział w konsultacjach	9		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	10		0		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	9		0		
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.	75				
Liczba punktów ECTS	3				

SYLABUS (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-BMiR-O-II-N-22/23Z							
Nazwa przedmiotu: rozwój zrównoważony miast i regionów (KIERUNKOWE)				Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_6N			
Nazwa kierunku: branding miast i regionów							
Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : _____			
Status przedmiotu: obowiązkowy			Język przedmiotu: semestr: 1 - j język polski				
Rok	Semestr	Forma zajęć	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
1	1	wiczenia	9	0	ZO	3	
		wykład	9	0	ZO		
Razem			18			3	
Koordynator przedmiotu:		dr inż. JACEK RUDEWICZ					
Prowadzący zajęcia:		dr inż. JACEK RUDEWICZ					
Cele przedmiotu:		Zapoznanie studentów z założeniami zasadami idei zrównoważonego rozwoju. Nauka metod pomiaru i oceny stopnia zrównoważenia miast. Rozpoznanie problemów związanych z rozwojem miast i regionów oraz realizowaniem polityk miejskich i regionalnych.					
Wymagania wstępne:		Podstawowa wiedza z zakresu ekonomii i nauk przyrodniczych.					
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 sustainomiki		K_W02 K_W07		
umiejętności	1	EP3	Student potrafi ocenić / zdiagnozować stopień zrównoważenia rozwoju miasta, wykorzystując wiedzę w celach marketingowych i wizerunkowych		K_U02 K_U04 K_U07		
	2	EP4	Student rozpoznaje zbliżone i sprzeczne interesy i cele aktorów politycznego w mieście w kontekście zrównoważonego rozwoju.		K_U05 K_U06		
kompetencje społeczne	1	EP5	Student jest gotów do zajęcia postaw proekologicznych i podejmowania działań ukierunkowane na rozwój zrównoważony w mieście i regionie		K_K04		
TRECI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJE				Semestr	Liczba godzin zajęć		
					w tym e-learning		
Przedmiot: rozwój zrównoważony miast i regionów							
Forma zajęć : wykład							
1. Pojęcia rozwoju zrównoważonego w raportach międzynarodowych					1	2	0
2. Holizm i podejście systemowe do rozwoju zrównoważonego miast i regionów					1	2	0
3. Problemy pomiaru stanu i efektów rozwoju zrównoważonego					1	2	0
4. Megatrendy rozwojowe, zagrożenia dla rozwoju					1	2	0
5. Nowe technologie w sferze zrównoważonego rozwoju miast i regionów.					1	1	0

Forma zaj : wiczenia						
1. Rozwój zrównoważony miasta podstawowe definicje i pojęcia			1	2	0	
2. Pomiar stopnia rozwoju i zrównoważenia w miastach			1	2	0	
3. Nowoczesne technologie i ich znaczenie dla rozwoju zrównoważonego. Ekologizacja gospodarki			1	2	0	
4. Znaczenie planowanie przestrzennego w realizacji założeń idei zrównoważonego rozwoju			1	2	0	
5. Studium przypadku wybranego miasta.			1	1	0	
Metody kształcenia		Dyskusja, studia przypadków, analiza danych statystycznych, tworzenie i analizowanie wykresów, analiza porównawcza				
Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu	
		EGZAMIN PISEMNY			EP1,EP2	
		PROJEKT			EP3,EP5	
		ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ)			EP3,EP4	
		Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.				
Forma i warunki zaliczenia		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 średniej
		1	rozwój zrównoważony miast i regionów		Arytmetyczna	
		1	rozwój zrównoważony miast i regionów [wykład]	zaliczenie z ocen		
		1	rozwój zrównoważony miast i regionów [wiczenia]	zaliczenie z ocen		
Literatura podstawowa		Borys. T. (1999): Wskaźniki ekorozwoju, Wydawnictwo Ekonomia i środowisko Mierzejewska L. (2008): Rozwój zrównoważony miasta Zagadnienia poznawcze i praktyczne., UAM, Poznań Rudewicz J. (2019): Rozwój zrównoważony wielkich miast w Polsce, Wydawnictwo Naukowe UŚ, Szczecin				
Literatura uzupełniająca		Zabłocki G. (2002): Rozwój zrównoważony idee, efekty, kontrowersje, UMK, Toruń				
NAKŁAD PRACY STUDENTA						
		Liczba godzin				
		W tym e-learning				
Zajęcia dydaktyczne		18		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu		4		0		
Przygotowanie się do zajęć		8		0		
Studiowanie literatury		8		0		
Udział w konsultacjach		12		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		13		0		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia		12		0		
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.		75				
Liczba punktów ECTS		3				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-BMiR-O-II-N-22/23Z						
Nazwa przedmiotu: seminarium dyplomowe (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_14N	
Nazwa kierunku: branding miast i regionów						
Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne			Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : 	
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 2 - j zyk polski, semestr: 3 - j zyk polski, semestr: 4 - j zyk polski		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
1	2	seminarium	15	0	ZO	3
2	3	seminarium	15	0	ZO	2
	4	seminarium	15	0	ZO	8
Razem			45			13
Koordynator przedmiotu:		dr hab. PAWEŁ CZAPLI SKI prof. US				
Prowadz cy zaj cia:		dr hab. PAWEŁ CZAPLI SKI prof. US				
Cele przedmiotu:		<ul style="list-style-type: none"> - prezentacja zasad i reguł prowadzenia bada naukowych w zakresie branding miast i regionów na poziomie magisterskim; - wymiana opinii oraz pogł bienie wiedzy teoretycznej i faktograficznej w zakresie nawi zuj cym do tematyki przygotowywanej pracy dyplomowej; - pogł bienie umiej tno ci doboru ródeł informacji, narz dzi i metod badawczych, adekwatnych do problematyki pracy dyplomowej; - pogł bienie umiej tno ci analizy, interpretacji i wnioskowania w zakresie problematyki pracy dyplomowej; - kontrola post pów i pomoc w realizacji pracy dyplomowej; - kształtowanie postaw etycznych i poczucia odpowiedzialno ci za prezentowane wyniki w ramach samodzielnego prowadzenia bada naukowych z zakresu branding miast i regionów 				
Wymagania wst pne:		<ul style="list-style-type: none"> - wiedza, umiej tno ci i kompetencje społeczne wynikaj ce z dotychczasowego przebiegu studiów; - wybór promotora pracy dyplomowej zgodnie z obowi zuj c procedur z uwzgl dnieniem własnych zainteresowa badawczych. 				
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 u 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 u 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 specyfiki przygotowywanej pracy dyplomowej	K_U01
	2	EP8	Potrafi krytycznie dobiera ró dła informacji oraz dokonywa pogł bionej analizy i syntezy oraz twórczej interpretacji danych w nawi zaniu do specyfiki 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 wła 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 wła 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 ródeł i nowoczesnych technologii informacyjnych	K_U10

kompetencje społeczne	1	EP14	Jest gotów do uznawania roli wiedzy specjalistycznej i eksperckiej w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych związanych z tematem przygotowywanej pracy dyplomowej	K_K02
	2	EP15	Jest gotów do przestrzegania przyjętych ustaleń dotyczących etyki badań naukowych oraz poszanowania praw własności intelektualnej	K_K07
	3	EP16	Jest gotów do podejmowania decyzji związanych z optymalnym i zgodnym z zasadami bezpieczeństwa kształtowaniem rozwoju społeczno-ekonomicznego lokalnych i regionalnych w kontekście problematyki pracy dyplomowej	K_K04
	4	EP17	Jest gotów do tworzenia produktów komercyjnych w zakresie brandingu miast i regionów	K_K03
	5	EP18	Jest gotów do dbania o prestiż pracy zawodowej z obszaru brandingu miast i regionów	K_K06

TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI	Semestr	Liczba godzin zajęć	
			w tym e-learning

Przedmiot: **seminarium dyplomowe**

Forma zajęć: **seminarium**

1. Metodologia badań naukowych oraz zasady konstrukcji pracy magisterskiej	2	2	0
2. Rzetelność w badaniach naukowej i zasady poszanowania własności intelektualnej	2	2	0
3. Formułowanie problemu badawczego, stawianie tezy oraz hipotez	2	2	0
4. Selekcja źródeł informacji teoretycznych i faktograficznych	2	3	0
5. Identyfikacja i dobór metod badawczych, specyfikacja technik oraz narzędzi badawczych	2	4	0
6. Dyskusja nad koncepcją pracy magisterskiej	2	2	0
7. Techniki pisania pracy magisterskiej	3	1	0
8. Przygotowanie i prezentacja eseju związanego z tematami pracy magisterskiej	3	3	0
9. Opracowanie i dyskusja zagadnień metodologicznych związanych z tematem pracy magisterskiej	3	4	0
10. Opracowanie i dyskusja podstaw teoretycznych pracy magisterskiej	3	4	0
11. Planowanie badań empirycznych	3	3	0
12. Realizacja badań empirycznych	4	5	0
13. Przegląd wyników i dyskusja nad rezultatami przeprowadzonych analiz empirycznych	4	5	0
14. Redakcja końcowego tekstu pracy magisterskiej	4	5	0

Metody kształcenia	Praca koncepcyjna i problemowa, definiowanie pojęć, referowanie opracowanego materiału, twórcze rozwiązywanie problemów, metody aktywizujące (burza mózgów, projekty, dyskusje).		
Metody weryfikacji efektów uczenia się			Nr efektu uczenia się z sylabusu
	PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA		EP10,EP11,EP17,EP2,EP3,EP4,EP7,EP8,EP9
	PREZENTACJA		EP1,EP12,EP6
	PRACA DYPLOMOWA		EP1,EP10,EP11,EP13,EP14,EP15,EP16,EP17,EP18,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6,EP7,EP8,EP9
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ)		EP12,EP13,EP14,EP15,EP16,EP17,EP18,EP5,EP6
Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.			

Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie z ocen po 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
Literatura podstawowa	Komitet Etyki w Nauce PAN : Dobre obyczaje w nauce: zbiór zasad i wytycznych				
	Literatura specjalistyczna, dostosowana do problematyki przygotowywanej pracy dyplomowej :				
	Siwi ski W., Tauber R.D. (2006): Metodologia bada naukowych, Wy sza Szkoła Turystyki i Hotelarstwa, Pozna				
Literatura uzupełniają ca	Babbie E. (2013): Podstawy bada społecznych, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa				
	Kozłowski R. (2015): Praktyczny sposób pisania prac dyplomowych., Wolters Kluwer Polska, Warszawa				
	Majchrzak J., Mendel T. (2009): Metodyka pisania prac magisterskich i dyplomowych, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Pozna				
	Nowak S. (2019): Metodologia bada społecznych, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa				
	Zenderowski R. (2018): Praca magisterska. Licencjat. Przewodnik po metodologii pisania i obrony pracy dyplomowej, CeDeWu Sp. z o.o., Warszawa				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
	Liczba godzin		W tym e-learning		
Zaj cia dydaktyczne	45		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	3		0		
Przygotowanie si do zaj	30		0		
Studiowanie literatury	20		0		
Udział w konsultacjach	60		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	150		0		
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	17		0		
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	325				
Liczba punktów ECTS	13				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-BMiR-O-II-N-22/23Z						
Nazwa przedmiotu: społeczna odpowiedzialno w jednostkach samorządu terytorialnego (KIERUNKOWE)				Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3433_44N		
Nazwa kierunku: branding miast i regionów						
Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno :		
Status przedmiotu: obowi zkowy			J zyk przedmiotu: semestr: 4 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
2	4	wiczenia	9	0	ZO	3
		wykład	9	0	ZO	
Razem			18			3
Koordynator przedmiotu:		dr hab. EWA MAZUR-WIERZBICKA prof. US				
Prowadz cy zaj cia:		dr hab. EWA MAZUR-WIERZBICKA prof. US				
Cele przedmiotu:		<p>Celem przedmiotu jest przedstawienie studentom podstawowych zagadnie dotycz cych koncepcji społecznej odpowiedzialno ci biznesu (CSR) jako integralnej cz ci zarządzania organizacjami ze szczególnym ukierunkowaniem na jednostki administracji publicznej.</p> <p>Na tej podstawie student potrafi dokonywa krytycznej analizy, syntezy, prezentacji informacji z zakresu działań społecznie odpowiedzialnych podejmowanych przez organizacje ze szczególnym uwzgl dnieniem jednostek administracji publicznej oraz potrafi dobrać i stosowa wła ciwe narz dzia do realizacji działań społecznie odpowiedzialnych w tym w jednostkach administracji publicznej.</p>				
Wymagania wst pne:		Student ma znajomo podstaw z zakresu ekonomii, teorii zarządzania i marketingu, funkcjonowania jednostek administracji publicznej, umie my le analitycznie, wykazuje kreatywno oraz umie komunikowa si z innymi.				
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 działań społecznie odpowiedzialnych		K_W02 K_W04	
umiej tno ci	1	EP3	potrafi dokonywa krytycznej analizy, syntezy, prezentacji informacji z zakresu działań społecznie odpowiedzialnych podejmowanych przez organizacje ze szczególnym uwzgl dnieniem jednostek administracji publicznej		K_U01 K_U06	
	2	EP4	potrafi dobrać i stosowa wła ciwe narz dzia do realizacji działań 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 działań społecznie odpowiedzialny dla organizacji w tym dla jednostek administracji publicznej		K_K01 K_K03 K_K04	
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI					Semestr	
					Liczba godzin zaj	
					w tym e-learning	
Przedmiot: społeczna odpowiedzialno w jednostkach samorządu terytorialnego						
Forma zaj : wykład						

1. Społeczna odpowiedzialno biznesu - zagadnienia wprowadzaj ce	4	3	0		
2. Społeczna odpowiedzialno biznesu w jednostkach administracji publicznej (uwarunkowania, istota, obszary, narzedzia)	4	3	0		
3. Wybrane praktyki i procedury wdro eniowe CSR w jednostkach administracji publicznej	4	2	0		
4. Podsumowanie omówionych na wykładach aspektów społecznej odpowiedzialno ci w jednostkach samorz du terytorialnego	4	1	0		
Forma zaj : wiczenia					
1. Społeczna odpowiedzialno biznesu - zagadnienia wprowadzaj ce	4	2	0		
2. Społeczna odpowiedzialno organizacji a relacje z interesariuszami	4	1	0		
3. Społeczna odpowiedzialno biznesu w jednostkach administracji publicznej uwarunkowania, istota, obszary, narzedzia, przykłady praktyczne	4	5	0		
4. Podsumowanie omówionych na wiczeniach aspektów społecznej odpowiedzialno ci w jednostkach samorz du terytorialnego	4	1	0		
Metody kształcenia	wykład, dyskusja, case study, praca w grupach				
Metody weryfikacji efektów uczenia si			Nr efektu uczenia si z sylabusu		
	KOLOKWIUM		EP1,EP2,EP3		
	PROJEKT		EP1,EP2,EP3,EP4,EP5		
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)		EP1,EP2,EP3,EP4,EP5		
Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego.					
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie wicze odbywa si na podstawie przygotowania do zaj , zaliczenia zada wykonywanych podczas zaj oraz opracowania indywidualnego projektu dotycz cego praktyki społecznej odpowiedzialno ci podmiotu. Zaliczenie wykładów odbywa si na podstawie kolokwium pisemnego (4 pytania).				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
Ocena ko cowa z przedmiotu jest rednia arytmetyczna z zaliczenia wicze i wykładów w terminach podstawowym i poprawkowym. Warunkiem uzyskania zaliczenia z przedmiotu jest uzyskanie pozytywnych ocen cz stkowych tj. pozytywnej oceny z zaliczenia wicze i pozytywnej oceny z zaliczenia tre ci wykładów.					
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	4	społeczna odpowiedzialno w jednostkach samorz du terytorialnego		Nieobliczana	
	4	społeczna odpowiedzialno w jednostkach samorz du terytorialnego [wykład]	zaliczenie z ocen		
Literatura podstawowa	E. Mazur-Wierzbicka , A. Cierniak-Emerych (2020): Implementation and measurement of socially responsible activities in enterprises of the SME sector based on the example of the company Melinski Minuth, , in: CSR in contemporary Poland. Institutional Perspectives and Stakeholder Experiences, eds K. Bachnik, M. Kazmierczak, M. Rojek-Nowosiółka, M. Stefanska, J. Szumiak-Samolej, Palgrave Macmillan., Switzerland				
	M. Marcinczyk (2019): Zakład Ubezpieczeń Społecznych – CSR w administracji publicznej, Academy of Management , nr 3(4)				
Literatura uzupełniają ca	L. Hawrysz (2015): Rola organizacji sektora publicznego w kształtowaniu społecznej odpowiedzialno ci., Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu nr 378				
	M.J. Broniewska (2012): Społeczna odpowiedzialno w administracji publicznej, Acta Universitatis Lodziensis. Folia Oeconomica, nr 265				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zaj cia dydaktyczne	18		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	3		0		
Przygotowanie si do zaj	15		0		
Studiowanie literatury	6		0		

Udział w konsultacjach	9	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	10	0
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	14	0
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	75	
Liczba punktów ECTS	3	

SYLABUS (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-BMiR-O-II-N-22/23Z							
Nazwa przedmiotu: społeczno-kulturowe uwarunkowania marki terytorialnej (KIERUNKOWE)				Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_21N			
Nazwa kierunku: branding miast i regionów							
Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : 			
Status przedmiotu: obowi zkowy			J zyk przedmiotu: semestr: 4 - j zyk polski				
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
2	4	konwersatorium	9	0	ZO	3	
		wykład	9	0	ZO		
Razem			18			3	
Koordynator przedmiotu:		dr AGNIESZKA TOMASZEWICZ					
Prowadz cy zaj cia:		dr AGNIESZKA TOMASZEWICZ					
Cele przedmiotu:		Celem przedmiotu jest nabycie przez studentów wiedzy, umiej tno ci i kompetencji społecznych z zakresu uwarunkowa społeczno-kulturowych marki terytorialnej.					
Wymagania wst pne:		Wiadomo ci z zakresu przedmiotu marketing strategiczny miast i regionów					
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 ró nic kulturowych i społecznych w kontek cie marki terytorialnej		K_W06		
umiej tno ci	1	EP3	Potrafi zaprezentowa wybrane zagadnienia z zakresu społeczno-kulturowych uwarunkowa marki terytorialnej		K_U04		
	2	EP4	Potrafi wykrywa i ocenia społeczne (tak e demograficzne) i kulturowe uwarunkowania marki terytorialnej		K_U05		
kompetencje społeczne	1	EP5	Jest gotów do zachowania ostro no ci w wyra aniu opinii na temat społeczno-kulturowych uwarunkowa marki terytorialnej		K_K07		
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI					Semestr	Liczba godzin zaj	
						w tym e-learning	
Przedmiot: społeczno-kulturowe uwarunkowania marki terytorialnej							
Forma zaj : wykład							
1. Uwarunkowania społeczno-kulturowe - istota i czynniki					4	1	0
2. Społeczne aspekty marki terytorialnej					4	3	0
3. Kulturowe aspekty marki terytorialnej					4	3	0
4. Zmiany społeczno-kulturowe w markach terytorialnych					4	2	0
Forma zaj : konwersatorium							
1. Społeczno-kulturowe aspekty marki terytorialnej w wybranych miastach i regionach Unii Europejskiej					4	1	0

2. Społeczno-ekonomiczne aspekty marki terytorialnej w wybranych regionach w Polsce		4	3	0	
3. Społeczno-ekonomiczne aspekty marki terytorialnej w wybranych miastach w Polsce		4	3	0	
4. Ocena uwarunkowa społeczno-kulturowych marki terytorialnej		4	2	0	
Metody kształcenia	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	
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)			EP5	
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.				
Forma i warunki zaliczenia	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				
		Ocen z przedmiotu stanowi średnia arytmetyczna ocen z wykładów i wicze .			
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do średniej
	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		
Literatura podstawowa	Karwińska A. (2008): Gospodarka przestrzenna. Uwarunkowania społeczno-kulturowe, Wydawnictwo Naukowe PWN, WARSZAWA				
	Rosa G., Ostrowska I., Słupka K., Graczyk L. (2018): Komunikacja międzykulturowa w biznesie, edu-Libri, Kraków-Legionowo				
Literatura uzupełniająca	Dutkowska M. (1995): Konflikty w gospodarowaniu dobrami środowiskowymi, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, GDAŃSK				
	Gołębski F. (2008): Kulturowe aspekty integracji europejskiej, Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne, Warszawa				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zajęcia dydaktyczne	18		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2		0		
Przygotowanie się do zajęć	10		0		
Studiowanie literatury	9		0		
Udział w konsultacjach	14		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	15		0		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	7		0		
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.	75				
Liczba punktów ECTS	3				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-BMiR-O-II-N-22/23Z-MWiPMiR							
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 studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : menad er wizerunku i promocji miast i regionów		
Status przedmiotu: obowi zkowy				J zyk przedmiotu: semestr: 2 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
1	2	wiczenia	9	0	ZO	5	
		wykład	9	0	E		
Razem			18			5	
Koordynator przedmiotu:		dr ANDRZEJ RZECZYCKI					
Prowadz cy zaj cia:							
Cele przedmiotu:		Celem jest uzyskanie wiedzy z zakresu strategii innowacyjnych miast i regionów, która pozwoli studentom na formułowanie celów innowacyjnych zgodnych z potencjałem innowacyjnym tych podmiotów oraz uwarunkowaniami środowiska zewn trznego					
Wymagania wst pne:							
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 wskaże potencjalne ró dła innowacji wraz z propozycj przyj cia jednej ze strategii innowacji			K_U01 K_U02	
kompetencje społeczne	1	EP4	Jest gotów do my lenia w sposób innowacyjny i kreatywny oraz dostrzega potrzeb wł czenia w strategi innowacyjn aspektów społecznych i interesu społecznego			K_K03	
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI					Semestr	Liczba godzin zaj	
						w tym e-learning	
Przedmiot: strategie innowacyjne miast i regionów							
Forma zaj : wykład							
1. Istota innowacyjno ci					2	3	0
2. Rodzaje strategii innowacyjnych miast i regionów					2	2	0
3. Formułowanie strategii innowacyjnej miast i regionów					2	2	0
4. Regionalne strategie innowacyjne					2	2	0
Forma zaj : wiczenia							
1. Specyfika działalno ci innowacyjnej w miastach i regionach					2	3	0

2. Rodzaje strategii innowacyjnych w miastach i regionach		2	2	0	
3. Innowacyjne miasta i regiony i ich strategie działania - analiza przypadków		2	2	0	
4. Regionalne strategie innowacji - podstawowe założenia i analiza		2	2	0	
Metody kształcenia	wykład z elementami konwersatoryjnymi, wiczenia z wykorzystaniem case study prezentacja multimedialna opracowanie projektu praca w grupach				
Metody weryfikacji efektów uczenia się				Nr efektu uczenia się z sylabusu	
	EGZAMIN PISEMNY			EP1,EP2	
	PROJEKT			EP3,EP4	
	ZAJ ĆCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)			EP3,EP4	
Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.					
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie 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 średniej
	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		
Literatura podstawowa	Janasz W. (2009): Innowacje w strategii rozwoju organizacji w Unii Europejskiej, Difin, Warszawa				
	Wi niewska J., Janasz K. (2012): Innowacyjno organizacja w strategii inteligentnego i zrównoważonego rozwoju, Difin, Warszawa				
Literatura uzupełniająca	Drucker P. (2008): Myśli przewodnie Druckera, MT Biznes, Warszawa				
	Wi niewska J., Janasz K. (2014): Innowacje i jakość w zarządzaniu organizacjami, CeDeWu.pl, Warszawa				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zajęcia dydaktyczne	18		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	10		0		
Przygotowanie się do zajęć	16		0		
Studiowanie literatury	15		0		
Udział w konsultacjach	15		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	25		0		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	26		0		
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.	125				
Liczba punktów ECTS	5				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-BMiR-O-II-N-22/23Z							
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 studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : 		
Status przedmiotu: obowiązkowy				Język przedmiotu: semestr: 4 - j. język polski			
Rok	Semestr	Forma zajęć	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
2	4	laboratorium	18	0	ZO	4	
Razem			18			4	
Koordynator przedmiotu:		dr TOMASZ NOREK					
Prowadzący zajęcia:		dr TOMASZ NOREK					
Cele przedmiotu:		<p>Celem przedmiotu jest zapoznanie studenta z teorią podejmowania decyzji menedżerskich, zasadami modelowania decyzji oraz informatycznymi narzędziami wspomagającymi proces podejmowania decyzji.</p> <p>Nabywanie przez studenta umiejętności posługiwania się informatycznymi narzędziami wspomagającymi procesy decyzyjne oraz opanowanie zbioru metod, procedur i algorytmów wspomagających proces podejmowania decyzji.</p> <p>Rozwój umiejętności w zakresie modelowania i analizy wybranych problemów decyzyjnych z wykorzystaniem narzędzi informatycznych.</p>					
Wymagania wstępne:		<p>Wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne nabyte w ramach przedmiotu ekonomia menedżerska, oraz źródła informacji w gospodarce przestrzennej</p> <p>Dodatkowym wymaganiem jest umiejętność posługiwania się pakietem Microsoft Office oraz systemem operacyjnym Microsoft Windows</p>					
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 wspomagane 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 ZAJĘĆ I KONSULTACJI					Semestr	Liczba godzin zajęć	
						w tym e-learning	
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	0
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	0

3. Przygotowanie modelu decyzyjnego. Dane, zmienne, warunki, relacje.		4	4	0	
4. Rozwijanie i modelowanie problemów decyzyjnych za pomocą narzędzi informatycznych Power Pivot oraz Power BI		4	5	0	
5. Tworzenie i definiowanie wskaźników KPI, widoków oraz perspektyw analitycznych. Tworzenie raportów analitycznych za pomocą narzędzi Power View oraz Power BI		4	5	0	
Metody kształcenia	Zajęcia w laboratorium komputerowym, Nauczanie komplementarne (blended learning) w oparciu o platformy e-learningowe, Praca własna studenta				
Metody weryfikacji efektów uczenia się				Nr efektu uczenia się z sylabusu	
	KOŁOKWIUM			EP1,EP2,EP3,EP4,EP5	
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ)			EP4,EP5	
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.				
Forma i warunki zaliczenia	Laboratorium - zaliczenie z oceną na podstawie bieżącej pracy studenta podczas zajęć oraz wyników kolokwium				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
Ocena z przedmiotu jest oceną z laboratorium.					
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	4	systemy informatyczne wspomagania decyzji menedżerskich w miastach i regionach		Ważona	
	4	systemy informatyczne wspomagania decyzji menedżerskich w miastach i regionach [laboratorium]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	J.Surma. (2009): Business Intelligence: systemy wspomagania decyzji biznesowych, Wydawnictwo Naukowe PWN				
	Lipiec-Zajchowska M. (red.) (2003): Wspomaganie procesów decyzyjnych. Tom III. Badania operacyjne, C. H. Beck				
	Provost Foster, Fawcett Tom (2019): Analiza danych w biznesie. Sztuka podejmowania skutecznych decyzji, Onepress				
Literatura uzupełniająca	Hales C. (red.) (2007): Wykorzystanie narzędzi informatycznych w naukach ekonomicznych. Przykłady i zadania, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego				
	Stephenson David (2019): Big data, nauka o danych i AI bez tajemnic. Podejmij lepsze decyzje i rozwijaj swój biznes, Helion				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
					W tym e-learning
Zajęcia dydaktyczne		18	0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu		2	0		
Przygotowanie się do zajęć		23	0		
Studiowanie literatury		18	0		
Udział w konsultacjach		14	0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		0	0		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia		25	0		
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.		100			
Liczba punktów ECTS		4			

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-BMiR-O-II-N-22/23Z						
Nazwa przedmiotu: szkolenie BHP (INNE DO ZALICZENIA)				Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_31N		
Nazwa kierunku: branding miast i regionów						
Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : 		
Status przedmiotu: obowi zkowy			J zyk przedmiotu: semestr: 1 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
1	1	wiczenia	1	0	Z	0
		wykład	4	4	Z	
Razem			5			0
Koordynator przedmiotu:		mgr APOLONIUSZ KURYLCZYK				
Prowadz cy zaj cia:		mgr APOLONIUSZ KURYLCZYK , mgr MARIA ADAMCZYK				
Cele przedmiotu:		Nabycie wiedzy i umiej tno ci z zakresu bezpiecze stwa i higieny pracy, ochrony przeciwpo arowej, udzielania pierwszej pomocy w stanach nagłych oraz praw i obowi zków studenta.				
Wymagania wst pne:		Podstawowa wiedza o rodowisku, umiej tno uczenia si , umiej tno współdziałania w zespole				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Zna prawne, organizacyjne i etyczne uwarunkowania wykonywania działalno ci zawodowej w ramach studiowanego kierunku studiów			
umiej tno ci	1	EP2	Potrafi identyfikowa bł dy i zaniedbania w praktyce			
	2	EP3	Potrafi prowadzi podstawowe zabiegi resuscytacyjne			
kompetencje społeczne	1	EP4	Realizuje zadania w sposób zapewniaj cy bezpiecze stwo własne i otoczenia, w tym przestrzega zasady bezpiecze stwa			
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI					Semestr	Liczba godzin zaj
						w tym e-learning
Przedmiot: szkolenie BHP						
Forma zaj : wykład						
1. Regulacje prawne: - Uregulowanie prawne dotycz ce bezpiecze stwa pracy i ochrony zdrowia w prawodawstwie polskim i Unii Europejskiej, - Obowi zki uczelni, przeło onych w zakresie zapewnienia bezpiecznych i higienicznych warunków pracy i nauki, czynniki ergonomiczne w kształtowaniu warunków pracy, w tym normy higieniczne dla stałych pomieszcze pracy.			1	1	1	
2. Czynniki niebezpieczne fizyczne, biologiczne i chemiczne na zaj ciach laboratoryjnych, pracowniach i zaj ciach terenowych: - Unikanie zagro e ze szczególnym uwzgl dnieniem rodków ochrony zbiorowej i indywidualnej, - Post powanie powypadkowe (regulacje prawne, ubezpieczenia wypadkowe)			1	1	1	
3. Udzielanie pierwszej pomocy przedmedycznej w stanach nagłych, wypadku, obsługa apteczki pierwszej pomocy			1	1	1	
4. Podstawy prawne w zakresie ochrony p.po ., systemy wykrywania po arów, substancje palne i wybuchowe, zapobieganie zagro eniom po arowym, post powanie w czasie po aru i innych miejscowych zagro eniach, podr czny sprz t ga niczy, ewakuacja.			1	1	1	
Forma zaj : wiczenia						

1. Podstawowe zabiegi resuscytacyjne ? prowadzenie resuscytacji kręgowo oddechowej (RKO)		1	1	0	
Metody kształcenia	Metody kształcenia Kurs e-learningowy, szkolenie praktyczne				
Metody weryfikacji efektów uczenia się				Nr efektu uczenia się z sylabusu	
	SPRAWDZIAN			EP1,EP2,EP3,EP4	
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.				
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie kursu e-learningowego z zakresu BHP - uzyskanie min 75% poprawnych odpowiedzi z testu Odbycie szkolenia praktycznego z zakresu RKO				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Zaliczenie kursu e-learningowego z zakresu BHP - uzyskanie min 75% poprawnych odpowiedzi z testu Odbycie szkolenia praktycznego z zakresu RKO				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	1	szkolenie BHP		Nieobliczana	
	1	szkolenie BHP [wiczenia]	zaliczenie		
	1	szkolenie BHP [wykład]	zaliczenie		
Literatura podstawowa	Kodeks pracy – tekst jednolity (2016): , Dziennik Ustaw RP., Warszawa				
	Rączkowski B. (2010): BHP w praktyce, Wydawnictwo ODDK, Gdańsk				
	(2011): Zarządzenie Rektora US dotyczące BHU i Ppo., Szczecin				
Literatura uzupełniająca	D. Koradecka (1999): Bezpieczeństwo pracy i ergonomia, Wydawnictwo CIOP, Warszawa				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zajęcia dydaktyczne	5		4		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	0		0		
Przygotowanie się do zajęć	0		0		
Studiowanie literatury	0		0		
Udział w konsultacjach	0		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0		0		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	0		0		
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.	5				
Liczba punktów ECTS	0				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-BMiR-O-II-N-22/23Z						
Nazwa przedmiotu: szkolenie biblioteczne (INNE DO ZALICZENIA)					Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3484_1N	
Nazwa kierunku: branding miast i regionów						
Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno :	
Status przedmiotu: obowi zkowy				J zyk przedmiotu: semestr: 1 - j zyk polski		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
1	1	wykład	2	2	Z	0
Razem			2			0
Koordynator przedmiotu:		mgr MARTA SZTARK- UREK				
Prowadz cy zaj cia:		mgr MARTA SZTARK- UREK				
Cele przedmiotu:		przekazanie studentom wiedzy o zasadach korzystania z biblioteki, zbiorach biblioteki oraz Systemie Biblioteczno - Informacyjnym Uniwersytetu Szczeci skiego; kształtowanie umiej tno ci i postawy gotowo ci do praktycznego u ytkowania systemów bibliotecznych w sposób nie utrudniaj cy dost pu innym u ytkownikom Biblioteki				
Wymagania wst pne:						
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu
wiedza	1	EP1	zna prawne i organizacyjne uwarunkowania korzystania z systemu biblioteczno-informacyjnego uczelni w ramach studiowanego kierunku studiów			
umiej tno ci	1	EP2	potrafi korzysta z zasobów systemu bibliotecznoinformacyjnego uczelni zgodnie z obowi zuj cymi zasadami			
kompetencje społeczne	1	EP3	jest gotów do realizowania potrzeby dost pu do zasobów systemu biblioteczno-informacyjnego Uczelni w sposób nie utrudniaj cy dost pu innym u ytkownikom Biblioteki			
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI					Semestr	Liczba godzin zaj
						w tym e-learning
Przedmiot: szkolenie biblioteczne						
Forma zaj : wykład						
1. Przedstawienie elementów tworz cych system biblioteczno-informacyjny Uniwersytetu Szczeci skiego					1	2
Metody kształcenia		wykład z prezentacj multimedialn				

Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu
	SPRAWDZIAN				EP1,EP2,EP3
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.				
Forma i warunki zaliczenia	zapoznanie się z prezentacją on-line, pozytywne zaliczenie testu				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	zaliczenie bez oceny				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	1	szkolenie biblioteczne		Nieobliczana	
	1	szkolenie biblioteczne [wykład]	zaliczenie		
Literatura podstawowa	Regulamin agend Biblioteki (Wypożyczalnia, Czytelnia, Ośrodek Informacji Naukowej) :				
	Regulamin Biblioteki Głównej :				
Literatura uzupełniająca					
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
				W tym e-learning	
Zajęcia dydaktyczne		2		2	
Udział w egzaminie/zaliczeniu		1		0	
Przygotowanie się do zajęć		0		0	
Studiowanie literatury		2		0	
Udział w konsultacjach		2		0	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		0		0	
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia		2		0	
Ł. CZNY nakład pracy studenta w godz.		9			
Liczba punktów ECTS		0			

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-BMiR-O-II-N-22/23Z						
Nazwa przedmiotu: szkolenie e-learningowe (INNE DO ZALICZENIA)					Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ2362_2N	
Nazwa kierunku: branding miast i regionów						
Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne			Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : 	
Status przedmiotu: obowi zkowy				J zyk przedmiotu: semestr: 1 - j zyk polski		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
1	1	wiczenia	2	2	Z	0
Razem			2			0
Koordynator przedmiotu:		mgr KONRAD MIELKO				
Prowadz cy zaj cia:		mgr KONRAD MIELKO				
Cele przedmiotu:		Przeszkolenie studentów w zakresie metod i technik kształcenia na odległo , w tym z funkcjonalno ci platformy e-learningowej oraz formami komunikacji elektronicznej z wykładowcami i administracj na Uczelni. Przedstawienie form i metod oceniania w trybie wykorzystuj cym metody i techniki kształcenia na odległo .				
Wymagania wst pne:		Aktywne konto studenta w domenie stud.usz.edu.pl. Podstawy obsługi komputera.				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu
wiedza	1	EP1	zna podstawowe metody korzystania z narz dzi chmurowych Microsoft 365 do komunikacji wewn trz uczelni.			
	2	EP2	ma wiedz na temat zasad zaliczania przedmiotów prowadzonych z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległo .			
	3	EP3	zna zasady poruszania si po platformie e-learningowej.			
umiej tno ci	1	EP4	potrafi zalogowa si do platformy nauczania zdalnego.			
	2	EP5	potrafi w formie elektronicznej skontaktowa si z wykładowc i pracownikami uczelni.			
	3	EP6	potrafi odnale wła ciwy przedmiot wykładany online i przyst pi prawidłowo do egzaminu/zaliczenia online.			
kompetencje społeczne	1	EP7	posiada kompetencje współpracy i komunikacji z innymi studentami i wykładowcami w trybie pracy zdalnej.			
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI					Semestr	Liczba godzin zaj
						w tym e-learning
Przedmiot: szkolenie e-learningowe						
Forma zaj : wiczenia						
1. Obsługa platformy e-learningowej.					1	1
2. Komunikacja elektroniczna na uczelni.					1	1
Metody kształcenia		e-learning z wykorzystaniem platformy Moodle.				

Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu
	SPRAWDZIAN				EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6,EP7
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.				
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie bez oceny na podstawie wyników sprawdzianu w formie testu.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Uzyskanie co najmniej 60% poprawnych odpowiedzi.				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	1	szkolenie e-learningowe		Nieobliczana	
	1	szkolenie e-learningowe [wiczenia]	zaliczenie		
Literatura podstawowa					
Literatura uzupełniająca					
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
				W tym e-learning	
Zajęcia dydaktyczne		2		2	
Udział w egzaminie/zaliczeniu		0		0	
Przygotowanie się do zajęć		0		0	
Studiowanie literatury		0		0	
Udział w konsultacjach		0		0	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		0		0	
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia		0		0	
Ł. CZNY nakład pracy studenta w godz.		2			
Liczba punktów ECTS		0			

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-BMiR-O-II-N-22/23Z						
Nazwa przedmiotu: terytorialne systemy społeczne (PODSTAWOWE)					Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_2N	
Nazwa kierunku: branding miast i regionów						
Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : 	
Status przedmiotu: obowi zkowy				J zyk przedmiotu: semestr: 1 - j zyk polski		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
1	1	wiczenia	9	0	ZO	4
		wykład	9	0	E	
Razem			18			4
Koordynator przedmiotu:		dr hab. IGOR KAVETSKYY				
Prowadz cy zaj cia:		dr hab. IGOR KAVETSKYY				
Cele przedmiotu:		Zapoznanie studentów z podstawami teorii systemów oraz przedstawienie wybranych systemów realnych stanowi cych przedmiot geografii społeczno-ekonomicznej. Rozwijanie podstawowych umiej tno ci my lenia systemowego i analizy systemowej w odniesieniu do terytorialnych systemów społecznych. Kształtowanie gotowo ci do stałego aktualizowania swojej wiedzy i poszerzania umiej tno ci w zakresie analiz systemowych.				
Wymagania wst pne:		Wiedza, umiej tno ci i kompetencje społeczne z zakresu geografii społeczno-ekonomicznej oraz wiedzy o społecze stwie na poziomie szkoły rdniej				
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 terminologi systemow			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 ZAJ I KONSULTACJI					Semestr	Liczba godzin zaj
						w tym e-learning
Przedmiot: terytorialne systemy społeczne						
Forma zaj : wykład						

1. Pojęcie systemu i systemowe ujęcie miasta	1	1	0		
2. Elementarne terytorialne systemy społeczne: systemy ludnościowe, systemy społeczno-techniczne, społeczne systemy aktywne, systemy osadnicze	1	4	0		
3. Zintegrowane terytorialne systemy społeczne: systemy krajowe, systemy regionalne, systemy lokalne	1	4	0		
Forma zajęć : wiczenia					
1. Metody graficzne w analizie i syntezy systemowej	1	3	0		
2. Charakterystyka i interpretacja wybranego systemu elementarnego	1	3	0		
3. Charakterystyka i interpretacja wybranego systemu zintegrowanego	1	3	0		
Metody kształcenia	wykłady informacyjne i problemowe z wykorzystaniem środków wizualizacji ekranowej, dyskusja moderowana, studia przypadków, prace analityczne, przygotowanie i przedstawienie prezentacji ustnej				
Metody weryfikacji efektów uczenia się			Nr efektu uczenia się z sylabusu		
	EGZAMIN PISEMNY		EP1,EP2,EP3,EP7		
	PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA		EP1,EP4,EP6		
	PREZENTACJA		EP2,EP3,EP4,EP5,EP8		
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ)		EP5,EP6,EP7,EP8		
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.				
Forma i warunki zaliczenia	wykłady - egzamin pisemny z zakresu wykładów i zalecanej literatury po uprzednim uzyskaniu zaliczenia z wiczeń ; wiczenia - zaliczenie z ocen na podstawie ocen cząstkowych za wykonywane prace analityczne, przygotowane prezentacje oraz aktywność podczas zajęć				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	ocena z przedmiotu stanowi średnią ocen z części wykładowej i wiczeniowej				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do średniej
	1	terytorialne systemy społeczne		Arytmetyczna	
	1	terytorialne systemy społeczne [wiczenia]	zaliczenie z ocen		
	1	terytorialne systemy społeczne [wykład]	egzamin		
Literatura podstawowa	Chojnicki Z. (1989): Koncepcja terytorialnego systemu społecznego, Przegląd Geograficzny, 60, nr 3				
	Chojnicki Z. (2011): Systemy społeczne jako przedmiot geografii społeczno-ekonomicznej, w: L. Mierzejewska, M. Wdowicka (red.), Współczesne problemy rozwoju miast i regionów, Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań				
Literatura uzupełniająca	Cempel Cz. (2008): Teoria i inżynieria systemów - zasady i zastosowania myślenia systemowego, Wydawnictwo Naukowe Instytutu Technologii Eksploatacji - PIB				
	Łunarski J. (2010): Inżynieria systemów i analiza systemowa, Politechnika Rzeszowska, Rzeszów				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zajęcia dydaktyczne	18	0			
Udział w egzaminie/zaliczeniu	5	0			
Przygotowanie się do zajęć	20	0			
Studiowanie literatury	15	0			
Udział w konsultacjach	12	0			
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	15	0			
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	15	0			

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

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-BMiR-O-II-N-22/23Z-MBMiR						
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 studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : menad er brandingu miast i regionów		
Status przedmiotu: obowi zkowy			J zyk przedmiotu: semestr: 2 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
1	2	wiczenia	9	0	ZO	5
		wykład	9	0	E	
Razem			18			5
Koordynator przedmiotu:		dr hab. PAWEŁ CZAPLI SKI prof. US				
Prowadz cy zaj cia:		dr hab. PAWEŁ CZAPLI SKI prof. US				
Cele przedmiotu:		Zdobycie wiedzy na temat rozwoju idei to samo ci miast i regionów, umo liwiaj cy jej adaptacje do jednostek terytorialnych, w tym w szczególno ci miast i regionów. Nabycie umiej tno ci identyfikacji cech wyró niaj cych koncepcje marki terytorialnej (w tym takie jej aspekty jak: to samo , wizerunek, pozycjonowanie). Formowanie postaw przedsi biorczych w zakresie budowania to samo ci miast i regionów.				
Wymagania wst pne:		Wiedza, umiej tno ci i kompetencje społeczne nabyte w ramach przedmiotu wyzwania współczesnego marketingu terytorialnego				
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 wła 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 ZAJ I KONSULTACJI				Semestr	Liczba godzin zaj	
					w tym e-learning	
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	0

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	0	
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	0	
4. Budowanie marki lokalnej: U ytkowanie i wzmacnianie marki (proces organizacji działa)		2	2	0	
Forma zaj : wiczenia					
1. Opracowanie strategii to samo ci marki miasta/gminy - wybrane badania marketingowe		2	4	0	
2. Opracowanie strategii to samo ci marki miasta/gminy - projekt koncepcji strategii		2	2	0	
3. Opracowanie strategii to samo ci marki miasta/gminy - system identyfikacji wizualnej		2	1	0	
4. Opracowanie strategii to samo ci marki miasta/gminy - wdrowienie strategii marki		2	2	0	
Metody kształcenia	Wykład problemowy z wykorzystaniem prezentacji multimedialnej. wiczenia - przygotowanie projektu.				
Metody weryfikacji efektów uczenia si				Nr efektu uczenia si z sylabusu	
	EGZAMIN PISEMNY			EP1,EP2,EP3	
	PROJEKT			EP4,EP5,EP6,EP7,EP8	
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego.				
Forma i warunki zaliczenia	Wykłady - egzamin pisemny z zakresu tre ci wykładowych i zalecanej literatury po uprzednim zaliczeniu wicze ; wiczenia - zaliczenie z ocen na podstawie aktywno ci na zaj ciach oraz oceny przedstawionego projektu				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocen z przedmiotu stanowi rednia wa ona ocen z cz ci wykładowej - 65% oraz cz ci wiczeniowej (projektowej) - 35%				
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	to samo miast i regionów		Wa ona	
	2	to samo miast i regionów [wiczenia]	zaliczenie z ocen		0,35
	2	to samo miast i regionów [wykład]	egzamin		0,65
Literatura podstawowa	Boesso I., D'Orazio M. , Torresan A. (2014): Marketing klastra i budowanie jego marki, Polska Agencja Rozwoju Przedsi biorczo ci, Warszawa				
	Gli ska E. (2016): Budowanie marki miasta - koncepcje, warunki, modele , Wolters Kluwer Polska, Warszawa				
	Szromnik A. (2016): Marketing terytorialny. Miasto i region na rynku, Wolters Kluwer Polska, Warszawa				
Literatura uzupełniają ca	Butkiewicz A., Nowak L. (2005): Branding miast i regionów				
	Doma ski T. (1997): Marketing terytorialny. Strategiczne wyzwania dla miast i regionów, Uniwersytet Łódzki, Łód				
	Dutkiewicz M. (2019): Marketing warto ci a budowanie marki miasta - konstrukt teoretyczny				
	Krzy anowska K. (2014): Miasto jako marka - analiza wybranych działań marketingowych miasta Lublin				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zaj cia dydaktyczne	18	0			
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2	0			
Przygotowanie si do zaj	25	0			
Studiowanie literatury	20	0			
Udział w konsultacjach	12	0			

Przygotowanie projektu / eseju / itp.	28	0
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	20	0
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	125	
Liczba punktów ECTS	5	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-BMiR-O-II-N-22/23Z							
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 studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : 		
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 1 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
1	1	wiczenia	9	0	ZO	4	
		wykład	9	0	ZO		
Razem			18			4	
Koordynator przedmiotu:		dr LESZEK GRACZ					
Prowadz cy zaj cia:		prof. dr hab. GRA YNA ROSA , dr LESZEK GRACZ					
Cele przedmiotu:		Celem przedmiotu jest nabycie wiedzy, umiej tno ci i kompetencji społecznych z zakresu wyzwa współczesnego marketingu terytorialnego.					
Wymagania wst pne:		Znajomo tematyki podstaw marketingu.					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Zna podstawowe poj cia i uwarunkowania z dziedziny współczesnego marketingu i rozumie proces współczesnego marketingu w organizacji			K_W01 K_W03	
	2	EP2	Zna nowoczesne instrumenty marketingowego oddziaływania oraz zasady ich stosowania			K_W06 K_W08	
umiej tno ci	1	EP3	Potrafi dobra i zaprojektowa współczesne instrumenty marketingowe dla wskazanego przykładowego przedsi biorstwa			K_U02 K_U04	
	2	EP4	Identyfikuje otoczenie i segmenty na wybranym rynku i dostosowuje do nich rozwi zania marketingowe oraz konstruuje koncepcj działa marketingowych dla konkretnej organizacji			K_U03 K_U05	
kompetencje społeczne	1	EP5	Jest gotów do podj cia proaktywnych działa i jest gotów samodzielnie uzupełnia wiedz i umiej tno ci praktyczne			K_K01 K_K03	
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI					Semestr	Liczba godzin zaj	
						w tym e-learning	
Przedmiot: wyzwania współczesnego marketingu terytorialnego							
Forma zaj : wykład							
1. Geneza i kierunki przemian we współczesnym marketingu					1	1	0
2. Orientacje marketingowe. Nowoczesne uj cie marketingu					1	1	0
3. Marketing internetowy i jego znaczenie we współczesnym wiecie					1	1	0

4. Uwarunkowania rozwoju marketingu we współczesnych firmach	1	1	0		
5. Współczesne otoczenie marketingowe, czynniki otoczenia, trendy w otoczeniu	1	1	0		
6. Współczesne zachowania nabywców	1	2	0		
7. Instrumenty marketingu mix	1	2	0		
Forma zaj : wiczenia					
1. Współczesne instrumenty marketingu mix. Rozpoznanie, ocena stosowania na wybranych przykładach	1	4	0		
2. Identyfikowania współczesnego marketingowego otoczenia przedsi biorstwa na wybranych przykładach	1	1	0		
3. Przemiany w procesie segmentacji	1	1	0		
4. Współczesne zachowania nabywców - przykłady	1	2	0		
5. Nowe tendencje w marketingu - przykłady	1	1	0		
Metody kształcenia	prezentacja multimedialna, analiza tekstów z dyskusj ,, praca w grupach, analiza przypadków				
Metody weryfikacji efektów uczenia si			Nr efektu uczenia si z sylabusu		
	KOLOKWIUM		EP1,EP2		
	PROJEKT		EP3,EP4		
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)		EP5		
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego.				
Forma i warunki zaliczenia	Wykłady: kolokwium z zakresu tre ci wykładowych i zalecanej literatury wiczenia: zaliczenie z ocen na podstawie przygotowanego projektu i jego prezentacji, a tak e aktywno ci i postawy na zaj ciach				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocen z przedmiotu stanowi rednia arytmetyczna ocen z wykładów i wicze .				
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	1	wyzwania współczesnego marketingu terytorialnego		Arytmetyczna	
	1	wyzwania współczesnego marketingu terytorialnego [wykład]	zaliczenie z ocen		
	1	wyzwania współczesnego marketingu terytorialnego [wiczenia]	zaliczenie z ocen		
Literatura podstawowa	J. Perenc (red.) (2008): Podstawy marketingu. Problemy na dzi i na jutro, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczeci skiego, Szczecin				
	Rosa G. (red.) (2016): Marketing Przyszło ci, CH Beck, Warszawa				
Literatura uzupełniaj ca	"Marketing i rynek"				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zaj cia dydaktyczne	18		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2		0		
Przygotowanie si do zaj	15		0		
Studiowanie literatury	14		0		
Udział w konsultacjach	14		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	22		0		
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	15		0		

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

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-BMiR-O-II-N-22/23Z-MWiPMiR						
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 studiów: ogólnoakademicki		Specjalność: menedżer wizerunku i promocji miast i regionów		
Status przedmiotu: obowiązkowy			Język przedmiotu: semestr: 4 - j. język polski			
Rok	Semestr	Forma zajęć	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
2	4	wiczenia	9	0	ZO	3
		wykład	9	0	ZO	
Razem			18			3
Koordynator przedmiotu:		dr hab. KRZYSZTOF BŁOŃSKI				
Prowadzący zajęcia:		dr hab. KRZYSZTOF BŁOŃSKI				
Cele przedmiotu:		Zapoznanie studentów z sposobem postępowania w zarządzaniu kryzysem wizerunkowym, ze szczególnym uwzględnieniem roli mediów i sposobu kreowania przez nie odbioru w społeczeństwie zaistniałej sytuacji kryzysowej. Student rozumie i posługuje się fachową terminologią z zakresu zarządzania kryzysowego, roli wizerunku w PR. Student rozumie i potrafi prowadzić analizę procesu kreacji wizerunku w warunkach kryzysowych.				
Wymagania wstępne:		Znajomość podstawowych pojęć z zakresu wizerunku, tożsamości miast i regionów oraz komunikacji społecznej				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP2	Potrafi 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	
TREŃCI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJE					Semestr	
					Liczba godzin zajęć	
					w tym e-learning	
Przedmiot: zarządzanie w kryzysie wizerunkowym						
Forma zajęć: wykład						
1. Zarządzanie kryzysowe - analiza pojęć			4	2	0	
2. Rodła, symptomy i skutki kryzysu			4	1	0	
3. Przygotowanie na wypadek wystąpienia sytuacji kryzysowych			4	2	0	
4. Postępowanie w sytuacjach kryzysowych			4	2	0	
5. Zarządzanie skutkami zdarzeń			4	2	0	
Forma zajęć: wiczenia						
1. Analiza wybranych kryzysów wizerunkowych			4	2	0	

2. Analiza sposobu przedstawienia wybranych sytuacji kryzysowych w mediach		4	1	0
3. Analiza przykładowego kryzysu wizerunkowego miast i regionów w social media		4	2	0
4. Strategie rozwiązywania konfliktu wokół których można budować komunikację z otoczeniem		4	2	0
5. Zarządzanie wizerunkiem po kryzysie		4	2	0
Metody kształcenia	Wykład, prezentacja multimedialna, dyskusja, gry symulacyjne			
Metody weryfikacji efektów uczenia się				Nr efektu uczenia się z sylabusu
	KOŁOKWIUM			EP3
	SPRAWDZIAN			EP3
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ)			EP2,EP3,EP4
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.			
Forma i warunki zaliczenia	Forma zaliczenia przedmiotu - zaliczenie z ocen Zaliczenie wykładu - sprawdzian (test), obejmujący zakres materiału zrealizowany na wykładach, Zaliczenie ćwiczeń na podstawie wykonanych zadań.			
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu			
		Ocena z przedmiotu jest średnią arytmetyczną ocen z ćwiczeń i wykładów.		
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny
	4	zarządzanie w kryzysie wizerunkowym		Arytmetyczna
	4	zarządzanie w kryzysie wizerunkowym [wykład]	zaliczenie z ocen	
	4	zarządzanie w kryzysie wizerunkowym [ćwiczenia]	zaliczenie z ocen	
Literatura podstawowa	Dariusz Tworzydło (2019): Zarządzanie w kryzysie wizerunkowym. Metody, procedury, reagowanie, Wydawnictwo Difin			
	Monika Czaplicka (2014): Zarządzanie kryzysem w social media, Helion			
	Stawnicka J., Biel D. (2011): Komunikacja w sytuacjach kryzysowych, Wydawnictwo Waław Walasek			
	Waldemar Rydzak (2011): Reputacja a działania informacyjne organizacji w sytuacjach kryzysowych i determinanty ich wyboru, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu			
Literatura uzupełniająca	Anna Murdoch (2003): Komunikowanie w kryzysie. Jak ratować wizerunek firmy, Poltext, Warszawa			
	Seitel F. P. (2012): Public Relations w praktyce, Wydawnictwo Felberg			
NAKŁAD PRACY STUDENTA				
		Liczba godzin		
		W tym e-learning		
Zajęcia dydaktyczne	18	0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	4	0		
Przygotowanie się do zajęć	15	0		
Studiowanie literatury	18	0		
Udział w konsultacjach	5	0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0	0		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	15	0		
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.	75			
Liczba punktów ECTS	3			

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-BMiR-O-II-N-22/23Z							
Nazwa przedmiotu: różła informacji w gospodarce przestrzennej (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_16N		
Nazwa kierunku: branding miast i regionów							
Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : 		
Status przedmiotu: obowi zkowy				J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
2	3	wiczenia	9	0	ZO	4	
		wykład	9	0	ZO		
Razem			18			4	
Koordynator przedmiotu:		dr hab. AGNIESZKA BUDZIEWICZ-GU LECKA					
Prowadz cy zaj cia:		dr hab. AGNIESZKA BUDZIEWICZ-GU LECKA					
Cele przedmiotu:		Poznanie ródeł pozyskiwania informacji w gospodarce przestrzennej. Poznanie i zrozumienie roli informacji dla podejmowania decyzji. Nabycie umiej tno ci warto ciowania ródeł informacji w gospodarce przestrzennej. Kształtowanie gotowo ci negocjowania w imi osi gania zało onego celu.					
Wymagania wst pne:		Podstawowa wiedza z zakresu wiedzy ogólnych problemów społeczno-gospodarczych					
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 niezb 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 wła ciwie interpretowa procesy decyzyjne oraz ich skutki.			K_U01	
kompetencje społeczne	1	EP7	Jest przygotowany do wła 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 ZAJ I KONSULTACJI					Semestr	Liczba godzin zaj	
						w tym e-learning	
Przedmiot: różła informacji w gospodarce przestrzennej							
Forma zaj : wykład							
1. Istota, rola i różła informacji.					3	1	0

2. Decyzje i ich podejmowanie w warunkach niepewności.		3	2	0	
3. Polityka informacyjna i ich rola w kształtowaniu rozwoju miast, regionów.		3	2	0	
4. Dezinformacja.		3	2	0	
5. Informacja w otoczeniu biznesowym.		3	2	0	
Forma zajęć : wiczenia					
1. Źródła informacji w procesie decyzyjnym		3	1	0	
2. Procesy decyzyjne w mikro i makroskali.		3	2	0	
3. Indywidualne i zbiorowe podejmowanie decyzji.		3	2	0	
4. Etyczne aspekty wykorzystania źródeł informacji.		3	2	0	
5. Wartość źródeł informacji.		3	2	0	
Metody kształcenia	wykład problemowy, prezentacja multimedialna, wykład informacyjny, rozwijanie zadań				
Metody weryfikacji efektów uczenia się				Nr efektu uczenia się z sylabusu	
	KOLOKWIMUM			EP2,EP5,EP6	
	SPRAWDZIAN			EP1,EP2,EP3	
	PREZENTACJA			EP4,EP6,EP7,EP8	
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ)			EP4,EP5,EP7,EP8	
Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.					
Forma i warunki zaliczenia	Wykłady: zaliczenie z ocen w oparciu o wyniki końcowego sprawdzianu pisemnego z zakresu treści wykładowych i zalecanej literatury po uprzednim zaliczeniu wiczeń.				
	wiczenia: zaliczenie z ocen na podstawie aktywności na zajęciach, ocen cząstkowych za wykonywanie poszczególnych zadań oraz kolokwium z treści prezentowanych na wiczeniach				
	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
	3	źródła informacji w gospodarce przestrzennej		Arytmetyczna	
	3	źródła informacji w gospodarce przestrzennej [wykład]	zaliczenie z ocen		
	3	źródła informacji w gospodarce przestrzennej [wiczenia]	zaliczenie z ocen		
Literatura podstawowa	Goodwin P, Wright G (2011): Analiza decyzji, Wolters Kluwer				
	Tyszka T (2010): Decyzje. Perspektywa psychologiczna i ekonomiczna, SCHOLAR				
Literatura uzupełniająca	Steinhouse Robbie (2012): Podejmowanie decyzji. Co trzeba wiedzieć, robić i mówić, aby podejmować właściwe decyzje, PWE, Warszawa				
	T. Goban-Klas (2004): Media i komunikowanie masowe, PWN, Warszawa				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zajęcia dydaktyczne	18	0			
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2	0			
Przygotowanie się do zajęć	23	0			
Studiowanie literatury	18	0			
Udział w konsultacjach	14	0			

Przygotowanie projektu / eseju / itp.	5	0
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	20	0
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	100	
Liczba punktów ECTS	4	