

podstawowa jednostka organizacyjna: Instytut Nauk Politycznych
kierunek studiów: Innowacyjność i zarządzanie sferą publiczną
dyscyplina: Nauki o polityce i administracji
profil kształcenia: ogólnoakademicki
poziom kształcenia: studia I stopnia
numer studiów*:

EU-12SP-US98/2018/2019

Zajęcia	Kierunkowe efekty uczenia się	Treści programowe
Ochrona własności intelektualnej	K_W06 K_W08 K_U01 K_U03 K_K02 K_K06	1. Pojęcie własności intelektualnej 2. Podział prawa własności intelektualnej na prawo autorskie i prawa pokrewne 3. Prawa majątkowe i osobiste 4. Prawo autorskie i jego naruszenie 5. Czynny nieuczciwej konkurencji 6. Zakres i czas ochrony prawa autorskiego 7. Odpowiedzialność za naruszenie prawa własności intelektualnej
Wstęp do filozofii	K_W03 K_W08 K_U01 K_U02 K_U07 K_K01	1. Przedmiot, definicja i ewolucja filozofii: rozwój filozofii a innowacje kulturowe i cywilizacyjne. 2. Narodziny filozofii 3. Filozofia przedsokratejska: innowacyjny charakter myśli filozoficznej. 4. Filozofia postsokratejska: eudajmonia a ideał doskonałości społecznej. Aureliusz Augustyn: eudajmonia a ideał doskonałości indywidualnej. Tomasz z Akwinu: innowacyjne prądy średniowiecza a recepcja arystoteleizmu. 5. Filozofia renesansu: rola renesansu w rozwoju współczesnego ideału postępu i innowacji; 6. Filozofia XVII jako filozofia metody: Bacon i Descartes – idea egalitarnej świadomości a wzmocnienie innowacyjnego potencjału ludzkości. John Locke: empiryczny konkret jako tworzywo innowacji. Hume: kryzys empiryzmu jako kryzys nauki. I. Kant: krytyka metafizyki jako nauki a teoria postępu, innowacyjne ideały oświecenia. G. Hegel: koncepcja historii jako dziejów innowacyjnej myśli filozoficznej. 7. Filozofia "końca filozofii": pozytywizm A. Comte'a a marksizm; narodziny naukspołecznych a pułapki innowacyjnych idei społecznych, „filozofia naukowa” społeczeństwa a totalitaryzm. Filozofia współczesna a innowacja: filozofia techniki, filozofia odpowiedzialności, filozofia ekologii, filozofia zrównoważonego rozwoju.
Sztuka wystąpień publicznych	K_W05 K_W07	1. Pierwsze wrażenie 2. Kreowanie własnego wizerunku

	K_U01 K_U03 K_U05 K_K05	3. Stres. Trema i sposoby jej przezwyciężania 4. Rodzaje wystąpień publicznych – konstruowanie wystąpienia 5. Zachowanie się przed kamerą i mikrofonem 6. Argumentacja i perswazja 7. Prezentacje multimedialne 8. Sztuka debatowania
Innowacyjny lider	K_W01 K_W02 K_U05 K_U06 K_K03	1. Wprowadzenie do kursu 2. Czy innowacyjność wymaga liderów? 3. Wyróżniki lidera innowacyjności. Podejście osobowościowe. 4. Wyróżniki lidera innowacyjności. Podejście grupowe, funkcjonalne i sytuacyjne. 5. Zasady kreatywności. 6. Cechy kreatywnych przywódców i ich ograniczenia. 7. Techniki kreatywności 8. Podejmowanie właściwych decyzji 9. Cel, ideał a sztuka rządzenia. Wybór i przewodnictwo współpracowników 10. Umiejętność tworzenia. Wartości i cnota przywódcy 11. Jak inspirować? 12. Strategie innowacyjności - implikacje dla przywództwa 13. Lider: "trener drużyn sportowych", "sensowny sponsor" 14. Lider: "pragmatyczny architekt", "dyrygent"
Procesy globalizacyjne	K_W01 K_W05 K_U01 K_U02 K_K01	1. Kapitalizm i innowacyjne technologie jako źródło globalizacji. 2. Globalizacja i jej wymiary - analiza definicyjna. 3. Społeczny wymiar globalnych problemów ekologicznych. 3.1. Źródła globalnego kryzysu środowiskowego. 3.2. Globalne problemy ekologiczne: zmiany klimatu, dziura ozonowa, zanik bioróżnorodności 3.3. Geneza, rozwój i obecny status międzynarodowej polityki ekologicznej 4. Globalne nierówności - przyczyny i metody przeciwdziałania. 5. Demograficzno-ekonomiczne implikacje procesów globalizacyjnych. 6. Tożsamość kulturowa w zglobalizowanym świecie. 7. Od swobody przekazu do chaosu informacyjnego. Mass media a procesy globalizacyjne. 8. Od "global-l-sation" do "global-WE-sation". Dylematy etyczne w dobie globalizacji. 9. Państwo w warunkach globalizacji wczoraj i dziś.
		1. Pojęcie przedsiębiorczości. Przedsiębiorczość biznesowa. Przedsiębiorczość terytorialna (publiczna). Przedsiębiorczość obywatelska. Przedsiębiorczość

EU-1:2 SP-USBS/2018/2019

Przedsiębiorczość sektora publicznego	K_W02 K_W07 K_U05 K_U06 K_K05	pozagospodarcza (administracyjna i społeczna). 2. Regionalne środowisko przedsiębiorczości. Podmioty wewnętrzne i na zewnątrz regionu. 3. Sektor publiczny. Non profit. Praktyki konkurencyjne. Aktywne partnerstwo. Przywództwo społeczne. 4. Region ekonomiczny jako system społeczno-gospodarczy. Dobro publiczne. Mienie komunalne. Źródła dochodów sektora publicznego. Wydatki budżetowe. 5. Środowisko sprzyjające rozwojowi przedsiębiorczości. 6. Narzędzia wspierania przedsiębiorczości. - Przedsiębiorczość sektora publicznego jako wartość społeczna. 7. Zachowania przedsiębiorcze. Procesy przedsiębiorcze. Partnerstwo publiczno-prywatne. Kooperacja sektorów jako wyznacznik przedsiębiorczości. Fundusze europejskie. 8. Innowacyjność i innowacje jako przykłady działań przedsiębiorczych. Logika myślenia innowacyjnego: poszukiwanie nowych pomysłów (dobre praktyki); tworzenie projektów i przedsięwzięć oraz ich realizacja; wdrożenie innowacji. 9. Rodzaje innowacji w sektorze publicznym: technologiczne i administracyjne.
Wstęp do nauki o polityce i administracji	K_W01 K_W02 K_W06 K_U02 K_U07 K_K01 K_K02	1. Polityka jako podstawowa kategoria polityczna. Istota pojęcia 2. Polityczna podmiotowość i przedmiotowość. Stosunek władzy 3. Cele działalności politycznej. System polityczny 4. Państwo – charakterystyka i typologia 5. Instytucjonalne struktury demokracji. Formy samoorganizacji społeczeństwa 6. System polityczny – oprogramowanie i przeobrażenia
Nauka o państwie i prawie	K_W02 K_W06 K_U03 K_U05 K_K03 K_K06	1. Wprowadzenie do przedmiotu 2. Prawo konstytucyjne 3. Prawo administracyjne materialne i procesowe 4. Prawo cywilne i rodzinne materialne i procesowe 5. Prawo pracy 6. Prawo karne materialne, procesowe i wykonawcze
Komunikacja w instytucjach publicznych	K_W01 K_W06 K_U03 K_U07 K_K01	1. Specyfika komunikacji w administracji publicznej 2. Komunikacja na poziomie administracji centralnej a samorządowej 3. Współczesne standardy budowania relacji urzad – obywatel 4. Public relations w działaniach instytucji publicznych 5. Zarządzanie kryzysem wizerunkowym w instytucjach publicznych 6. E-komunikacja w administracji publicznej

EU-112SP-US 98/2018/2019

Podstawy ekonomii i finansów	K_K04 K_W02 K_W04 K_W07 K_U01 K_U02 K_K02	1. Wprowadzenie - elementarne pojęcia, przedmiot i zakres ekonomii – problem ekonomiczny, ekonomia pozytywna i normatywna, mikroekonomia i makroekonomia, rzadkość a możliwości produkcyjne, determinanty podaży i popytu, prawo popytu i podaży, wykresy. 2. Cechy gospodarki rynkowej. Funkcje rynku. 3. Charakterystyka podmiotów gospodarczych – gospodarstwo domowe, przedsiębiorstwo (koszty, typy przedsiębiorstw, znaczenie sektora MSP i korporacji). 4. Działalność innowacyjna w przedsiębiorstwie. 5. Społeczno-ekonomiczne funkcje współczesnego państwa. Rola państwa w gospodarce – podejścia głównych szkół. 6. Makroekonomia – mierzenie gospodarki w skali makro: PKB (obliczanie, szara strefa), dobrobyt ekonomiczny, problemy makroekonomii: bezrobocie, inflacja, cykle gospodarcze, główne szkoły myśli makroekonomicznej. 7. Pieniądz i polityka monetarna – pojęcie pieniądza, jego wartość, popyt na pieniądz, zasoby pieniądza, tworzenie pieniądza. 8. System bankowy i zasoby pieniądza – narzędzia kontrolowania zasobów pieniądza: rezerwy obowiązkowe, kredyty i pożyczki udzielane podmiotom gospodarczym, operacje otwartego rynku, monetarystyczne wyjaśnienie inflacji i deflacji, inflacja pchana przez koszty, koszty i korzyści inflacji, polityka monetarna – polityczno-społeczne uwarunkowania-deficyt budżetowy, dług publiczny. Budżet państwa. 9. Znaczenie giełdy i innych instytucji finansowych we współczesnej gospodarce. 10. Międzynarodowa współpraca gospodarcza – handel międzynarodowy – bilans płatniczy, korzyści z handlu, argumenty na rzecz wolnego handlu, argumenty na rzecz stosowania restrykcji handlowych.
Współczesne wyzwania demograficzne	K_W03 K_W05 K_U03 K_U06 K_K03 K_K04	1. Kryzys demograficzny w kontekście globalnych problemów ekologicznych. 2. Ogólne tendencje demograficzne we współczesnym świecie. 3. Demograficzne przekształcenia życia rodzinnego w XXI wieku i ich konsekwencje. 4. Współczesne style życia a demografia. 5. Przyrost naturalny w kontekście problemów ekologicznych współczesnego świata. 6. Starzenie się społeczeństw. Skutki, wyzwania i nadzieje. 7. Przekształcenia demograficzne we współczesnej Europie i Polsce. 8. Demografia państw rozwijających się jako dyktando etyczny współczesnego świata.
		1. Czym są innowacje społeczne? 2. Innowacje a społeczeństwo - rola kapitału ludzkiego i społecznego jako źródła innowacyjności

EU-112SP-US 88/2018/2019

Społeczne uwarunkowania innowacyjności	K_W01 K_W03 K_U02 K_U07 K_K04 K_K06	3. Nowe podmioty w procesie wdrażania innowacyjnych rozwiązań społecznych 4. Nowe sposoby na mobilizację dużych zasobów na rzecz innowacji 5. Edukacja na rzecz innowacyjności 6. Społeczna odpowiedzialność biznesu 7. Paradoksy rozwoju innowacyjnego w kryzysie 8. Innowacyjność w perspektywie problemów demograficznych, ekologicznych i ubóstwa 9. Smart City jako wizja innowacyjności miejskiej 10. Radykalne innowacje jako źródło korzyści społecznych 11. Nowe platformy łączące kapitał z potrzebami społecznymi 12. Ekosystemy rozwiązań jako płaszczyzna innowacji społecznych.
Podstawy organizacji i zarządzania	K_W02 K_W05 K_U01 K_U02 K_K01	1. Systematyzacja dorobku i struktura nauki o organizacji i zarządzaniu; 2. Elementy analizy strategicznej; 3. Determinanty struktury organizacji; typy struktury organizacji, rozwój struktur organizacyjnych; 4. Kierowanie zmianami w organizacji; strategia zmiany w organizacji, podejście do konfliktu w organizacji; metody przełamywania oporu przeciwko zmianom w organizacji, ich zalety oraz ograniczenia; 5. Przywództwo i kierowanie w organizacji; charakterystyka wybranych modeli przywództwa; 6. Problemy związane z delegowaniem władzy; istota delegowania władzy i etapy jej delegowania, zasady delegowania władzy w organizacji, przeszkody delegowania władzy i możliwości ich przezwyciężenia; 7. Procedury konstytuowania się decyzji w organizacji; 8. Procesy kontroli w organizacji 9. Procesy twórcze w organizacji; nowoczesne koncepcje organizacji pracy jako alternatywa wobec zasad F. Taylora, techniki organizacji pracy, nowe formy organizacji pracy i zasady ich wprowadzania.
Polityka społeczna	K_W02 K_W03 K_W04 K_U01 K_U06 K_K06	1. Wprowadzenie do polityki społecznej: pojęcie, wartości, cele, zasady, zakres. Geneza i przeobrażenia polityki społecznej w Europie i w Polsce. 2. Modele polityki społecznej. Podmioty polityki społecznej i ich klasyfikacja. Zakres socjalnej funkcji państwa. Prawa socjalne w Konstytucji RP. Zadania samorządu terytorialnego w zakresie polityki społecznej w Polsce. Międzynarodowe i krajowe standardy socjalne. 3. Zarys głównych kwestii socjalnych w Polsce. Wybrane polityki szczegółowe w sferze socjalnej: demograficzna, zatrudnienia, płacowo- dochodowa, wobec ubóstwa i wykluczenia społecznego, aktywizacji społecznej; ochrony zdrowia, mieszkaniowa, rodzinna, wobec osób starszych, wobec osób niepełnosprawnych, wobec dzieci.

EU-12 SP-US 88/2018/2019

		- Podstawy systemu zabezpieczenia społecznego, zwłaszcza w sferze ubezpieczeń społecznych. Główne wyzwania stojące przed polityką społeczną u progu XXI wieku. - Kwestia ubóstwa i wykluczenia społecznego. Podmioty, zakres i świadczenia w sferze pomocy społecznej. Działania w zakresie integracji i aktywizacji społecznej: analiza przypadków. - Reformy ochrony zdrowia... Główne problemy systemu ochrony zdrowia i możliwości poprawy sytuacji. - Stan mieszkalnictwa w Polsce w świetle podstawowych wskaźników. Działalność państwa i samorządu w sferze mieszkaniowej a dostęp do mieszkań, Problem bezdomności i sposoby jego rozwiązywania. - Polityka rodzinna: koncepcje, doświadczenia, rozwój, rodzaje świadczeń i ich efektywność, potrzeba nowych rozwiązań prorodzinnych. - Polityka wobec osób starszych: sytuacja osób starszych w Polsce, czy starzy ludzie są w Polsce dyskryminowani?; istniejące formy pomocy i potrzeby w tym zakresie. - Polityka wobec osób niepełnosprawnych świadczenia i przejawy działań skutecznych. Sytuacja dzieci w Polsce: główne problemy, instytucje i formy pomocy.
Bezpieczeństwo publiczne	K_W05 K_W06 K_U02 K_U06 K_K02	- Pojęcie bezpieczeństwa i porządku publicznego. - Rodzaje i źródła zagrożeń. - Typologia bezpieczeństwa - Sposoby i mechanizmy zachowania bezpieczeństwa. - Systemy bezpieczeństwa. - Zarządzanie bezpieczeństwem. Organizacje i struktury odpowiedzialne za bezpieczeństwo publiczne. Działania profilaktyczne na rzecz bezpieczeństwa. - Sposoby przywracania bezpieczeństwa.
Komunikacja międzykulturowa	K_W03 K_W05 K_U01 K_U03 K_K02	- Komunikowanie międzykulturowe jako istotna dziedzina komunikowania społecznego - Podstawowe pojęcia dotyczące kultur - Komunikacja werbalna o niewerbalna - Etnocentryzm i relatywizm kulturowy - Kultury narodowe - Mniejszości narodowe - Wymiary kultur - Wybrane teorie komunikowania międzykulturowego – Edward S. Hall - Wybrane teorie komunikowania międzykulturowego – Geert Hofstede - Wybrane teorie komunikowania międzykulturowego – Richard Gesteland - Porozumiewanie się kultur wg. Jerzego Mikulowskiego Pomorskiego

EU-11287-VSSS/2018/2018

Public relations	K_W03 K_W05 K_W06 K_U05 K_U07 K_K05	- Public relations jako proces komunikacji z otoczeniem – istota, historia, modele. Fazy procesu public relations – podstawowe techniki. Public relations w komunikacji marketingowej firmy. Tożsamość i wizerunek organizacji. Psychologiczne podstawy public relations. Rola i techniki komunikacji organizacji i jej liderów z otoczeniem wewnętrznym i zewnętrznym. Odbiorcy działań public relations. Kształtowanie tożsamości i wizerunku firmy. Zarządzanie wizerunkiem przedsiębiorstwa. Komunikacja wewnętrzna w organizacji. Narzędzia komunikacji wewnętrznej. Zarządzanie sytuacją kryzysową. Polityczne PR. Public relations w promocji innowacyjnych rozwiązań. Etyka w działalności PR. - Komunikowanie w sferze publicznej; - Zarządzanie informacją w sferze publicznej; - Narzędzia PR; - Sponsoring; Lobbying; - Media relations; Działania PR w Internecie; Monitoring mediów. Media relations - zasady współpracy; Analiza i tworzenie komunikatów medialnych; - Planowanie kampanii PR; Tworzenie strategii PR i ich analiza; - Zarządzanie komunikowaniem w organizacji; - Zasady autoprezentacji i prezentacji projektów strategii PR;
Zarządzanie rozwojem w grupie	K_W01 K_W03 K_W05 K_U06 K_U07 K_K05 K_K06	- Grupa jako całość społeczna - wprowadzenie definicyjne. - Tożsamość jednostkowa a tożsamość grupowa. - Procesy i cechy grupotwórcze, typy grup. - Normy grupowe, ich rodzaje i funkcje - Rodzaje celów grupowych - Budowanie zespołu - metody, techniki, kryteria skuteczności - Role grupowe. - Przywództwo w grupie. - Zalety i wady wybranych stylów kierowania - Komunikacja grupowa - Syndrom myślenia grupowego. - Zarządzanie konfliktem w grupie. - Zarządzanie dynamiką grupy - przegląd teorii - Uwarunkowania pracy trenera grupowego
		- Wstęp. Wprowadzenie podstawowych pojęć i problematyki - Rozwój polityki innowacyjnej po II wojnie światowej - Źródła i cele polityki innowacyjnej - Wiedza a współczesny wymiar innowacji

EU-1:ZSP-4588/2018/2019

Polityki innowacyjności	K_W01 K_W02 K_W05 K_U01 K_U02 K_K01 K_K02	5. Kapitał intelektualny a innowacja 6. Innowacja a rozwój społeczny 7. Innowacje a wzrost gospodarczy 8. Systemy innowacyjne 9. Instytucjonalny wymiar polityki innowacyjnej 10. Polityki innowacyjności w procesie globalizacji 11. Innowacyjność a dobre rządzenie 12. Inteligentne państwo wobec zjawiska korupcji 13. Innowacyjne mechanizmy zmiany społecznej – współczesne protesty polityczne 14. Polityka innowacyjna państwa na przykładzie wybranych krajów
E-polityka (e-learning)	K_W01 K_W04 K_W05 K_U03 K_U05 K_K01	1. Nowe technologie w polityce: komunikowanie postmodernizacyjne, nowe media jako narzędzia polityki 2.0, pojęcie e-polityki. 2. Ewolucja demokracji: demokracja klasyczna, współczesne rozumienie demokracji, kryzys demokracji, społeczeństwo informacyjne, edemokracja, demokracja 2.0. 3. E-polityka w perspektywie instytucjonalnej: wykorzystanie nowych technologii w komunikowaniu politycznym instytucji, organizacji i podmiotów zaangażowanych w aktywne działania polityczne (e-government, strony www partii politycznych, blogi polityków itd.). 4. E-polityka w perspektywie obywatelskiej: rola narzędzi sieciowych w oddziaływaniu na obywateli, nowe ruchy społeczne. 5. E-polityka w perspektywie systemowej: realizacja mechanizmów funkcjonowania systemu politycznego z punktu widzenia demokratycznego (e-voting, elektroniczna partycypacja polityczna). E-polityka w państwach niedemokratycznych? 6. E-administracja – analiza stron internetowych głównych organów władzy w Polsce: Sejmu RP, Senatu RP, Prezydenta RP i Premiera RP, poszczególnych ministerstw. Ocena przydatności portali internetowych i elektronicznych narzędzi komunikacji na poziomie lokalnym. Partie polityczne w sieci – od stron internetowych do portali społecznościowych. Politycy w social media. Podmioty „nie-polityczne” i ich aktywność polityczna w internecie (organizacje, ruchy społeczne, celebryci). Polityczne wykorzystanie w internecie fake news i jego skutki społeczne. Przygotowanie projektu (wystąpienie, prezentacja) i poprowadzenie dyskusji na wybrany temat.
		1. Strategia – definicje i ewolucja zarządzania strategicznego. Szkoły strategicznego zarządzania. Cele strategii i paradygmat myślenia strategicznego.

TU-112SP-US882018/2019

Zarządzanie strategiczne	K_W01 K_W03 K_U05 K_U07 K_K02	Problemy w prognozowaniu zmian w otoczeniu, strategia a trendy rozwojowe. Myślenie strategiczne i kierunki w myśleniu strategicznym. Podstawowe wymiary strategii, model strategii i postępowanie strategiczne. Struktura strategii, cechy i dylematy strategii. Fundamentalne szkoły strategii: planistyczna, wzorczą, pozycyjna, zasobowa. 2. Przewaga konkurencyjna - benchmarking. Proces zarządzania strategicznego- definicja. Cechy zarządzania strategicznego, etapy zarządzania strategicznego. Zasady tworzenia strategii, etapy planowania. Komponenty zarządzania strategicznego. Misja, wizja i cele strategiczne organizacji. Procedura opracowywania wizji organizacyjnej. Otoczenie organizacji - czynniki globalizacji. Analiza PEST. Analiza otoczenia, macierz zmienności otoczenia. Metody strategicznej analizy otoczenia- otoczenie ogólne. 3. Instrumenty strategii- otoczenie ogólne. Metody analizy strategicznej otoczenia- otoczenie celowe. Ryzyko w podejmowaniu decyzji strategicznych. Proces zarządzania ryzykiem; analiza trendu – ekstrapolacja trendu, metoda delficka opinie ekspertów. Analiza luki i jej odmiany; metoda scenariuszowa, scenariusze możliwych zdarzeń, scenariusze symulacyjne, scenariusze otoczenia. 4. Etapy budowy scenariusza możliwych zdarzeń. Etapy budowy scenariusza symulacyjnego. Etapy budowy scenariuszy stanów otoczenia. Typowe błędy popełniane przy tworzeniu scenariuszy. Mapa przyszłości; mapa grup strategicznych, model „pięciu sił” Portera. Rozwój technologii i znajomość cyklu życia technologii.
Zarządzanie rewitalizacją przestrzeni publicznych	K_W04 K_W07 K_W08 K_U05 K_U06 K_K03 K_K04	1. Polityka rozwoju – wprowadzenie definicyjne 2. Zarządzanie rewitalizacją – zasady organizacyjno-prawne. 3. Zarządzanie rewitalizacją w kontekście idei oraz celów zrównoważonego rozwoju. 4. Źródła finansowania projektów rewitalizacyjnych. 5. Rewitalizacja przestrzeni zurbanizowanych. 6. Analiza programów rewitalizacyjnych w wybranych gminach – studium przypadku
Badania ilościowe i jakościowe w praktyce	K_W03 K_W04 K_U01 K_U02 K_K01	1. Światopogląd, teorie a wybór strategii badawczej. 2. Zasady doboru próby w badaniach ilościowych i jakościowych. 3. Ilościowe strategie i metody badawcze. 4. Jakościowe strategie i metody badawcze. 5. Strategie mieszane. 6. Ćwiczenia praktyczne z zakresu analizy statystycznej oraz jakościowej

EU-12SP-US 88/2018/2019

Organizacje pozarządowe i aktywność obywatelska	K_W01 K_W05 K_U05 K_U06 K_K04	1. Historia organizacji pozarządowych i aktywności obywatelskiej w Polsce 2. Rozwój sektora organizacji pozarządowych oraz społeczeństwa obywatelskiego w Polsce po 1989 r. 3. Źródła i początki aktywności obywatelskiej i organizacji pozarządowych na świecie. 4. Organizacje pozarządowe i ich rola w realizacji spójności społeczno-ekonomicznej oraz budowie społeczeństwa obywatelskiego. 5. Podstawowe informacje o organizacjach pozarządowych: 1) Liczba organizacji pozarządowych w Polsce, 2) Geografia sektoropozarządowego, 3) Demografia sektora pozarządowego, 4) Pola i formy działania organizacji, 5) Zasięg działalności. 6. Ludzie w organizacjach: 1) Zarządy fundacji i stowarzyszeń, 2) Wolontariusze i członkowie, 3) Zatrudnienie w sektorze pozarządowym. 7. Finanse organizacji pozarządowych: 1) Wielkość przychodów i rozwarstwienie sektora, 2) Stabilność przychodów, 3) Źródła przychodów, 4) Działalność gospodarcza i odpłatna, 5) Majątek, 6) Wykorzystanie funduszy europejskich w perspektywie finansowej 2014-2020. 8. Współpraca wewnątrz sektora pozarządowego.
Samorząd terytorialny	K_W01 K_W06 K_U01 K_U06 K_K03 K_K06	1. Państwo a samorząd terytorialny 2. Samorząd terytorialny – podstawy teoretyczne i prawno-organizacyjne. 3. Samorząd terytorialny na świecie – studia przypadków. 4. Samorząd terytorialny w UE – studia przypadków. 5. Samorząd terytorialny w Polsce – studia przypadków.
Marketing i reklama	K_W03 K_W04 K_U03 K_U05 K_K01 K_K05	1. Podstawowe pojęcia: marketing, rodzaje marketingu, teoria marketingu. 2. Otoczenie marketingowe przedsiębiorstwa, analiza SWOT. 3. Marketing mix i jego podstawowe elementy: produkt, cena, promocja i dystrybucja jako narzędzia strategii marketingowej. 4. Marketing wewnętrzny w firmie. 5. Organizacja służb marketingowych w przedsiębiorstwie i ich działalność. 6. Definicje, cechy, funkcje reklamy. 7. Historia reklamy. 8. Koncepcje i formy przekazu reklamowego. 9. Grupa docelowa. 10. Reklama wizerunkowa, sprzedażowa, społeczna, polityczna. 11. Reklama jako narzędzie marketingu i promocji. 12. Reklama a perswazja. Podstawowe mechanizmy perswazyjne.
	K_W01 K_W05	1. Miasto jako podmiot i przestrzeń współczesnej polityki 2. Zasady prowadzenia polityki miejskiej 3. Cele polityki miejskiej

EU-1:2SP-US 98/2018/2019

Polityka miejska	K_U05 K_U06 K_K03 K_K04	4. Kształtowanie przestrzeni 5. Partycypacja publiczna 6. Transport i mobilność miejska 7. Niskoemisyjność i efektywność energetyczna 8. Rewitalizacja 9. Polityka inwestycyjna 10. Rozwój gospodarczy 11. Ochrona środowiska i adaptacja do zmian klimatu 12. Demografia 13. Zarządzanie obszarami miejskimi 14. Monitorowanie realizacji polityki miejskiej
Zarządzanie instytucją publiczną	K_W02 K_W03 K_U02 K_U07 K_K01	1. Podstawowe pojęcia – instytucje publiczne w rozwoju historycznym i w teorii zarządzania, podstawowy podział (zakres działań) 2. Rola instytucji publicznych w gospodarce krajowej 3. Ludzie w instytucjach publicznych – pracownicy (podział kompetencji) / odbiorcy (w tym problemy osób niepełnosprawnych) 4. Instytucje publiczne w sytuacjach kryzysowych / współpraca między instytucjami publicznymi 5. Funkcjonowanie instytucji kultury w Europie i w Polsce (dobre wzorce) 6. Zarządzanie na poziomie lokalnym 7. Etyka i zapobieganie zjawiskom korupcji 8. Specyfika i różnorodność instytucji publicznych 9. Planowanie i finansowanie w instytucjach publicznych 10. Budowanie hierarchii i zespołów w instytucjach publicznych, zarządzanie instytucją publiczną (rola menedżera publicznego) 11. Analiza wybranych obszarów tematycznych (organizacja i funkcjonowanie urzędu, uczełni wyższej, publicznej placówki zdrowia, publicznej instytucji kultury) 12. Rola lidera / zadania zespołu w zarządzaniu instytucją publiczną 13. . Projekt – przedstawienie projektu i dyskusja na temat projektu
Nowe idee polityczne	K_W01 K_W02 K_U01 K_U02 K_K01 K_K02	1. Idee polityczne subkultur młodzieżowych. 2. Perspektywy teoretyczne i metody badań nad nowymi ideami politycznymi. Idee polityczne od starożytności po XX wiek i ich związki ze współczesnością, współczesne implikacje i recepcja w przyszłości. Propozycje rozwiązań politycznych, społecznych i ekonomicznych w czasach najdawniejszych i ich współczesna recepcja. Zasady i koncepcje stosunków społecznych, socjotechnik rządzenia i rozwiązań ustrojowych proponowane od starożytności po XX wiek i ich współczesne konotacje. 3. (analiza na podstawie koncepcji myślicieli starożytności, średniowiecza,

EU-112SP-US98/2018/2019

		odrodzenia itd.). - Idee ekologizmu. Vegetarianizm. - Demokracja, demokracja bezpośrednia i uczestnicząca, budżet partycypacyjny. - Globalizacja i idee ruchu antyglobalizacyjnego. - Komunitaryzm vs. libertarianizm. Sytuacjonizm. - Transhumanizm. - Anarchizm w XXI wieku (w tym kryptoanarchizm) i squatting. - Nacjonalizm, Trzecia Pozycja, dystrybucjonizm. Idee nowego komunizmu. - Luddyzm, prymitywizm, ruralizm, trybalizm (opcjonalnie).
Socjotechnika życia publicznego	K_W01 K_W02 K_U02 K_U03 K_K02	- Socjotechnika łączy w polityce i życiu publicznym – wprowadzenie definicji. - Konwergencja łączy społeczno-politycznego w środkach masowego przekazu. - Propaganda łączy w systemach demokratycznych i totalitarnych. - Socjotechnika zagrożenia – znaczenie i mechanizmy. - Polityka jako zarządzanie łączy. - Manipulacja jako substytut kreowania łączy publicznego.
Spółeczne studia nad techniką i technologią	K_W05 K_W06 K_U02 K_U07 K_K01	- Technika i technologia – podstawy definicyjne. Technika a społeczeństwo - Uwarunkowania rozwoju technicznego. Filozofia techniki - Technonauka – nurty badań i różne koncepcje poznania. Początki i rozwój nauk laboratoryjnych - Konstruktywizm i jego warianty. Idea technokracji - Trywializowanie otoczenia i eksternalizacja zjawisk. Ryzyko jako cecha technonauki - Współczesna technonauka – cechy, perspektywy i ograniczenia
Polityka przestrzenna	K_W01 K_W04 K_U05 K_U06 K_K06	- Polityka przestrzenna – zasady organizacyjno-prawne. - Wdrażanie polityki przestrzennej. - Ekonomiczne uwarunkowania polityki przestrzennej - Ekologiczne uwarunkowania polityki przestrzennej - Spółeczne uwarunkowania polityki przestrzennej - Kulturowe uwarunkowania polityki przestrzennej
Kultura i sztuka wobec	K_W02 K_W05 K_U01	- Polityczność współczesnych praktyk kulturowych. - Komunikowanie masowe w XX/XXI wieku jako źródło kształtowania postaw społeczno-politycznych - Sztuka i kultura zaangażowana społecznie.

EU-112SP-US88/2018/2019

społeczeństwa informacyjnego	K_U07 K_K02	4. Sztuka i kultura zaangażowana politycznie. 5. Sztuka i kultura zaangażowana ekologicznie. 6. Preferencje w sferze kultury a aktywność społeczno-polityczna – na przykładzie wybranych państw.
Ruchy społeczne	K_W01 K_W05 K_U02 K_U05 K_K04	1. Wprowadzenie do zajęć, omówienie zasad zaliczenia oraz literatury przedmiotu. Podstawowe pojęcia związane z ruchami społecznymi 2. Rewolucja obyczajowa '68 3. Feminizm w Polsce 4. Ruchy walki o prawa LGBT 5. Ruchy ekologiczne 6. Ruchy religijne 7. Ruchy alterglobalistyczne 8. Ruchy miejskie
Innowacyjność dla zrównoważonego rozwoju	K_W02 K_W06 K_U01 K_U02 K_K01 K_K05	1. Innowacyjność a obrazy przyrody na przestrzeni wieków. 2. Od rewolucji przemysłowej do rewolucji ekologicznej. 3. Powstanie i rozwój zasad zrównoważonego rozwoju w polityce międzynarodowej i praktyce społecznej. 4. Polityczne, społeczne, filozoficzne i ekonomiczno-gospodarcze aspekty zrównoważonego rozwoju. 5. Prawo na rzecz zrównoważonego jako źródło innowacji w relacjach człowiek vs przyroda. 6. Rozwój odnawialnych źródeł energii w świetle idei zrównoważonego rozwoju. 7. Zrównoważone budownictwo, architektura i planowanie przestrzenne. 8. Metropolie przyszłości - ekologiczne miasta. 9. Tiny house movement w kontekście wartości zrównoważonego rozwoju. 10. Zrównoważony rozwój obszarów wiejskich i przedsięwzięcia rolniczych. 11. Wyzwania innowacyjności w kontekście: - malejących zasobów wody i żywności - współczesnych trendów demograficznych i globalnych zmian klimatu. 12. Transhumanizm jako ideologia przyszłości a wizja wspólnoty ludzkiej w zrównoważonym rozwoju.
		1. Zarys historii integracji europejskiej (powstanie i ewolucja Wspólnot Europejskich i Unii Europejskiej, traktaty założycielskie Wspólnot i UE oraz traktaty rewizyjne, stan prawno-instytucjonalny po traktacie lizbońskim); 2. instytucje UE (geneza, ewolucja, skład, zadania i kompetencje): Rada Europejska; Parlament Europejski; Rada UE; Komisja Europejska; Trybunał Sprawiedliwości UE; Trybunał Obrachunkowy; Europejski Bank Centralny; inne

EU-112SP-VS88/2018/2019

Instytucje i procedury decyzyjne w UE	K_W02 K_W06 K_U01 K_U07 K_K02	ważniejsze instytucje; 3. Podejmowanie decyzji przez instytucje UE i procedury uchwalania aktów prawa pierwotnego i pochodnego UE; 4. Procedury decyzyjne w ramach Wspólnej Polityki Zagranicznej i Bezpieczeństwa UE: geneza WPZiB; działalność UE w ramach WPZiB (mechanizmy, instrumenty); Europejska Polityka Bezpieczeństwa i Obrony; instytucje UE zaangażowane w tworzenie WPZiB; 5. Instytucjonalne i proceduralne aspekty budowy Przestrzeni Wolności, Bezpieczeństwa i Sprawiedliwości w UE
Zarządzanie wiedzą	K_W03 K_W05 K_U02 K_U03 K_K01	1. Wprowadzenie: zarządzanie wiedzą • Przyczyny rozwoju dziedziny zarządzania wiedzą • Podejście do zarządzania wiedzą • Właściwości wiedzy • Rodzaje i kategorie wiedzy • Definicje wiedzy dla celów zarządzania • Kształtowanie się koncepcji zarządzania wiedzą • Operacyjne zarządzanie wiedzą 2. Funkcje zarządzania wiedzą • Holistyczne podejście do zarządzania; • Podstawowe wymiary zarządzania wiedzą; • Funkcje kultury organizacji zarządzającej wiedzą; • Wymiar zarządzania wiedzą; • Funkcje kultury organizacji zarządzającej wiedzą; • Porównanie kultury organizacji tradycyjnej i zarządzającej wiedzą; 3. Wymiar procesowy zarządzania wiedzą w organizacji; • Procesy zarządzania wiedzą; • Obszary problemowe, występujące podczas procesu pozyskiwania wiedzy; • Praktyka zarządzania; • Zarządzanie wiedzą – model zasobowy, model japoński, model procesowy, model roboczy; 4. Charakterystyka organizacji uczącej się; • Zestawienie różnic pomiędzy organizacją tradycyjną, a uczącą się; • Czynniki warunkujące sukces procesu uczenia się organizacji; 5. Charakterystyka i zadania pracownika wiedzy; • Zadania, jakie menedżer wiedzy realizuje w organizacji zarządzającej wiedzą • Twórczy charakter grupowego myślenia • Grupowe myślenie i jego negatywne odzworowania • Procesy twórcze w organizacji; nowoczesne koncepcje organizacji pracy.
Zewnętrzne źródła pozyskiwania środków finansowych	K_W04 K_W06 K_U05 K_U06 K_K05	1. Fundusze strukturalne – podstawy prawne działania i ich podział. 2. Europejski Fundusz Społeczny; Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego 3. Fundusz Spójności 4. Krajowe i regionalne programy operacyjne ze szczególnym uwzględnieniem działań finansowanych w ramach EFS. 5. Zewnętrzne źródła finansowania w nauce 6. Zewnętrzne źródła finansowania w sferze działalności kulturowej – study case

EU-1:28P-0588/2018/2019

		7. Zewnętrzne źródła finansowania przedsiębiorstw.
Zarządzanie innowacyjnym projektem	K_W04 K_W07 K_W08 K_U05 K_U07 K_K04	1. Innowacyjny projekt, istota i charakterystyka – wybór tematyki projektu 2. Innowacyjny projekt – promocja i reklama – program Canva, strona internetowa - program WIX, program Trello 3. Projektowanie projektów innowacyjnych; 4. Prezentacja innowacyjnego projektu -cele, WBS, Wykres Gantt'a 5. Przygotowanie strategii zarządzania projektem innowacyjnym. 6. Dokumentacja projektowa wniosek. Komunikacja w projekcie - Plakaty, fora społecznościowe, maile, 7. Nawiazanie współpracy z podmiotami. 8. Praca w zespole. (struktura zespołów). Prezentacja zadań. 9. Realizacja przygotowanych projektów. 10. Monitoring i ewaluacja projektów innowacyjnych. 11. Prezentacja zrealizowanych projektów i ich promocja
Filozofia wobec dylematów współczesności	K_W01 K_W05 K_U02 K_K01 K_K02	1. Problemy cywilizacyjne i dylematy moralne XXI wieku. 2. Filozofia i etyka wobec kryzysu ekologicznego. 3. Współczesne dylematy filozofii i bioetyki 4. Transhumanizm i posthumanizm jako narracja teraźniejszości i przyszłości 5. Filozofia wobec współczesnych dylematów bezpieczeństwa publicznego. 6. Filozofia wobec kryzysu demokracji.
Prawo autorskie a marka publiczna	K_W02 K_W06 K_W07 K_U03 K_U06 K_K06	1. Prawo autorskie a marka, wizerunek, znak towarowy. 2. Ochrona prawna produktów narodowych, tradycyjnych, miejskich i lokalnych. 3. Prawo autorskie a ochrona wizerunku publicznego. 4. Zasady wykorzystania wizerunku pracowników państwowych i samorządowych. 5. Prawo autorskie a marka i wizerunek instytucji publicznych w Internecie
Media relations instytucji publicznych	K_W05 K_W06 K_U02 K_U03 K_K04 K_K06	1. Zasady kształtowania wizerunku w mediach 2. Wizerunek instytucji publicznych w mediach – cele, zasady, bariery, zagadnienia organizacyjno-prawne 3. Zarządzanie kryzysem wizerunkowym instytucji publicznych w środkach masowego przekazu. 4. Internetowy PR w działalności instytucji publicznych 5. Zasady, narzędzia i metody pracy rzecznika prasowego instytucji publicznych. 6. Media relations w służbie samorządów

EU-1.28P-4588/2018/2018

		7. Media relations instytucji bezpieczeństwa
Branding narodowy	K_W02 K_W04 K_U05 K_U06 K_K05	1. Wizerunek, reputacja i tożsamość kraju 2. Marka narodowa – produkt, architektura, zasoby ludzkie, gospodarka – study case 3. Destination branding 4. Dyplomacja międzynarodowa, komunikowanie międzynarodowe i międzykulturowe na rzecz branding narodowego 5. Branding narodowy w środkach masowego przekazu, otoczeniu wewnętrznym i zewnętrznym. 6. Podmioty odpowiedzialne za budowanie marki i wizerunku państwa
Place branding	K_W02 K_W03 K_W06 K_U01 K_U02 K_K01	1. Marketing terytorialny – wprowadzenie teoretyczne. 2. Metody , narzędzia i techniki w place branding 3. Budowanie strategii marki miejsca oraz metody pomiaru wizerunku marki miejsca 4. Czym różni się place branding od promocji miejsca 5. Place branding wybranych państw: Nowa Zelandia, Wielka Brytania, Polska, Szwecja, Południowa Afryka. 6. Place branding wybranych miast: Kopenhaga, Singapur, Nowy Jork, Poznań, Berlin.
Marka osobista liderów sfery publicznej	K_W01 K_W07 K_U03 K_U07 K_K05	1. Znaczenie marki osobistej w działalności publicznej. 2. Odkrywanie własnej marki – ćwiczenia warsztatowe. 3. Planowanie marki osobistej. 4. Komunikowanie marki osobistej. 5. Wybrane przykłady liderów sfery publicznej.
Kampanie reklamowe w kształtowaniu wizerunku państwa	K_W01 K_W06 K_U02 K_U06 K_K05 K_K06	1. Zasady kształtowania kampanii reklamowych państwa – zagadnienia definicyjne i organizacyjno-prawne 2. Komponenty składające się na państwo jako produkt (gospodarka, walory przyrodnicze, produkty turystyczne, żywieniowe, tradycyjno-historyczne, potencjał kulturowy, kultura popularna, ekologia, sport, wybitne osobistości). 3. Kampanie reklamowe państwa w mediach tradycyjnych. 4. Kampanie reklamowe państwa w nowych mediach. 5. Przygotowanie kampanii reklamowej wybranego państwa.
	K_W02	1. Komunikacja kryzysowa – wprowadzenie terminologiczne, specyfika, zasady, metody jej kształtowania 2. Źródła kryzysów wizerunkowych państwa

EU-112SP-US93/2018/2018

Zarządzanie wizerunkiem państwa w sytuacji kryzysowej	K_W05 K_U03 K_U05 K_K02	3. Podmioty odpowiedzialne za zarządzanie kryzysem wizerunkowym w państwie. 4. Metody tradycyjne w komunikacji kryzysowej 5. Komunikacja kryzysowa państwa w mediach społecznościowych. 6. Projektowanie komunikatów dla mediów w sytuacji kryzysowej 7. Wybrane przykłady kryzysu wizerunkowego państwa i analiza metod przeciwdziałania (ataki terrorystyczne, wypadek lotniczy, komunikacja z rodzinami ofiar, kryzys dyplomatyczny, epidemie, kryzys na rynku żywnościowym)
Kształtowanie wizerunku instytucji publicznych	K_W03 K_W04 K_U02 K_U07 K_K01 K_K06	1. Zasady kształtowania wizerunku organów centralnych państwa (parlament, rząd, prezydent, sądy i trybunały) 2. Zasady kształtowania wizerunku urzędów na szczeblu centralnym i samorządowym 3. Zasady kształtowania wizerunku wybranych obszarów funkcjonowania państwa (ochrona zdrowia, pomoc społeczna, ochrona środowiska) 4. Kreowanie wizerunku osób publicznych. 5. Zasady kształtowania wizerunku instytucji kulturalnych.
Strategie budowy marki państwa – study case	K_W01 K_W03 K_U01 K_U02 K_K05	1. Stany Zjednoczone Ameryki jako supermocarstwo 2. Ekologiczny wizerunek państw obszaru Skandynawii. 3. Propaganda jako źródło kreowania wizerunku państw autorytarnych i totalitarnych. 4. Australia – państwo otwarte i liberalne 5. Chiński model <i>soft power</i> 6. Rock'n'roll, „Windsor Company”, football, brexit – czynniki determinujące wizerunek Wielkiej Brytanii na świecie.
Eko – marketing w państwie	K_W03 K_W04 K_U03 K_U05 K_K04	1. Świadomość ekologiczna mieszkańców a eko-marketing w państwie. 2. Eko-marka jako pomysł na tożsamość wizerunkową państwa. 3. Eko-marketing w otoczeniu zewnętrznym państwa 4. Eko-marketing w otoczeniu wewnętrznym państwa 5. Obywatel jako eko-konsument 6. Eko-marketing na rynku produktów i żywności krajowej oraz lokalnej. 7. Korzyści i koszty związane z wdrażaniem eko-marketingu jako celowego instrumentu kształtowania polityki państwa i życia społecznego.
Polityka regionalna	K_W02 K_W06 K_W07	1. Pojęcie regionu i polityki regionalnej 2. Ekonomiczne, geograficzne, administracyjne, statystyczne, przestrzenne kryteria regionalizacji.

EU-112SP-US88/2018/2018

	K_U03 K_U06 K_K06	3. Polityka regionalna w dobie globalizacji. 4. Zasady kształtowania polityki rozwoju regionalnego. 5. Narzędzia polityki regionalnej. 6. Polityka regionalna Polski i państw UE. 7. Wyzwania dla polityk regionalnych w XXI wieku.
Marketing terytorialny	K_W05 K_W06 K_U02 K_U03 K_K04 K_K06	1. Geneza i warunki rozwoju marketingu terytorialnego; 2. Marketing terytorialny jako rynkowa koncepcja pozyskiwania czynników rozwojowych jednostek przestrzenno-administracyjnych; 3. Przesłanki kształtowania orientacji marketingowej jednostek samorządu terytorialnego; Marketingowy wizerunek miast i regionów; Idea jako przedmiot zainteresowania marketingu miast i regionów - warunki oraz strategię kreowania i rozpowszechniania; 4. Pozycjonowanie jako podstawa strategii marketingowej miast i regionów; Innowacyjność w strategii pozycjonowania jednostek osadniczych; 5. Partnerstwo podmiotów działających na rynku miast i regionów - koncepcja marketingowa; Promocja miasta w filmie - marketingowa strategia city placement; 6. Turystyka w marketingu terytorialnym.
Ruchy miejskie	K_W02 K_W04 K_U05 K_U06 K_K05	1. Ruchy miejskie – geneza, przyczyny ich powstawania, współczesne perspektywy teoretyczne i badawcze. 2. Miasto jako źródło wartości ruchów społecznych 3. Kultura, ekologia i ekonomia jako obszary działalności społecznej na rzecz rozwoju miasta. 4. Solidarność międzymiastowa – współpraca ruchów miejskich w skali ogólnokrajowej. 5. Charakterystyka wybranych ruchów miejskich w Polsce i na świecie – study case.
Produkt miejski i lokalny	K_W02 K_W03 K_W06 K_U01 K_U02 K_K01	1. Produkt miejski i lokalny – wprowadzenie terminologiczne. 2. Elementy identyfikacji produktów miejskich i lokalnych. 3. Produkt rekreacyjno-turystyczny. 4. Produkt kulturalny i artystyczny. 5. Produkt tradycyjno-historyczny. 6. Produkty społeczno-aktyologiczne. 7. Produkt ekologiczny.
	K_W01 K_W07	1. Znaczenie liderów społeczności lokalnych i ich marki. 2. Odkrywanie własnej marki – ćwiczenia warsztatowe.

EU-1: ZSP-US89/2018/2019

Lider społeczności lokalnych	K_U03 K_U07 K_K05	3. Planowanie marki osobistej na szczeblu lokalnym. 4. Komunikowanie marki osobistej w otoczeniu lokalnym. 5. Wybrane przykłady liderów sfery publicznej na szczeblu lokalnym. 1. Projekt i zarządzanie projektem. Definiowanie celów i harmonogramu projektowego. Mierzenie efektów projektu. 2. Źródła finansowania projektów na szczeblu lokalnym. 3. Budżet obywatelski i partycypacyjny. 4. Specyfika projektów kulturalnych na szczeblu lokalnym. 5. Specyfika projektów promocyjnych na szczeblu lokalnym. 6. Specyfika projektów edukacyjnych na szczeblu lokalnym. 7. Specyfika projektów biznesowych na szczeblu lokalnym.
Zarządzanie projektami na szczeblu lokalnym	K_W01 K_W06 K_U02 K_U06 K_K05 K_K06	
Strategie rozwoju lokalnego	K_W02 K_W05 K_U03 K_U05 K_K02	1. Tworzenie strategii rozwoju lokalnego. 2. Problemy urbanizacji wielkich metropolii. 3. Stymulowanie rozwoju gospodarczego na szczeblu lokalnym. 4. Wybrane strategie rozwoju województw. 5. Wybrane strategie rozwoju gminy. 6. Uwarunkowania rozwoju – zasoby, jakość życia, uwarunkowania rynkowe. 7. Konkurencyjność regionów.
Planowanie partycypacyjne	K_W03 K_W04 K_U02 K_U07 K_K01 K_K06	1. Planowanie partycypacyjne – wprowadzenie definicyjne. 2. Społeczeństwo obywatelskie, stopnie partycypacji a demokracie, współzrządzenie. 3. Partnerstwo publiczno-prywatne. 4. Partnerstwo międzysektorowe. 5. Podstawy prawne partycypacji w wybranych państwach. 6. Partnerstwo terytorialne.
Wewnętrzny PR miast	K_W01 K_W03 K_U01 K_U02	1. Public relations w działalności samorządu terytorialnego i miast. 2. Otoczenie wewnętrzne miasta. 3. Budowanie dobrych relacji ze środowiskiem lokalnym. 4. Społeczna odpowiedzialność biznesu na szczeblu lokalnym. 5. Polityka infrastrukturalna, informacyjna, kulturalna, polityka sportowo-rekreacyjna na rzecz budowania dobrego wizerunku w otoczeniu wewnętrznym

EU-112 SP-US 88/2018/2019

	K_K05	miasta.
Eco-cities i zrównoważony rozwój miast	K_W03 K_W04 K_U03 K_U05 K_K04	1. Eco-cities i zrównoważony rozwój miast – wprowadzenie definicyjne. 2. Urbanizacja jako wyzwanie dla polityki ekologicznej. 3. Znaczenie społeczne terenów zielonych i rekreacyjnych. 4. Rolnictwo horyzontalne jako kierunek rozwoju samowystarczalności miast. 5. Zrównoważone budownictwo. 6. Ruch małych domków – jako specyficzna forma ruchu społecznego (miejskiego). 7. Miasto zrównoważonego rozwoju – Masdar City 8. Wartości i normy ekologiczne jako źródła kreowania marki miasta. 9. Planowanie przestrzenne w kontekście norm zrównoważonego rozwoju. 10. Przyszłość miast w XXI wieku.

* wypełnia DJiOK

Z-ca Dyrektora
Instytutu Nauk Politycznych
dr hab. Artur Łaska

Podpis prodziekana/z-cy dyrektora
podstawowej jednostki organizacyjnej

EV-1:28P-VS88/2018/2019