

KARTA PRZEDMIOTU

I. OGÓLNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE							
PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA IM. WITELONA W LEGNICY WYDZIAŁ NAUK SPOŁECZNYCH I HUMANISTYCZNYCH							
Kierunek studiów:		Administracja					
Specjalność:		Menadżer w administracji publicznej					
Profil studiów:		Praktyczny					
Forma studiów:		Stacjonarne/niestacjonarne					
Nazwa przedmiotu:		Marketing w administracji publicznej					
Język wykładowy:		Język polski					
Kod przedmiotu kształcenia:		MK_ASP01					
Poziom studiów (I lub II stopień)	I stopień	Formy prowadzenia zajęć i liczba godzin w planie studiów:					
Rok studiów:	III						
Semestr:	5	Wykład	Ćwiczenia	Seminarium	Laboratorium	Warsztaty	Praktyka zawodowa
Liczba punktów ECTS:	4	30/16	-	-	-	16/6	-
Forma zaliczenia:		Zaliczenie na ocenę					
Wymagania wstępne w zakresie wiedzy oraz umiejętności:		Ogólna znajomość funkcjonowania administracji publicznej					
II. CELE KSZTAŁCENIA							
Cele kształcenia:							
Głównym celem zajęć jest zapoznanie studentów z strategiczno-marketingowym podejściem do zarządzania w administracji publicznej, ze szczególnym uwzględnieniem gmin i powiatów.							
III. PRZEDMIOTOWE EFEKTY KSZTAŁCENIA WRAZ Z ODNIESIENIEM DO EFEKTÓW KIERUNKOWYCH ORAZ METODY WERYFIKACJI EFEKTÓW							
Efekt	Student, który zaliczył przedmiot w zakresie:			Odniesienie do kierunkowych efektów kształcenia		Metody weryfikacji	
wiedzy:							
W01	rozumie pojęcie administracji, modeli administracji publicznej, koncepcję administracji publicznej oraz proces narodzin nowoczesnej administracji publicznej i jej ewolucje w czasach nowożytnych			K_W02		ustny sprawdzian wiedzy	
W02	rozumie i zna system organizacji administracji publicznej, jej funkcję oraz rolę administracji publicznej i jej instytucji w organizacji państwa i współczesnego społeczeństwa			K_W03		pisemny sprawdzian wiedzy	

W03	rozumie i zna organizację i zasady funkcjonowania organów i instytucji polskich i europejskich realizujących zadania z zakresu administracji i gospodarki rynkowej, formy aktywności administracji publicznej państwa i samorządu, jej organów i instytucji, zna i rozumie procesy zachodzące w administracji państwa i samorządu oraz regulację prawa w tym zakresie.	K_W19	pisemny sprawdzian wiedzy
umiejętności:			
U01	stosuje terminologię administracji publicznej oraz siatkę pojęciową prawa administracyjnego	K_U05	obserwacja i ocena postaw studenta
U02	stosuje przepisy prawa administracyjnego oraz środki i metody właściwe administracji w procesie administrowania	K_U14	obserwacja i ocena postaw studenta
U03	przygotowuje prace pisemne, wystąpienia ustne oraz komunikuje się z otoczeniem	K_U17	obserwacja i ocena postaw studenta
kompetencji społecznych:			
K01	Interpretuje i rozstrzyga dylematy związane z administrowaniem i stosowaniem prawa międzynarodowego	K_K05	obserwacja i ocena postaw studenta
K02	umie uczestniczyć w przygotowaniu projektów społecznych	K_K06	obserwacja i ocena postaw studenta
K03	potrafi określić priorytety służące realizacji określonego przez siebie lub innych zadania	K_K08	obserwacja i ocena postaw studenta
IV. TREŚCI KSZTAŁCENIA			
Treści kształcenia (tematyka zajęć, zaprezentowana z podziałem na poszczególne formy zajęć z określeniem liczby godzin potrzebnych na ich realizację)			
Wykład:			
Kod	Tematyka zajęć	Liczba godzin	
W1	Charakterystyka zadań organów administracji publicznej;	4/2	
W2	Planowanie strategiczne i marketingowe w administracji publicznej;	10/6	
W3	Proces podejmowania decyzji;	4/2	
W4	Jednostki administracji publicznej a otoczenie marketingowe;	4/2	
W5	Produkt marketingowy jednostek administracji publicznej;	4/2	
W6	Cena, dystrybucja i lokalizacja usług w zakresie administracji publicznej;	4/2	
Warsztaty:			
Kod	Tematyka zajęć	Liczba godzin	
WT1	Promocja działalności administracji publicznej. Klient administracji publicznej	16/6	
V. METODY KSZTAŁCENIA, NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE			

- 1. Metody kształcenia:** wykład informacyjny, wykład konwersatoryjny.
2. Narzędzia (środki) dydaktyczne: prezentacje multimedialne, analiza strategii gmin i powiatów.

VI. FORMA I KRYTERIA ZALICZENIA PRZEDMIOTU

Forma zaliczenia przedmiotu. Kryteria oceny formującej:

1. Ustny sprawdzian wiedzy – kryteria oceny:

- **3,0 (dostateczny)** – wypowiedzi niesamodzielne, odtwórcze, stereotypowe sądy, zakłócenia w kompozycji i spójności,
- **3,5 (dostateczny plus)** – powierzchowne odpowiedzi na pytania, dopuszczalne nieliczne błędy rzeczowe, spłylenie interpretacji tekstu,
- **4,0 (dobry)** – odpowiedzi na pytania z dopuszczalnymi niewielkimi błędami merytorycznymi, strukturalnymi i językowymi,
- **4,5 (dobry plus)** – odpowiedzi na pytania z dopuszczalnymi niewielkimi błędami strukturalnymi i językowymi – ocena dobra plus,
- **5,0 (bardzo dobry)** – pełna i bezbłędna odpowiedź na pytania z wykorzystaniem trzech kryteriów: kryterium merytorycznego, strukturalnego i językowego.

2. Obserwacja i ocena postaw studenta wynikających z:

- realizacji zadań przygotowanych w ramach warsztatów,
- zaangażowania w pracę grupy,
- zachowań i aktywności w trakcie wykładów i warsztatów,
- prowadzenia merytorycznej dyskusji,
- potrzeby ciągłego rozwoju osobistego i zawodowego.

Kryteria oceny podsumowującej:

średnia ocen formujących.

Koordynator przedmiotu:

Mgr Edward Biegun

VII. BILANS PUNKTÓW ECTS - NAKŁAD PRACY STUDENTA

Kategoria	Obciążenie studenta (S/N)
Liczba godzin realizowanych przy bezpośrednim udziale nauczyciela (godziny kontaktowe)	48/24
Udział w wykładach	30/16
Udział w warsztatach	16/6
Udział w zaliczeniu przedmiotu	2/2
Samodzielna praca studenta (godziny niekontaktowe)	52/76
Przygotowanie do wykładu	5/10
Przygotowanie do warsztatów	15/20
Przygotowanie do zaliczenia	27/41
Kwerenda internetowa	5/5
Łączna liczba godzin	100/100
Punkty ECTS za przedmiot	4

VIII. LITERATURA PRZEDMIOTU

Literatura podstawowa:

1. M. Florek, *Podstawy marketingu terytorialnego*, Wydawnictwo AEP, Poznań 2006;
2. W. M. Gaczek, *Zarządzanie w gospodarce przestrzennej*, Oficyna Wydawnicza Branta, Bydgoszcz- Poznań 2003;
3. E. Wojciechowski, *Zarządzanie w samorządzie terytorialnym*, Difin, Warszawa 2003..

Literatura uzupełniająca:

1. A. Szromnik, *Marketing terytorialny. Miasto i region na rynku*. Wolters Kluwer Polska. Kraków 2007;
2. P. Bednarek, *Controlling w zarządzaniu gminą*, PWE, Warszawa 2007;
3. K. Bolesta-Kukułka, *Decyzje menadżerskie*, PWE, Warszawa, 2003.