

KARTA MODUŁU

I. OGÓLNE INFORMACJE O MODULE								
Państwowa Wyższa szkoła Zawodowa im. Witelona w Legnicy Wydział Nauk Społecznych i Humanistycznych								
Kierunek studiów:		Administracja						
Poziom studiów:		Pierwszego stopnia						
Profil studiów:		praktyczny						
Forma studiów:		stacjonarne/niestacjonarne						
Nazwa modułu:		Marketing w administracji publicznej						
Rodzaj modułu:		obowiązkowy						
Język wykładowy:		Język polski*						
Rok studiów:	3	Formy prowadzenia zajęć wraz z liczbą godzin dydaktycznych:						
Semestr:	5	Wykład	Warsztat	**	**	**	**	**
Liczba punktów ECTS ogółem:	3	30/15	15/6	S/N	S/N	S/N	S/N	S/N
Forma zaliczenia:		Zaliczenie na ocenę						
Wymagania wstępne:		Wymagania wstępne: Wiedza z zakresu mikro i makro ekonomii oraz zadań i zasad funkcjonowania organów administracji publicznej						
II. CELE KSZTAŁCENIA								
Cele kształcenia:								
Cel 1: Zapoznanie z rolą organizacji publicznych we współczesnej gospodarce oraz specyfiką aktywności marketingowej. Cel 2: Zapoznanie z istotą i obszarami zastosowania marketingu w administracji publicznej i głównymi założeniami marketingu terytorialnego. Przygotowanie do podejmowania decyzji w zakresie zagadnień marketingowych w organizacjach publicznych . Cel 3: Kształtowanie umiejętności powiązania zdobytej wiedzy z praktyką.								
III. EFEKTY UCZENIA SIĘ WRAZ Z ODNIESIENIEM DO EFEKTÓW KIERUNKOWYCH ORAZ METODY WERYFIKACJI EFEKTÓW								
Efekt	Student, który zaliczył moduł w zakresie:					Odniesienie do efektów kierunkowych		Metody weryfikacji
wiedzy:								
W01	w zaawansowanym stopniu zna i rozumie procesy zachodzące w gospodarce finansowej państwa i samorządu, organizację i zasady funkcjonowania organów polskich i europejskich realizujących gospodarkę finansową oraz regulacje prawa finansowego w tym zakresie					K1Z_W12		Ustny i/lub pisemny sprawdzian wiedzy
W02	w zaawansowanym stopniu zna i rozumie procedury właściwe działaniu administracji publicznej					K1Z_W13		Ustny i/lub pisemny sprawdzian wiedzy
W03	w zaawansowanym stopniu zna i rozumie administracyjno-prawne i cywilno prawne normatywne i praktyczne aspekty podejmowania i prowadzenia działalności gospodarczej w kraju oraz w kontaktach zagranicznych					K1Z_W14		Ustny i/lub pisemny sprawdzian wiedzy
umiejętności:								
U01	student potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę z zakresu ekonomii, organizacji i zarządzania w praktyce funkcjonowania administracji publicznej.					K1A_U05		Ustny i/lub pisemny sprawdzian wiedzy
U02	potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę i stosuje wiedzę z zakresu ekonomii, organizacji i zarządzania w praktyce funkcjonowania administracji publicznej					K1Z_U07		Ustny i/lub pisemny sprawdzian wiedzy
U03	potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę by formułować i rozwiązywać złożone problemy w określonej procedurze administracyjnej					K1Z_U10		Ustny i/lub pisemny sprawdzian wiedzy
U04	potrafi samodzielnie organizować pracę indywidualną oraz w zespole K1Z_U13 Ustny i/lub współdziałać z innymi osobami. stosując administracyjnoprawne i cywilnoprawne					K1Z_U13		Ustny i/lub pisemny

	normatywne i praktyczne aspekty podejmowania i prowadzenia działalności gospodarczej w kraju oraz w kontaktach zagranicznych		sprawdzian wiedzy
U05	potrafi samodzielnie przygotować prace pisemne, wystąpienia ustne oraz komunikuje się z otoczeniem	K1Z_U14	Ustny i/lub pisemny sprawdzian wiedzy
kompetencji społecznych:			
K01	jest gotów by identyfikować i rozstrzygać dylematy związane z wykonywanym zawodem, by wypełniać zobowiązania społeczne związane z wykonywanym zawodem do przestrzegania zasad etyki zawodowej i wymagania tego od innych, do dbałości o dorobek i tradycje zawodowe	K1Z_K02	Obserwacja postaw studenta
IV. TREŚCI PROGRAMOWE			
Treści programowe (tematyka zajęć, zaprezentowana z podziałem na poszczególne formy zajęć z określeniem liczby godzin potrzebnych na ich realizację)			
Wykłady			
Kod	Tematyka zajęć	Liczba godzin S/N	
W1	Charakterystyka zadań organów administracji publicznej;	5/2	
W2	Planowanie strategiczne i marketingowe w administracji publicznej;	5/3	
W3	Proces podejmowania decyzji	5/2	
W4	Jednostki administracji publicznej a otoczenie marketingowe	5/3	
W5	Produkt marketingowy jednostek administracji publicznej.	5/3	
W6	Cena, dystrybucja i lokalizacja usług z zakresu administracji publicznej.	5/2	
**			
Kod	Tematyka zajęć	Liczba godzin S/N	
WT1	Charakterystyka zadań organów administracji publicznej;	2/1	
WT2	Planowanie strategiczne i marketingowe w administracji publicznej;	3/1	
WT3	Proces podejmowania decyzji	2/1	
WT4	Jednostki administracji publicznej a otoczenie marketingowe. Produkt marketingowy jednostek administracji publicznej.	3/1	
WT5	Cena, dystrybucja i lokalizacja usług z zakresu administracji publicznej.	2/1	
WT6	Promocja działalności administracji publicznej. Klient administracji publicznej	3/1	
V. METODY KSZTAŁCENIA, NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE			
1. Metody kształcenia:: wykład informacyjny (konwencjonalny), wykład problemowy, wykład konwersatoryjny, opis, metoda problemowa, sytuacyjna, ćwiczeniowa oparta na wykorzystaniu różnych źródeł wiedzy, studium przypadku, dyskusja, 2. Narzędzia (środki) dydaktyczne: prezentacje multimedialne, teksty źródłowe, dokumenty, roczniki statystyczne, Internet, rzutniki multimedialne, itp.			
VI. FORMA I KRYTERIA ZALICZENIA MODUŁU			
1. Sposób zaliczenia: • egzamin • zaliczenie z oceną • zaliczenie bez oceny Przygotowanie prezentacji: • 3,0 (dostateczny) – przygotowanie i prezentacja na forum grupy, • 3,5 (dostateczny plus) – przygotowanie i prezentacja na forum prezentacji oraz znajomość literatury źródłowej, • 4,0 (dobry) – przygotowanie i prezentacja na forum prezentacji oraz znajomość literatury źródłowej, umiejętność analizy i syntezy treści źródłowych, • 4,5 (dobry plus) – przygotowanie i prezentacja na forum prezentacji oraz znajomość literatury źródłowej, umiejętność analizy i syntezy treści źródłowych, poprawność wnioskowania, • 5,0 (bardzo dobry) – przygotowanie i prezentacja na forum prezentacji oraz znajomość literatury źródłowej, umiejętność analizy i syntezy treści źródłowych, poprawność wnioskowania, pomysłowość proponowanych rozwiązań. Test wiedzy: • 51% - 60% - ocena dostateczna, • 61% - 70% - ocena dostateczna plus, • 71% - 80% - ocena dobra.			

- 81% - 90% - ocena dobra plus,
- 91% - 100% - ocena bardzo dobra.

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 z poszczególnych form zaliczenia

Ocena podsumowująca:

☐ średnia ocen formujących

VII. BILANS PUNKTÓW ECTS - NAKŁAD PRACY STUDENTA

Kategoria	Obciążenie studenta
Liczba godzin realizowanych przy bezpośrednim udziale nauczyciela (godziny kontaktowe)	45/21
Udział w wykładach	30/15
Udział w innych formach zajęć (wt)	15/6
Samodzielna praca studenta (godziny niekontaktowe)	30/54
Przygotowanie do wykładu	5/10
Przygotowanie do innych form zajęć (wt)	10/24
Przygotowanie do egzaminu	10/10
Przygotowanie do zaliczenia innych form zajęć (wt)	5/10
Łączna liczba godzin	75/75
Punkty ECTS za moduł	3

VIII. ZALECANA LITERATURA

Literatura podstawowa:

- P. Kotler, N. Lee, Marketing w sektorze publicznym. Mapa drogowa wyższej efektywności, Przedsiębiorczość i Zarządzanie KOŹMIŃSKI, Warszawa 2008
- Z. Knecht, Public Relations w administracji publicznej, Wydawnictwo C.H. BECK, Warszawa 2006
- Z. Mazur, J. Zieziula, Marketing w administracji publicznej, Wyższa Szkoła Biznesu, Nowy Sącz 1999

Literatura uzupełniająca:

- Limański, I. Drabik, Marketing w organizacjach non-profit, Difin 2007
- W. Rudolf, Marketing terytorialny w ujęciu relacyjnym, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2016

*należy odpowiednio wypełnić

** należy wpisać formę/formy przypisane do modułu określone w programie studiów (ćwiczenia, seminarium, konwersatorium, lektorat, laboratorium, warsztat, projekt, zajęcia praktyczne, zajęcia terenowe, zajęcia wychowania fizycznego, praktyka zawodowa, inne)