

WYDZIAŁ NAUK HUMANISTYCZNYCH I SPOŁECZNYCH

KARKONOSKA PAŃSTWOWA SZKOŁA WYŻSZA

w Jeleniej Górze

PROGRAM STUDIÓW PODYPLOMOWYCH

**KREOWANIE MARKI LIDERA W ADMINISTRACJI
PUBLICZNEJ**

Jelenia Góra 2021

Ogólna charakterystyka studiów:

Kreowanie marki lidera w administracji publicznej

1. **Liczba godzin przeznaczonych na studia:** 204 (32 punkty ECTS)
2. **Liczba semestrów nauki:** 2 semestry
3. **Forma studiów:** on-line / stacjonarnie / hybrydowo (w zależności od okoliczności - w wersji hybrydowej możemy zaproponować wykłady zdalne; istnieje także możliwość zrealizowania zdalnego części warsztatów, szczególnie opartych na pracy projektowej)
4. **Odbiorcy:** Studia podyplomowe "Kreowanie marki lidera w administracji publicznej" adresowane są do absolwentów studiów licencjackich, jak i magisterskich. Studia są przeznaczone dla pracowników administracji publicznej rządowej oraz samorządowej a także samorządowych jednostek organizacyjnych, w tym pracowników urzędów oraz dla tych, którzy planują zatrudnienie w administracji publicznej. W szczególności kierowane są do osób, które:
 - Pracują w strukturach jednostek samorządu terytorialnego szczebla regionalnego i lokalnego
 - Pełnią funkcje kierownicze na średnim oraz wyższym szczeblu zarządzania organizacją;
 - Przygotowują się do awansu zawodowego na stanowiska kierownicze;
 - Planują karierę polityczną w samorządzie
 - Pracują w biurach promocji
 - Chcą rozwijać kompetencje zarządcze oraz poszerzyć wiedzę dotyczącą bieżących i przyszłych trendów
 - Stawiają na rozwój osobisty i chcą zaktualizować wiedzę na temat innowacyjnych trendów
5. **Cel główny studiów:** Celem studiów jest przekazanie wiedzy i kształcenie oraz doskonalenie kompetencji komunikacyjnych i przywódczych w sferze publicznej
6. **Cele szczegółowe:**
 - Zdobyć umiejętności efektywnego komunikowania się z kluczowymi grupami otoczenia, zarówno zewnętrznego, jak i wewnętrznego (pracownikami, mieszkańcami, liderami opinii, organizacjami, partnerami)
 - Zdobyć umiejętności kreowania własnej marki i wizerunku
 - Praktyczne zapoznanie się z najnowszymi trendami i wyzwaniem w zarządzaniu publicznym, takimi jak budowanie partnerstw i współpraca, także międzysektorowa, myśleniem projektowym i sieciowym, współzarządzaniem
 - Zapoznanie z najnowszymi trendami
 - Zdobyć praktycznych kompetencji liderkich

- Poznanie i rozwijanie umiejętności planowania, przygotowywania, realizowania i analizowania przeprowadzonych kampanii komunikacyjnych z wykorzystaniem najnowocześniejszych narzędzi

7. Korzyści dla słuchacza:

- Kompleksowość omawianych zagadnień
- Aktualność i praktyczne zastosowanie pozyskanej wiedzy
- Zdobycie wiedzy i wypracowanie umiejętności oraz kompetencji społecznych niezbędnych w rozwoju zawodowym, zarówno w procesie ubiegania się o pracę, jak i w przypadku awansu u dotychczasowego pracodawcy.
- Podniesienie sprawności i skuteczności w komunikowaniu się z kluczowymi grupami otoczenia
- Praktykowanie rozwiązań związanych z najnowszymi trendami i wyzwaniem w pracy w administracji publicznej i budowaniu kapitału społecznego
- Praca z praktykami, możliwość dzielenia się wiedzą i wymiany doświadczeń, okazja do networkingu
- Angażujące, interaktywne metody pracy: prace w grupach; opracowywanie case studies wybranego problemu instytucji publicznej, projektowanie rozwiązań danego problemu

8. Zakres tematyczny:

Lp.	Przedmiot	Godziny	
		Wykład	Ćwiczenia
1.	Kreowanie marki osobistej lidera w sektorze publicznym	4	12
2.	Wystąpienia publiczne	-	8
3.	Prezentacje biznesowe	-	8
4.	Budowanie marki lidera – case study (Spotkania z liderami sektora publicznego i NGO)	4	8
5.	Podstawy zarządzania projektami	4	8
6.	Budowanie zespołów i przywództwo	4	8
7.	Marketing polityczny	8	8
8.	Nowoczesny PR i komunikacja w administracji publicznej	8	8
9.	Warsztat komunikacji interpersonalnej	-	8
10.	Myślenie Projektowe (Design Thinking)	-	16
11.	Socjologia organizacji	8	8
12.	Projektowanie komunikacji	4	8

13.	Innowacje społeczne w AP	8	-
14.	Audyt komunikacyjny w AP / Analiza komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej w AP	4	8
15.	Prawo w administracji publicznej i prawa osób pełniących funkcje publiczne	8	8
16.	Seminarium dyplomowe	-	16
	Razem: 204 godzin, 32 pkt ECTS	64	140

9. Kwalifikacje i umiejętności, jakie nabędą absolwenci studiów podyplomowych:

- Efektywna komunikacja z kluczowymi grupami otoczenia
- Umiejętność tworzenia strategii komunikacji i promocji
- Personal branding i budowanie marki lidera
- Wiedza na temat innowacyjnych metod odpowiadania na wyzwania współczesnego świata
- Doskonalenie kompetencji przywódczych
- Doskonalenie kompetencji cyfrowych

10. Warunki rekrutacji:

- ukończone studia magisterskie lub licencjackie – odpis dyplomu ukończenia studiów wyższych
- podanie o przyjęcie na studia
- kserokopia dokumentu tożsamości
- dowód opłaty rekrutacyjnej

11. Warunki ukończenia studiów: projekt - np.: strategia komunikacji marki lidera, strategia współpracy międzysektorowej, kampanii informacyjnej lub edukacyjnej

Matryca efektów uczenia się dla studiów podyplomowych

dziedzina: nauki społeczne, nauki humanistyczne

profil kształcenia: **praktyczny**

forma studiów: **niestacjonarne**

Symbol	Kategoria charakterystyki efektów uczenia się. Po ukończeniu studiów podyplomowych <i>kreowanie marki lidera w administracji publicznej</i> absolwent:	Odniesienie do charakterystyki drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomie 7 PRK
WIEDZA		
K_W01	ma pogłębioną wiedzę na temat komunikacji społecznej w sferze publicznej	P7S_WG
K_W02	ma pogłębioną wiedzę na temat metod i narzędzi konstruowania strategii promocyjnych podmiotów funkcjonujących w sferze publicznej	P7S_WG
K_W03	posiada szeroką wiedzę na temat zasad korzystania z technologii informatycznych na potrzeby realizowanych przez siebie zadań w administracji publicznej rządowej oraz samorządowej a także samorządowych jednostek organizacyjnych.	P7S_WG
K_W04	ma pogłębioną wiedzę na temat instrumentów i znaczenia marketingu oraz public relations w administracji publicznej i samorządowej	P7S_WG
K_W05	ma pogłębioną wiedzę na temat różnych form przekazu w zakresie komunikacji społecznej w administracji publicznej i samorządowej	P7S_WG
UMIEJĘTNOŚCI		
K_U01	ma umiejętność inicjowania i prowadzenia efektywnej działalności w obszarze marketingu i promocji w administracji publicznej i samorządowej	P7S_UW
K_U02	potrafi precyzyjnie opracowywać strategie, metody i narzędzia służące promocji podmiotów funkcjonujących w sferze publicznej	P7S_UW
K_U03	zna i rozumie zasady oraz wytyczne konstruowania różnorodnych przekazów w ramach komunikacji społecznej ze zróżnicowanymi kręgami odbiorców oraz potrafi je umiejscowić i prowadzić debatę w obszarze współczesnej kultury	P7S_UK
K_U04	posiada umiejętność tworzenia jasnych i efektywnych przekazów publikowanych na platformach cyfrowych	P7S_UW
K_U05	potrafi kierować pracą zespołu podejmując w nim wiodącą rolę i/lub współdziałać z innymi osobami w ramach prac zespołowych	P7S_UO
KOMPETENCJE SPOŁECZNE		
K_K01	jest przygotowany do wykonywania funkcji inicjatora, organizatora i koordynatora w ramach zadań	P7S_KR

	realizowanych w obszarze komunikacji społecznej na różnych szczeblach administracji publicznej i samorządowej	
K_K02	jest gotowy do pracy na stanowiskach kierowniczych w administracji publicznej rządowej oraz samorządowej związanych z mediami, komunikacją i przetwarzaniem informacji	P7S_KR
K_K03	jest przygotowany do pełnienia różnych funkcji w zespole (pracowniczym), ma świadomość swojej roli w grupie zawodowej i społecznej	P7S_KR
K_K04	wypełnia zobowiązania społeczne poprzez inspirowanie i organizowanie działalności na rzecz środowiska i interesu społecznego	P7S_KO

PLAN STUDIÓW PODYPLOMOWYCH
Kreowanie marki lidera w administracji publicznej

Lp.	Przedmiot		Liczba godzin				Forma zaliczenia
			Forma zajęć		pkt ECTS		
	Semestr I	razem	wykłady	ćwiczenia	W	C	
1.	Kreowanie marki osobistej lidera w sektorze publicznym	16	4	12	1	2	zaliczenie
2.	Prezentacje biznesowe	8	-	8	-	1	zaliczenie
3.	Nowoczesny PR i komunikacja w administracji publicznej	16	8	8	1	1	zaliczenie
4.	Budowanie zespołów i przywództwo	12	4	8	1	1	zaliczenie
5.	Socjologia organizacji	16	8	8	1	1	zaliczenie
6.	Prawo w administracji publicznej i prawa osób pełniących funkcje publiczne	16	8	8	1	1	zaliczenie
7.	Audyt komunikacyjny w AP / Analiza komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej w	12	4	8	1	1	zaliczenie
8.	Myślenie Projektowe (Design Thinking)	16	-	16	-	2	zaliczenie
Razem (semestr I)		112	36	76	16		
	Semestr II	razem	wykłady	ćwiczenia	W	C	
9	Projektowanie komunikacji	12	4	8	1	1	zaliczenie

10	Wystąpienia publiczne	8	-	8	-	1	zaliczenie
11.	Budowanie marki lidera – case study (Spotkania z liderami sektora publicznego i NGO)	12	4	8	1	1	zaliczenie
12.	Marketing polityczny	16	8	8	1	1	zaliczenie
13.	Warsztat komunikacji interpersonalnej	8	-	8	-	1	zaliczenie
14.	Innowacje społeczne w AP	8	8	-	1	-	zaliczenie
15.	Podstawy zarządzania projektami	12	4	8	1	1	zaliczenie
16.	Seminarium i projekt dyplomowy	16	-	16	-	5	Egzamin
Razem (semestr II)		92	28	64	16		
OGÓŁEM:		204	64	140	32		