

1.	Nazwa kierunku	polityki miejskie i doradztwo publiczne
2.	Wydział	Wydział Nauk Społecznych
3.	Cykl rozpoczęcia	2019/2020 (semestr zimowy), 2020/2021 (semestr zimowy), 2021/2022 (semestr zimowy), 2022/2023 (semestr zimowy), 2023/2024 (semestr zimowy), 2024/2025 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

**Moduł kształcenia:** Marketing terytorialny

**Kod modułu:** 05-S2-PD-MT

**1. Liczba punktów ECTS:** 5

2. Zakładane efekty uczenia się modułu			
kod	opis	efekty uczenia się kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
05-S2-PD_MT_8	Student jest gotowy do podejmowania wyzwań zawodowych w zakresie marketingu terytorialnego, pracując profesjonalnie, aktywnie, odpowiedzialnie i etycznie. Potrafi także rozwiązać problemy zawodowe w obszarze prowadzonych działań. Pracuje sprawnie indywidualnie i w zespole.	S2_PD_KO_1 S2_PD_KO_3 S2_PD_KR_6	4 4 4
05-S2-PD_MT_1	Student zna i rozumie terminologię w obszarze marketingu terytorialnego na poziomie poszerzonym, w kontekście teorii komunikacji społecznej.	S2_PD_WG_1 S2_PD_WG_2	4 4
05-S2-PD_MT_2	Student ma pogłębioną i uporządkowaną wiedzę na temat marketingu terytorialnego – jego procesów, ich uczestników oraz zjawisk zachodzących w tym obszarze. Zna, rozumie oraz wie jakie badania ilościowe i jakościowe zastosować do sprawdzenia efektywności i skuteczności działań w zakresie marketingu terytorialnego.	S2_PD_UW_2 S2_PD_UW_3 S2_PD_UW_4 S2_PD_WG_9	4 4 4 4
05-S2-PD_MT_3	Student ma wiedzę na temat specyfiki marketingu terytorialnego oraz procesów zachodzących w tym obszarze, również w kontekście norm etyki oraz przepisów prawa.	S2_PD_WK_10 S2_PD_WK_11 S2_PD_WK_12 S2_PD_WK_13	4 4 4 4
05-S2-PD_MT_4	Student posiada pogłębione umiejętności obserwowania, wyszukiwania i interpretowania informacji potrzebnych do prowadzenia działalności w zakresie marketingu terytorialnego.	S2_PD_UW_1	3
05-S2-PD_MT_5	Student posiada pogłębione umiejętności zbierania, analizowania i interpretowania informacji koniecznych do zrozumienia marketingu terytorialnego i prowadzenie w ich ramach działań, także w aspekcie prowadzenia badań, które pomogą podjąć odpowiednie działania oraz sprawdzić ich efektywności i skuteczności.	S2_PD_UW_3 S2_PD_UW_4	3 3

		S2_PD_UW_5	3
05-S2-PD_MT_6	Student posiada wysokie umiejętności w zakresie komunikacji interpersonalnej oraz pracy w zespole, autoprezentacji, komunikacji za pośrednictwem dostępnych kanałów komunikacji, przy pomocy mowy i pisma, wykorzystuje zasady komunikacji werbalnej i niewerbalnej. Wszystkie te umiejętności wykorzystuje dla prezentowania stanowisk swojego i podmiotów ze sfery publicznej, dla których prowadzić będzie działania z zakresu marketingu terytorialnego.	S2_PD_UK_10 S2_PD_UK_7 S2_PD_UK_8 S2_PD_UK_9	4 4 4 4
05-S2-PD_MT_7	Student samodzielnie zdobywa i poszerza wiedzę z zakresu marketingu terytorialnego, a także potrafi rozwiązywać problemy zawodowe w tym zakresie.	S2_PD_UU_12 S2_PD_UU_13	4 4

### 3. Opis modułu

<b>Opis</b>	<p>Moduł Marketing terytorialny pozwala studentom na zdobycie poszerzonej i pogłębionej wiedzy, umiejętności oraz kompetencji w zakresie:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-teorii marketingu terytorialnego, w odniesieniu do teorii marketingu oraz zarządzania,</li> <li>-poznania podstawowych obszarów marketingu terytorialnego, narzędzi i działań z tego zakresu,</li> <li>-efektywnego prowadzenia działań z zakresu marketingu terytorialnego i sprawdzania jego skuteczności,</li> <li>-badań ilościowych i jakościowych wykorzystywanych w procesie planowania, wdrażania i sprawdzania skuteczności działań z obszaru marketingu terytorialnego,</li> <li>-procesu przygotowania, wdrażania oraz ewaluacji planów i strategii marketingu terytorialnego,</li> <li>-trendów w Polsce i na świecie w obszarze marketingu terytorialnego,</li> <li>-praca zawodowa w obszarze marketingu terytorialnego, jej aspekty psychologiczne, organizacyjne oraz etyczne.</li> </ul>
<b>Wymagania wstępne</b>	Brak

### 4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu

kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
05-S2-PD_MT_w1	Egzamin	- weryfikacja wiedzy i umiejętności na podstawie treści programowych modułu, literatury zamieszczonej w sylabusie oraz pracy własnej studenta, - forma weryfikacji: test otwarty / wyboru.	05-S2-PD_MT_1, 05-S2-PD_MT_2, 05-S2-PD_MT_3
05-S2-PD_MT_w2	Aktywność własna studenta	działania mające na celu wykorzystanie wiedzy, umiejętności, kompetencji społecznych uzyskanych w oparciu o przekazywane treści programowe modułu, wskazaną w sylabusie literaturę oraz pracę własną.	05-S2-PD_MT_1, 05-S2-PD_MT_2, 05-S2-PD_MT_3
05-S2-PD_MT_w3	Praca grupowa podczas ćwiczeń	weryfikacja wiedzy, umiejętności i kompetencji na podstawie rozwiązywania studiów przypadków, przygotowania i prezentacji projektów.	05-S2-PD_MT_8, 05-S2-PD_MT_1, 05-S2-PD_MT_2, 05-S2-PD_MT_3, 05-S2-PD_MT_4, 05-S2-PD_MT_5, 05-S2-PD_MT_6, 05-S2-PD_MT_7
05-S2-PD_MT_w4	Aktywność podczas zajęć	weryfikacja wiedzy, umiejętności i kompetencji na podstawie zadania problemowe, sprawozdanie, portfolio, prezentacja z dyskusją, prowadzenie / udział w dyskusji.	05-S2-PD_MT_8, 05-S2-PD_MT_1, 05-S2-PD_MT_2, 05-S2-PD_MT_3, 05-S2-PD_MT_4, 05-S2-PD_MT_5, 05-S2-PD_MT_6, 05-S2-PD_MT_7

5. Rodzaje prowadzonych zajęć						
kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów uczenia się
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
05-S2-PD_MT_fs_1	ćwiczenia	Ćwiczenia aktywne z wykorzystaniem dyskusji, studium przypadku, burzy mózgów, metody korelacyjnej, metody obserwacyjnej, dramy, introspekcji, symulacji, sprzętu i oprogramowania komputerowego, opracowania projektów, wizyty w instytucjach,	20	Przygotowanie do zajęć poprzez zdobycie wiedzy na bazie źródeł drukowanych i internetowych (studiowanie przyczynowo skutkowe), wykonywanie prac indywidualnych i zespołowych, praca z wykorzystaniem sprzętu i oprogramowania komputerowego, poszukiwania w terenie (wywiad, wizyta), analiza notatek.	40	05-S2-PD_MT_w2, 05-S2-PD_MT_w3, 05-S2-PD_MT_w4
05-S2-PD_MT_fs_2	wykład	Wykład z wykorzystaniem technik multimedialnych, wykład aktywny z wykorzystaniem dyskusji, studium przypadku, burzy mózgów, metody korelacyjnej, metody obserwacyjnej.	20	Studiowanie literatury przedmiotu, przygotowanie do egzaminu	64	05-S2-PD_MT_w1