

KARTA KURSU (realizowanego w module specjalności)

Dyplomacja publiczna

(nazwa specjalności)

Nazwa	Planowanie i organizacja międzynarodowych przedsięwzięć promocyjnych - warsztaty
Nazwa w j. ang.	Planning and organization of international promotional activities - workshops

Kod		Punktacja ECTS*	2
-----	--	-----------------	---

Koordinator	dr Sabina Olszyk	Zespół dydaktyczny
-------------	------------------	--------------------

Opis kursu (cele kształcenia)

Celem zajęć jest zapoznanie słuchaczy ze sposobami planowania, organizacji i finansowania międzynarodowych przedsięwzięć o charakterze promocyjnym oraz podkreślenie roli takich przedsięwzięć w budowaniu dobrych relacji zewnętrznych, szczególnie dzięki współpracy zagranicznej.

Kurs zapoznaje z metodologią tworzenia projektów tzw. miękkich. Uczestnicy tworzą własne projekty, zapoznając się w praktyce z kolejnymi etapami metodologii projektu: analizą problemów, analizą interesariuszy, analizą celów, tworzeniem matrycy logicznej, określaniem wskaźników realizacji celów, projektowaniem działań, tworzeniem harmonogramu, analizą ryzyka, tworzeniem struktury zarządzania, budżetu i planu promocji. Prezentowane są potencjalne źródła finansowania projektów, w tym fundusze Unii Europejskiej. Prezentowane są metodyki zarządzania projektem oraz przykłady tzw. dobrych praktyk - wzorcowych, zrealizowanych projektów.

Efekty kształcenia

	Efekt kształcenia dla kursu	Odniesienie do efektów dla specjalności (określonych w karcie programu studiów dla modułu specjalnościowego)
Wiedza	W01 Student posiada wiedzę na temat najlepszych praktyk i wzorców działania wiodących instytucji w zakresie dyplomacji publicznej	Sp2dp_W03
	W02 Posiada wiedzę na temat poszczególnych funduszy związanych z finansowaniem międzynarodowych przedsięwzięć	Sp2dp_W03
	W03 Zna procedury opracowywania projektów	Sp2dp_W03

Umiejętności	Efekt kształcenia dla kursu	Odniesienie do efektów dla specjalności (określonych w karcie programu studiów dla modułu specjalność)
	U01 Posiada umiejętność dokonywania diagnozy sytuacji i krytycznej oceny możliwych wariantów strategii instytucji publicznej U02 Potrafi samodzielnie zidentyfikować pożądany instrument finansowego wsparcia na organizację międzynarodowych przedsięwzięć U03 Potrafi przygotować prosty wniosek o dofinansowanie	Sp2dp_U03 Sp2dp_U03 Sp2dp_U03

Kompetencje społeczne	Efekt kształcenia dla kursu	Odniesienie do efektów dla specjalności (określonych w karcie programu studiów dla modułu specjalnościowego)
	K01 Potrafi pracować w zespole, realizując postawione zadania i wskazując własne propozycje w zakresie rozstrzygnięcia problemu K02 Rozumie znaczenie współpracy zagranicznej dla budowania dobrych relacji zewnętrznych K03 Potrafi myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy, umie znaleźć źródło dofinansowania projektu rozwojowego	Sp2dp_K03 Sp2dp_K01 Sp2dp_K03

Organizacja													
Forma zajęć	Wykład (W)	Ćwiczenia w grupach											
		A		K		L		S		P		E	
Liczba godzin		15											

Opis metod prowadzenia zajęć

Metoda projektu, gry dydaktyczne (w tym „burza mózgów”), dyskusja.
 Indywidualna prezentacja przykładów tzw. dobrych praktyk - wzorcowych, zrealizowanych projektów – międzynarodowych przedsięwzięć promocyjnych.
 Przygotowanie prostego projektu grupowego dotyczącego pozyskiwania funduszy na organizację wybranego przedsięwzięcia międzynarodowego.

Formy sprawdzania efektów kształcenia

	E – learning	Gry dydaktyczne	Ćwiczenia w szkole	Zajęcia terenowe	Praca laboratoryjna	Projekt indywidualny	Projekt grupowy	Udział w dyskusji	Referat	Praca pisemna (esej)	Egzamin ustny	Egzamin pisemny	Inne
W01		X						X	X				
W02		X					X	X	X				
W03							X						
U01		X						X					
U02		X					X	X					
U03							X						
K01		X					X						
K02		X					X	X	X				
K03							X						

Kryteria oceny	Na zaliczenie składają się: - obecność i aktywność na zajęciach - przygotowanie i prezentacja w formie referatu <i>case study</i> – międzynarodowych przedsięwzięć promocyjnych zorganizowanych przez wybrane instytucje - przygotowanie projektu grupowego – prostego wniosku o dofinansowanie na organizację wybranego przedsięwzięcia międzynarodowego.
Uwagi	Przepisanie zaliczenia z kursu o tej samej nazwie tylko pod warunkiem ekwiwalentnej liczby godzin i liczby punktów ECTS, a także pod warunkiem, że kurs był realizowany na tym samym poziomie studiów (drugi stopień).

Treści merytoryczne (wykaz tematów)

1. Dyplomacja publiczna jako forma komunikowania międzynarodowego.
2. Media i ich rola w dyplomacji publicznej. Media społecznościowe w dyplomacji publicznej.
3. Pojęcie, przedmiot i specyfika marketingu w działalności publicznej. Działania marketingowe wybranych organizacji publicznych. Marketing społeczny, marketing zaangażowany społecznie, marketing polityczny, marketing terytorialny, public relations, komunikacja marketingowa – omówienie pojęć.
4. Planowanie, organizowanie oraz promocja międzynarodowych przedsięwzięć – instrumenty i narzędzia. Wykorzystanie Internetu dla działań informacyjnych i promocyjnych.
5. Pozyskiwanie środków finansowych na organizowanie międzynarodowych przedsięwzięć.
6. Projekt i jego cechy, metody zarządzania cyklem projektu, matryca logiczna projektu.
7. Wniosek o dofinansowanie projektu - elementy wniosku, wypełnianie, montaż finansowy projektu.
8. Wdrażanie projektu – umowa o dofinansowanie realizacji projektu, zarządzanie ryzykiem, rozliczenia rzeczowe i finansowe.

Wykaz literatury podstawowej

1. Ph. Kotler, N. Lee., *Marketing w sektorze publicznym*, Wharton School Publishing – Koźmiński Przedsiębiorczość i Zarządzanie, Warszawa 2008.
2. B. Ociepka, *Miękka siła i dyplomacja publiczna Polski*, Wydawnictwo Scholar, Warszawa 2013.
3. B. Ociepka, *Dyplomacja publiczna jako forma komunikowania*, [w:] *Dyplomacja publiczna*, B. Ociepka (red.), Wrocław 2008.

Wykaz literatury uzupełniającej

1. W. Błaszczuk, *Metody organizacji i zarządzania, kształtowanie relacji organizacyjnych*, PWN, Warszawa 2013.
2. M. Dylewski, B. Filipiak, A. Guranowski, J. Hołub-Iwan, *Zarządzanie finansami projektu europejskiego*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2009.
3. J. Flis, *Samorządowe public relations*, Wyd. Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2007.
4. Z. Knecht, *Public relations w administracji publicznej*, Wydawnictwo C.H. BECK, Warszawa 2006.
5. R. Krzyżewski, *Marketing publiczny. Zarys zagadnień*, Warszawa 2008.
6. M. McDonald, H. Wilson, *Plany marketingowe*, Wolters Kluwer 2013.
7. J. Nye, *Soft Power. Jak osiągnąć sukces w polityce światowej*, przeł. Jakub Zaborowski, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2007.
8. G. Praweńska Skrzypek (red.), *Zarządzanie w sektorze publicznym i obywatelskim. Wybrane problemy*, Fundacja Współczesne Zarządzanie, Instytut Spraw Publicznych UJ, Kraków 2006.
9. A. Szromnik, *Marketing terytorialny*, Wolters Kluwer – OFICYNA, Warszawa 2007.
10. J. Westwood, *Plan marketingowy w praktyce*, Wydawnictwo Onepress, Gliwice 2006.
11. Z. Władek, *Organizacja i zarządzanie w administracji publicznej. Zarys wykładu*, Difin, Warszawa 2013.
12. J.W. Tkaczyński, M. Świstak, E. Sztorc, *Projekty europejskie. Praktyczne aspekty pozyskiwania i rozliczania dotacji unijnych*, Wydawnictwo C.H.Beck, Warszawa 2011.
13. M. Zawicki, *Nowe zarządzanie publiczne*, PWE, Warszawa 2011.

Bilans godzinowy zgodny z CNPS (Całkowity Nakład Pracy Studenta)

Ilość godzin w kontakcie z prowadzącymi	Wykład	-
	Konwersatorium (ćwiczenia, laboratorium itd.)	15
	Pozostałe godziny kontaktu studenta z prowadzącym	5
Ilość godzin pracy studenta bez kontaktu z prowadzącymi	Lektura w ramach przygotowania do zajęć	10
	Przygotowanie krótkiej pracy pisemnej lub referatu po zapoznaniu się z niezbędną literaturą przedmiotu	10
	Przygotowanie projektu lub prezentacji na podany temat (praca w grupie)	10
	Przygotowanie do egzaminu	-
Ogółem bilans czasu pracy		50
Ilość punktów ECTS w zależności od przyjętego przelicznika		2