

WYDZIAŁ NAUK HUMANISTYCZNYCH I SPOŁECZNYCH

KARKONOSKA PAŃSTWOWA SZKOŁA WYŻSZA

w Jeleniej Górze

PROGRAM STUDIÓW PODYPLOMOWYCH

**KREOWANIE MARKI LIDERA W ADMINISTRACJI
PUBLICZNEJ**

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:**
 - Zdobycie umiejętności efektywnego komunikowania się z kluczowymi grupami otoczenia, zarówno zewnętrznego, jak i wewnętrznego (pracownikami, mieszkańcami, liderami opinii, organizacjami, partnerami)
 - Zdobycie 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
 - Zdobycie praktycznych kompetencji liderek

- 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 wyzwaniami 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 podyplomowychdziedzina: **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 |
| UMIĘTNOŚCI | | |
| 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 |

Załącznik do Uchwały nr 21/2021 Senatu KPSW

| | | |
|--------------|--|--------|
| | 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 |

Załącznik do Uchwały nr 21/2021 Senatu KPSW

| | | | | | | | |
|---------------------------|---|------------|-----------|------------|-----------|---|------------|
| 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 | | |

R E K T O R
dr n. med. Wioletta Palczewska
 prof. KPSW