



UNIWERSYTET
EKONOMICZNY
W KRAKOWIE



STUDIA PODYPLOMOWE
MBA IN COMMUNITY MANAGEMENT

Program studiów

1.	Wprowadzenie do studiów MBA	4
2.	Teoria samorządu terytorialnego	9
3.	Prawne uwarunkowania działalności JST	9
4.	Zarządzanie publiczne	9
5.	Programowanie polityk publicznych JST	9
6.	Mierniki rozwoju miast i regionów. Benchmarking.	9
7.	Projekty, które zmieniły miasto/region	9
8.	Analiza współczesnych problemów miast: smog, komunikacja i transport	9
9.	Przywództwo	9
10.	Zarządzanie projektami (PRINCE 2 fakultatywnie + 6 godzin)	18
11.	Zarządzanie zmianami	9
12.	Zamówienia publiczne w JST	9
13.	Finansowanie polityk publicznych	9
14.	Nadzór właścicielski JST	9
15.	Finanse JST i inżynieria finansowa	9
16.	Komunikacja społeczna w JST	9
17.	Promocja miast i regionów (zewnątrzna i wewnętrzna)	9
18.	Trendy rozwojowe miast. Miasta przyszłości.	9
19.	Etyczne uwarunkowania pracy menedżera JST	9
20.	Psychologia zarządcza	9
21.	Case study 1	9
22.	Case study 2	9
23.	Seminarium dyplomowe	40
RAZEM		242

KIERUNKOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ

Efekty uczenia się	Opis efektów uczenia się dla studiów: MBA in Community Management
WIEDZA	
<i>Sluchacz zna i rozumie:</i>	
KSB W 01	w pogłębionym stopniu teorie i koncepcje oraz zależności ekonomiczno–społeczne stanowiące zaawansowaną wiedzę z zakresu „Community Management” w kierowaniu organizacjami biznesowymi, a także JST właściwych dla studiowanego kierunku studiów MBA.
KSB W 02	w pogłębionym stopniu główne tendencje i kierunki rozwoju w obszarze zarządzania społecznego mającego wpływ na działalność organizacji biznesowych i non - profit funkcjonujących na rynku.
KSB W 03	w pogłębionym stopniu funkcjonowanie podmiotów związanych z obszarem „Community Management”, transferu wiedzy i innowacji zarówno w odniesieniu do poziomu operacyjnego jak i menedżerskiego.
KSB W 04	w pogłębionym stopniu prawne, organizacyjne i etyczne uwarunkowania wykonywania działalności zawodowej w ramach studiowanego kierunku studiów MBA.
KSB W 05	w pogłębionym stopniu proces zmian zachodzący w obszarze „Community Management” w kontekście ich przyczyn, przebiegu i konsekwencji.
KSB W 06	w pogłębionym stopniu kluczowe zasady i reguły tworzenia oraz rozwoju różnych form aktywności w ramach „Community Management”.
KSB W 07	w pogłębionym stopniu zastosowanie praktyczne wiedzy z zakresu „Community Management” w działalności zawodowej związanej z kierunkiem studiów MBA.
KSB W 08	w pogłębionym stopniu zasady ochrony własności intelektualnej i prawa autorskiego.
UMIEJĘTNOŚCI	
<i>Sluchacz potrafi:</i>	
KSB U 01	wykorzystać posiadaną wiedzę do twórczego formułowania i rozwiązywania złożonych oraz niestandardowych problemów związanych z „Community Management”, oraz wdrażania w tym zakresie innowacyjnych rozwiązań.

KSB U 02	prawidłowo interpretować i wyjaśniać zjawiska oraz procesy w odniesieniu do zagadnień związanych z „Community Management”.
KSB U 03	dobierać i stosować właściwe metody i narzędzia, w tym zaawansowane techniki informacyjno – komunikacyjne oraz informatyczne do rozwiązywania pojawiających się problemów w zakresie realizowanych studiów MBA.
KSB U 04	przystosować istniejące rozwiązania lub tworzyć nowe rozwiązania w odniesieniu do problemów związanych z „Community Management”.
KSB U 05	wykorzystywać posiadaną wiedzę z zakresu „Community Management” do rozwiązywania problemów oraz wykonywania zadań związanych z realizowanymi studiami MBA
KSB U 06	komunikować się na tematy związane z zarządzaniem społecznym z szerokim i zróżnicowanym kręgiem odbiorców i partnerów.
KSB U 07	kierować pracą zespołu, współdziałać z innymi osobami w ramach prac zespołowych przyjmując postawę lidera, motywować i inspirować członków zespołu do aktywności.
KOMPETENCJE SPOŁECZNE	
<i>Słuchacz gotów jest do:</i>	
KSB K 01	krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści w szczególności z „Community Management”.
KSB K 02	wypełniania zobowiązań społecznych oraz inspirowania i organizowania działalności na rzecz środowiska społecznego.
KSB K 03	uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych dotyczących zjawisk społeczno–ekonomicznych w obszarze „Community Management”, w szczególności w odniesieniu do jednostek samorządu terytorialnego.
KSB K 04	rozwiązywaniu konfliktów społecznych opierając się na poglądach i opinii wszystkich członków zespołu.
KSB K 05	pełnienia ról zawodowych przy uwzględnieniu zmieniających się potrzeb społecznych, etycznych i organizacyjnych.
KSB K 06	myślenia i działania w sposób kreatywny, innowacyjny, przyjmując postawy aktywne, przestrzegając równocześnie etosu zawodu i zasad z nim związanych.