

## **Wydział Humanistyczny**

### **Kierunek: Studia Podyplomowe DYPLOMACJA SAMORZĄDOWA**

**Typ: studia podyplomowe**

### **Informacje o kierunku**

#### **Szczegółowych informacji na temat studiów udziela:**

1. mgr Kamila Szatkowska  
email: [polityka@ukw.edu.pl](mailto:polityka@ukw.edu.pl)  
tel. 0 52 32-59-230  
ul. Księcia Józefa Poniatowskiego 12, pok. 105  
85-671 Bydgoszcz
2. dr Bierzyńska-Sudoł Magdalena  
tel. 663486127  
Organizatorem Studiów Podyplomowych Dyplomacja samorządowa jest Instytut Nauk Politycznych, Wydział Humanistyczny Uniwersytet Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy.  
Kierownikiem studiów jest dr Magdalena Bierzyńska-Sudoł.

#### **Terminy:**

Rekrutacja do 15 października 2016 roku

#### **Czas trwania**

2 semestry

#### **Liczba słuchaczy**

30

#### **Koszt uczestnictwa**

1 900 zł za semestr

Opłatę można uiścić jednorazowo lub w czterech ratach zgodnie z obowiązującym na uczelni harmonogramem opłat czesnego

#### **Aby podjąć studia podyplomowe należy złożyć następujące dokumenty:**

- odpis dyplomu ukończenia studiów I stopnia lub II stopnia
- 1 zdjęcie
- kwestionariusz osobowy
- podanie o przyjęcie na studia
- ksero dowodu osobistego

## **Miejsce składania dokumentów**

Instytut Nauk Politycznych  
ul. Księcia Józefa Poniatowskiego 12  
85 – 671 Bydgoszcz  
mgr Kamila Szatkowska  
pok. 105  
tel. 052 32 – 59 – 230  
email [polityka@ukw.edu.pl](mailto:polityka@ukw.edu.pl)

## Cele i zadania

Dyplomacja samorządowa to umiejętność promocji jednostek samorządu terytorialnego (JST), firm, instytucji, Wojska, Policji, Straży Pożarnych, szkół, uczelni, gmin i regionów, zarówno w Polsce, jak i za granicą, przy wsparciu sieci polskich placówek, dyplomatycznych i konsularnych, środowisk polonijnych oraz wykorzystaniu płaszczyzny Internetu.

Dyplomacja samorządowa staje się innowacyjną formą i narzędziem promocji Jednostek Samorządu Terytorialnego, instytucji, firm, banków oraz wielu innych podmiotów. Absolwenci, obok uniwersyteckiego dyplomu ukończenia studiów podyplomowych, zdobędą kompetencje EKSPERTA, MODERATORA, KOORDYNATORA DYPLOMACJI SAMORZĄDOWEJ.

**Studia kierowane są** do pracowników JST, instytucji, szkół, firm, urzędów, banków oraz innych podmiotów, którzy pragną podnieść swoje kwalifikacje w zakresie promocji swojego urzędu, firmy, rozwijać i doskonalić umiejętności reprezentowania jednostki, nawiązywania i utrzymania kontaktów ze środowiskami gospodarczymi, politycznymi, kulturalnymi, naukowymi, polonijnymi, mediami oraz tworzenia wizerunku i prestiżu firmy w kraju i za granicą. Zakres tematyczny proponowanych studiów podyplomowych obejmuje m.in. problematykę dotyczącą prawa i marketingu w handlu zagranicznym, międzynarodowych stosunków gospodarczych i finansów, negocjacji w biznesie międzynarodowym, protokołu dyplomatycznego i etykiety.

Wiedza i umiejętności zdobyte podczas studiów spotęgują efektywność działań międzynarodowych samorządów, firm, instytucji.

Pracy dyplomowe przygotowane przez słuchaczy zawierać będą wypracowane przez autorów - przedstawicieli poszczególnych Jednostek Samorządu Terytorialnego, firm, instytucji, szkół, banków precyzyjnie plany przedsięwzięć, stanowiących istotę dyplomacji samorządowej.

Proces realizacji projektów autorskich będzie objęty badaniami pracowników naukowych UKW, a wyniki badań zostaną przedstawione podczas specjalnej konferencji, stanowiącej okazję do wymiany dobrych praktyk.

**PROGRAM ZAWIERAĆ BĘDZIE NASTĘPUJĄCE TREŚCI:**

- dyplomacja samorządowa narzędziem promocji JST, firmy, instytucji, uczelni, regionu, Polski,

- dyplomacja samorządowa jako narzędzie promocji gospodarczej i kulturalnej gminy oraz regionu,
- wpływ dyplomacji samorządowej na efektywność i rozwój gospodarczy społeczności lokalnych,
- współpraca samorządów z resortami oraz polskimi placówkami dyplomatycznymi i konsularnymi,
- internacjonalizacja gospodarki poprzez samorzady jako narzędzie,
- decentralizacja promocji gospodarczej i kulturalnej – 75% inicjatyw promocyjnych w samorządach.
- wpisywanie się samorządów w inicjatywy centralne,
- rola dyplomacji samorządowej i wpływ na wymianę doświadczeń w zakresie zarządzania lokalnego oraz zdobywania nowych geograficznie kierunków współpracy,
- metody współpracy zagranicznej samorządów,
- kierunki geograficzne współpracy międzynarodowej samorządów,
- strategiczne dziedziny współpracy – gospodarka, edukacja, wymiana młodzieży, kultura,
- kierunki współpracy na przyszłość, główne trendy:
  - a) rekomendacje dla samorządów,
  - b) rekomendacje dla innych podmiotów,
- dokumenty dotyczące międzynarodowej aktywności władz lokalnych przyjęte przez Radę Europy,
- zasady Europejskiej Karty Samorządu Terytorialnego, uchwalonej przez Radę Europy 15 października 1985 r. i ratyfikowanej przez Polskę w 1993 r.,
- kontakty zagraniczne jako jeden z podstawowych elementów strategii rozwoju lokalnego (źródło dochodów),
- wymiana młodzieży, festiwale miast partnerskich, koncerty, sportowe rozgrywki drużyn z partnerskich samorządów – dominujące przykłady współpracy samorządów.
- metody promocji własnych produktów regionalnych (samorzady już wykonują około 80% promocji Polski za granicą),
- w dobie Internetu i anonimowości – znacząca rola bezpośrednich kontaktów oraz poznania z autopsji,
- dlaczego **Marka Polska** powinna sięgać do dorobku promocyjnego Polski lokalnej i regionalnej,

- czynniki kształtujące efektywność współpracy międzynarodowej Jednostek Samorządu Terytorialnego i innych podmiotów,
- determinanty doboru partnera w kontaktach zagranicznych,
- zasady umiejscowienia działu współpracy zagranicznej w urzędach, jednostkach, firmach,
- rola samorządów w różnych relacjach międzynarodowych:
  - a) spójność,
  - b) koordynacja,
  - c) promocja,
  - d) sieci, zrzeszenia, związki samorządowe,
  - e) lobbying,
- kierunki rozwoju dyplomacji samorządowej:
  - a) geograficzne,
  - b) tematyczne,
- rekomendacje dla samorządów, firm, instytucji,
- rola Regionalnych Ośrodków Debaty Międzynarodowej – pośrednik między MSZ a samorządami, firmami,
- wymiana dobrych praktyk,
- rekomendacje dla innych podmiotów,
- marketing jako narzędzie realizacji przez gminę funkcji informacyjno – promocyjnej.
- Public Relations – skuteczny instrument budowy wizerunku jednostki terytorialnej,
- Internet jako innowacyjne narzędzie realizacji funkcji marketingowej przez jednostki samorządu terytorialnego, firmy, jednostki.

## **Wydział Humanistyczny**

### **Kierunek: Studia Podyplomowe Dyplomacja samorządowa**

#### **Typ: studia podyplomowe**

#### **Ramowy program przedmiotowy**

1. Negocjacje w biznesie międzynarodowym
2. Protokół dyplomatyczny, etykieta w administracji i biznesie
3. Nawiązywanie współpracy gospodarczej i kulturalnej
4. Organizacja i zarządzanie w Jednostkach Samorządu Terytorialnego, firmach, instytucjach
5. Public Relations JST
6. Jednostki Samorządu Terytorialnego – w relacjach międzynarodowych
7. Współczesne problemy współpracy międzynarodowej – preferowane kierunki geograficzne
8. Dobre praktyki w rozwoju dyplomacji samorządowej
9. Marketing jako narzędzie informacyjno-promocyjne JST
10. Współczesne przemiany geopolityczne
11. Promocja produktów regionalnych
12. Lider regionu
13. Seminarium dyplomowe