

WYDZIAŁ NAUK HUMANISTYCZNYCH I SPOŁECZNYCH

KARKONOSKA PAŃSTWOWA SZKOŁA WYŻSZA

w Jeleniej Górze

PROGRAM STUDIÓW PODYPLOMOWYCH

KREOWANIE MARKI LIDERA W ADMINISTRACJI PUBLICZNEJ

Jelenia Góra 2026

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 w czasie rzeczywistym
- 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:
 1. Pracowników i przedstawicieli administracji publicznej, rządowej oraz samorządowej (sołtysi, wójtowie, burmistrzowie i starości, członkowie rady sołeckiej, gminnej, nauczyciele i edukatorzy etc.)
 2. Przedstawicieli służb mundurowych, w tym żołnierzy, funkcjonariuszy i pracowników cywilnych;
 3. 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.
- 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 wyzwaniami w zarządzaniu publicznym, takimi jak budowanie partnerstw i współpraca, także międzysektorowa, myśleniem projektowym i sieciowym, współzarządzaniem
- Zapoznanie z najnowszymi trendami
- Zdobycie praktycznych kompetencji liderских
- Poznanie i rozwijanie umiejętności planowania, przygotowywania, realizowania i analizowania przeprowadzonych kampanii komunikacyjnych z wykorzystaniem najnowocześniejszych narzędzi

7. Korzyści dla słuchacza:

- 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
- Kompleksowość omawianych zagadnień
- Aktualność i praktyczne zastosowanie pozyskanej wiedzy
- 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.	Prezentacje biznesowe i wystąpienia publiczne	-	8
3	Nowoczesny PR i komunikacja w administracji publicznej	8	8
4.	Nowoczesne trendy w przywództwie	4	8
5.	Socjologia organizacji	8	8
6.	Prawo w administracji publicznej i prawa osób pełniących funkcje publiczne	8	8
7.	Audyt komunikacyjny w AP / Analiza komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej	4	8
8.	Myślenie Projektowe (Design Thinking)	-	16
9.	Zarządzanie	4	8
10.	Cyberbezpieczeństwo	-	8
11.	Budowanie marki lidera – case study (spotkania z liderami sektora publicznego i NGO)	-	12
12.	Marketing polityczny	4	4
13.	OSINT (pozyskiwanie i przetwarzanie informacji)	4	4
14.	Warsztat komunikacji interpersonalnej	-	8
15.	Psychologia zachowań organizacyjnych	8	
16.	Podstawy zarządzania projektami	4	8
17.	Seminarium i projekt dyplomowy	-	16
	Razem: 204 godzin, 32 pkt ECTS	60	144

9.

9. Kompetencje 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

11. Warunki ukończenia studiów: przygotowanie pisemnego projektu - np.: strategia komunikacji marki lidera, strategia współpracy międzysektorowej, kampanii informacyjnej lub edukacyjnej, egzamin końcowy polegający na prezentacji projektu.

Tabela efektów uczenia się dla studiów podyplomowych

dziedzina: **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 pogłębioną 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
UMIEJĘTNOŚCI		
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 realizowanych w obszarze komunikacji społecznej na różnych szczeblach administracji publicznej i samorządowej	P7S_KR
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


 REKTOR
 dr Elżbieta Kania
 prof. KANS

