

Nazwa zajęć:				Managing the process of acquiring and servicing investors in public administration	
Zarządzanie procesem obsługi inwestora w administracji publicznej					
Kierunek: Administracja				Obowiązuje od roku ak. 2020/2021	
Poziom: I st. licencjacki		Profil: praktyczny		Grupa zajęć: Kierunkowe	
Semestr: V	Forma zaliczenia: E - egzamin	Punkty ECTS: 6		Zajęcia do wyboru: Nie	Język zajęć: polski
Forma zajęć i liczba godzin na studiach stacjonarnych i niestacjonarnych:					
Wykład 30 / 24		Ćwiczenia 30 / 16		Suma godzin: 60 / 40	
Specjalność: Administracja publiczna					
Nazwiska osób odpowiedzialnych za zajęcia: dr Agnieszka Łuczak					
Opis zajęć: Przedmiot "Zarządzanie procesem pozyskiwania i obsługi inwestora w administracji publicznej" przygotowuje Studentów do samodzielnego planowania, obsługi oraz monitorowania działań związanych z procesem pozyskiwania i obsługi inwestorów w jednostkach administracji publicznej. Kompetencja nabyte podczas zajęć mogą być wykorzystywane w pracy w jednostkach samorządu terytorialnego (województwo, powiat, gmina) na stanowiskach odpowiedzialnych za rozwój gospodarczy, w tym: rozwój społeczny, opracowywanie i wdrażanie strategii rozwoju JST, obsługę inwestorów zarówno krajowych, jak i zagranicznych. Zajęcia przygotowują do pracy na różnych szczeblach administracji samorządowej w komórkach nadzorujących i koordynujących obsługę inwestorów (przedsiębiorców), a także do pracy w parkach naukowo-technologicznych, przemysłowych i technologicznych w komórkach odpowiadających za pozyskiwanie inwestorów, agencjach rozwoju lokalnego, jednostkach zarządzających procesem udzielania decyzji o wsparciu inwestycji czy też w podmiotach zarządzających bytami SSE.					
Cele dydaktyczne:					
Przekazanie wiedzy i umiejętności niezbędnych do skutecznego pozyskiwania oraz sprawnej i efektywnej obsługi inwestorów (przedsiębiorców)					
Przekazanie wiedzy z zakresu delokalizacji usług i produkcji oraz marketingu terytorialnego, pozwalającej na identyfikowanie grup potencjalnych i kluczowych partnerów procesów pozyskiwania i obsługi inwestorów. Zapoznanie z zasadami prowadzenia dokumentacji inwestycyjnej oraz organizacji wizyty inwestora. Przekazanie wiedzy związanej z monitorowaniem potrzeb inwestorów powstałych po uruchomieniu inwestycji.					
Rozwinięcie umiejętności związanych z przeprowadzaniem analizy SWOT dla danej lokalizacji, identyfikowaniem potrzeb inwestora i dostosowywaniem do nich możliwości oferty inwestycyjnej. Rozwinięcie umiejętności komunikacji z inwestorem oraz posługiwania się technikami negocjacyjnymi w rozmowach o charakterze inwestycyjnym; przygotowania informacji o ofercie inwestycyjnej z przeznaczeniem do publikacji w Internecie oraz opracowania ofertę inwestycyjnej w postaci prezentacji multimedialnej. Nauczenie Studentów opracowywania planu działań promocyjnych gminy, skierowanych na pozyskanie inwestorów oraz wsparcie przedsiębiorczości.					
Kształtowanie kompetencji niezbędnych do rozwiązywania problemów z inwestorami, wyjścia z nietypowych sytuacji w zmiennych i nieprzewidywalnych warunkach otoczenia. Kreowanie postawy otwartej na budowanie relacji poinwestycyjnych.					
Metody dydaktyczne:				Metody oceniania:	
MP1	wykład informacyjny			MO1	egzamin pisemny
MP2	studium przypadku			MO2	sprawozdanie z ćwiczeń
MC1	ćwiczenie praktyczne				
MS1	dyskusja dydaktyczna				

Wykład	
W01	Elementy zarządzania rozwojem gospodarczym współczesnych JST – wprowadzenie do kursu
W02	Publiczno-prawne aspekty instytucjonalnego wsparcia rozwoju przedsiębiorczości w Polsce
W03	Teoretyczne aspekty związane z procesem inwestycyjnym przedsiębiorstw
W04	Czynniki kształtujące atrakcyjność inwestycyjną JST
W05	Rola urzędu gminy w budowaniu przewagi inwestycyjnej JST
W06	Budowanie korzystnego klimatu inwestycyjnego w JST
W07	Istota i narzędzia terytorialnego marketingu-mix
W08	Klienci i kluczowi partnerzy w procesie pozyskania i obsługi inwestora
W09	Przygotowanie oferty inwestycyjnej
W10	Cele i narzędzia promocji JST w procesie pozyskania inwestorów. Sprzedaż osobista i promocja sprzedaży
W11	Wykorzystanie reklamy w procesie pozyskania i obsługi inwestora
W12	Narzędzia public relations w procesie pozyskania i obsługi inwestora
W13	Źródła informacji o potencjalnych inwestorach. Podmioty oferujące narzędzia wsparcia inwestycyjnego w Polsce
W14	Narzędzia wykorzystywane do rozpoznania potrzeb inwestorów. Badania ankietowe i wywiady
W15	Budowa kwestionariusza ankietowego
W14	Zróżnicowanie kulturowe przedsiębiorstw i jego znaczenie dla skuteczności procesu inwestycyjnego w JST
W17	Negocjacyjne ABC w kontaktach z inwestorem
W18	Znaczenie różnic kulturowych w negocjacjach z inwestorami
W19	Techniki negocjacyjne
W20	Elementy savoir-vivre oraz protokołu dyplomatycznego w biznesie
W21	Organizacja wizyty inwestora na terenie JST
W22	Prezentacja warunków inwestowania w gminie
W23	Zasady prowadzenia skutecznej komunikacji z inwestorem
W24	Opieka poinwestycyjna inwestora
Ćwiczenia	
C01	Formalnoprawne regulacje związane z rozwojem określonych form przedsiębiorczości w Polsce
C02	Diagnoza pozycji gminy pod kątem jej atrakcyjności inwestycyjnej
C03	Identyfikacja potrzeb inwestora
C04	Narzędzia promocyjnego wsparcia inwestycji i przedsiębiorczości na terenie JST
C05	Zagraniczna promocja gospodarcza JST
C06	Opracowanie materiałów o ofercie inwestycyjnej do publikacji w Internecie

C07	Ocena polityki komunikacyjnej JST z inwestorami za pomocą witryny internetowej. Studium przypadku
C08	Przygotowanie spotkania z inwestorem
C09	Przygotowanie prezentacji oferty inwestycyjnej na spotkanie z inwestorem
C10	Prezentacja oferty dla inwestora czyli wystąpienie publiczne
C11	Komunikacja z inwestorem
C12	Prowadzenie dokumentacji inwestycyjnej
C13	Organizacja obsługi inwestora w urzędzie gminy. Partnerzy wewnętrzni w procesie obsługi
C14	Identyfikacji kluczowych partnerów zewnętrznych w procesie inwestycyjnym
C15	Monitoring potrzeb inwestora po uruchomieniu inwestycji
C16	Satysfakcja przedsiębiorcy z obsługi poinwestycyjnej

Literatura podstawowa

1	Wolff J., Odziemczyk M., Standardy obsługi inwestora - podręcznik gminny, Polska Agencja Inwestycji i Handlu, Wersja 1.0 Warszawa 2018 https://baza.paih.gov.pl/images_res/files/info/1_Standardy_obsługi_inwestora_podrecznik_gminny.pdf
2	Kolas P., Poradnik obsługi inwestora. Nie taki inwestor w gminie straszny, jak go malują, Warszawa 2011 http://coie.armsa.pl/index.php?document=87
3	Gesteland R.R., Różnice kulturowe a zachowania w biznesie, PWN, Warszawa 2000
4	Szromnik, A. (red.), Marketing terytorialny. Miasto i region na rynku, Oficyna Kluwer Wolters Kluwer Business, Kraków, 2007
5	Lewicki R.J., Barry B., Saunders D.M., Zasady negocjacji, Dom Wydawniczy Rebis, Poznań 2011

Literatura uzupełniająca

1	Standardy obsługi inwestorów w Małopolsce. Poradnik, Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego, Kraków 2010
2	Jarczewski W., Opieka poinwestycyjna w gminach, Zarządzanie Publiczne 3/2007, Zeszyty Naukowe Instytutu Spraw Publicznych Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2007
3	Radło M. J., Offshoring i outsourcing. Implikacje dla gospodarki i przedsiębiorstw, Oficyna Wydawnicza Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa 2013
4	Asejczyk-Woroniecka M., Zastosowanie analizy SWOT w doskonaleniu zarządzania jednostkami administracji terytorialnej, Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia nr 6/2016 (84), cz. 1, Uniwersytet Szczeciński 2016 http://yadda.icm.edu.pl/yadda/element/bwmeta1.element.ekon-element-000171453683
5	Lunden B., Rosell L., Techniki negocjacji. Jak odnieść sukces w negocjacjach, Wydawnictwo BL Info Polska Sp. z o.o., Gdańsk 2014
6	J. Modrzyńska, Protokół dyplomatyczny, Etykieta i zasady Savoir-Vivre'u, wyd. II poszerzone, wyd. Wolters Kluwer, Warszawa 2016

Źródła dodatkowe

1	www.paih.gov.pl
2	www.parp.gov.pl
3	www.biznes.gov.pl
4	https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/2014_skuteczny_plan_promocji.pdf
5	Szromnik A. (red.), Marketing terytorialny Nowe obszary i narzędzia, edu-Libri, Kraków 2015

Warunki zaliczenia

Warunkiem zaliczenia jest poprawne sporządzenie ćwiczeń realizowanych podczas zajęć oraz pozytywna ocena z egzaminu pisemnego.

Przykłady pytań zaliczeniowych

Egzamin przeprowadzany jest przez zewnętrzny podmiot certyfikujący, który nie udostępnia pytań.

Obciążenie pracą studenta

Studia stacjonarne/niestacjonarne

Forma pracy studenta	Wykład		Ćwiczenia		Suma	
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	30 g	24 g	30 g	16 g	60 g	40 g
Zapoznanie się z literaturą przedmiotu	20 g	30 g			20 g	30 g
Przygotowanie się do zajęć	10 g	16 g			10 g	16 g
Przygotowanie się do kolokwium						
Realizacja zadanych ćwiczeń i zadań						
Przygotowanie sprawozdania z ćwiczeń			30 g	32 g	30 g	32 g
Przygotowanie projektu / pracy						
Przygotowanie się i udział w egzaminie	30 g	32 g			30 g	32 g
	90 g	102 g	60 g	48 g	150 g	150 g

Efekty uczenia się	KEK	Treści kształcenia	Metody dydaktyczne	M. oceniania
Prowadzi dokumentację inwestycyjną	K_W0	C12	MC1, MS1	MO2
Charakteryzuje akty prawne związane ze wspieraniem przedsiębiorczości w Polsce. Posługuje się definicjami z zakresu delokalizacji usług i produkcji. Omawia zasady marketingu gospodarczego	K_W0 7	W01-07, W09-13 C01 C04-05	MP1, MP2, MC1, MS1	MO1, MO2
Charakteryzuje techniki negocjacyjne stosowane w rozmowach z inwestorem	U_W0 8	W17-20	MP1, MP2	MO1
Określa mocne i słabe strony lokalizacji i szanse z nich wynikające.	K_U02	W04 C02	MP1, MP2, MC1, MS1	MO1, MO2
Identyfikuje potrzeby inwestora. Utrzymuje kontakt z inwestorem.	K_U03	W14-15 W23-24 C03 C11	MP1, MP2, MC1, MS1	MO1, MO2
Identyfikuje grupy potencjalnych i kluczowych partnerów procesów pozyskiwania i obsługi inwestorów. Monitoruje potrzeby powstałe po uruchomieniu inwestycji.	K_U04	W08 C13-16	MP1, MP2, MC1, MS1	MO1, MO2
Przygotowuje informacje o ofercie inwestycyjnej z przeznaczeniem do publikacji w Internecie. Prowadzi komunikację z inwestorem. Opracowuje ofertę inwestycyjną.	K_U05	W09 C06-11	MP1, MP2, MC1, MS1	MO1, MO2

Organizuje wizytę inwestora	K_U08	W21 W22 C08-10	MP1, MP2,MC1, MS1	MO1, MO2
-----------------------------	-------	----------------	-------------------	----------