

Uniwersytet
Marii Curie-Skłodowskiej
w Lublinie

Zarządzenie Nr 31/2009

Rektora Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej

z dnia 4 czerwca 2009 r.

**w sprawie utworzenia studiów podyplomowych w zakresie marketingu terytorialnego
i budowania wizerunku jednostek samorządu terytorialnego**

Na podstawie art. 66 ust. 2 i art. 8 ust. 1 ustawy z dnia 27 lipca 2005 r. – Prawo o szkolnictwie wyższym (Dz. U. Nr 164 poz. 1365 z późn. zm.),

zarządzam:

§ 1

Na Wydziale Ekonomicznym Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej tworzę studia podyplomowe w zakresie marketingu terytorialnego i budowania wizerunku jednostek samorządu terytorialnego, zwane dalej „studiami”.

§ 2

Celem studiów jest przekazanie wiedzy z zakresu marketingu terytorialnego oraz wykształcenie umiejętności przygotowania strategii marketingowych dla jednostek terytorialnych.

Słuchacze studiów będą mieli również możliwość poznania zasad marketingu kultury, marketingu usług turystycznych czy marketingu politycznego.

§ 3

Studia są przeznaczone dla absolwentów studiów wyższych, a w szczególności pracowników różnego szczebla samorządów gminnych, powiatowych i wojewódzkich.

§ 4

1. Warunkiem przyjęcia na studia jest złożenie kompletu dokumentów.

2. Postępowanie kwalifikacyjne przeprowadza kierownik studiów w oparciu o analizę złożonych dokumentów wg kolejności zgłoszeń.

§ 5

1. Nauka na studiach trwa dwa semestry i prowadzona jest w systemie niestacjonarnym.
2. Warunkiem ukończenia studiów i otrzymania świadectwa jest uzyskanie pozytywnych ocen z egzaminów i zaliczeń z przedmiotów objętych programem studiów oraz napisanie i obrona pracy końcowej.

§ 6

Ogólne zasady organizacji studiów podyplomowych i zasady rekrutacji na studia podyplomowe określa Uchwała Nr XXI-13.1/06 Senatu UMCS z dnia 20 grudnia 2006 r. w sprawie studiów podyplomowych.

§ 7

Zarządzenie wchodzi w życie z dniem podpisania.

REKTOR

prof. dr hab. Andrzej Dąbrowski