

LP	Nazwa przedmiotu	Treść przedmiotu
1	Dyplomacja publiczna i kulturalna	Podstawowe informacje z zakresy dyplomacji publicznej, teoria dyplomacji oraz dyplomacji publicznej, ewolucja pojęć i ich praktyczne zastosowanie. Praktyka. Wprowadzenie do dyplomacji kulturalnej, ewolucja pojęcia. Wyjaśnienie różnic między <i>soft power</i> , <i>smart power vs hard power</i> ; Definicje: <i>branding</i> narodowy, marka kultury itp. Podstawy stosunków międzynarodowych.
2	WSZiB UE, WPBiO UE	Przedstawienie podstawowych informacji z zakresu Wspólnej Polityki Zagranicznej i Bezpieczeństwa UE oraz Wspólnej Polityki Bezpieczeństwa i Obrony UE. Podział na sektory wpływów, wiodące dokumenty strategiczne. Analizy porównawcze. Główne problemy polityki zagranicznej UE ostatniej dekady. Rola UE w świecie globalnym.
3	Polityka kulturalna Unii Europejskiej	Regularny, syntetyczny wykład streszczający ewolucję procesów integracyjnych w kulturze od Traktatu z Maastricht do współczesności. Wprowadzenie do programów pomocowych z dziedziny kultury i funduszy na rzecz kultury. Dane statystyczne Eurostatu i MKiDN; analizy strategii kulturalnych. Praca praktyczna nad projektem kulturalnym, finansowanym ze środków unijnych.
4	Zewnętrzne relacje kulturalne Unii Europejskiej/Dyplomacja kulturalna UE	Regularny, syntetyczny wykład streszczający ewolucję dyplomacji kulturalnej UE jako sektora działalności Europejskiej Służby Działań Zewnętrznych (ESDZ). Podsumowanie osiągnięć dyplomatycznych UE, analiza materiałów strategicznych w zakresie dyplomacji kulturalnej UE. Podział obszarów geograficznych dyplomacji kulturalnej UE; EPS, Partnerstwo Wschodnie, Relacje Euroatlantyckie w kulturze, UE a polityka wobec krajów Bliskiego Wschodu i krajów arabskich. Najnowsze zadania Wysokiego Przedstawiciela ESDZ. Możliwość wywiadów zdalnych z przedstawicielami UE.
5	Negocjacje/mediacje/Zarządzanie (zajęcia ze specjalistą)	Warsztaty z technik negocjacyjnych i mediacyjnych. Praca zdalna. Sytuacje kryzysowe. Praktyczne zastosowanie negocjacji politycznych, strategie misji stabilizacyjnych i pokojowych; skuteczność negocjacji; wprowadzenie do psychologii konfliktów i struktura konfliktów. Konstrukttywne rozwiązywanie sytuacji kryzysowych. Praktyka negocjacji umów i kontraktów w dziedzinie kultury. Przygotowanie protokołu negocjacyjnego lub wystąpienia publicznego.
6	Team building. Working in an international environment.	Celem zajęć jest wykształcenie umiejętności bycia liderem społecznym w obszarze działań z zakresu kultury, a także umiejętności znalezienia się w zespole projektowym. Przewidziano szkolenie umiejętności menedżerskich i pracy w zespole międzynarodowym: podział ról/zadań, uczenie odpowiedzialności za powierzone zadania, raportowanie wykonalności zadań. Budowanie wzajemnego

		zaufania. Podnoszenie sprawności komunikacyjnych i biznesowych. Trening personalny. Wytwarzanie efektu synergii. Przykłady team-building UE, organizacji eksperckich/think-thanków UE.
7	Projekt międzynarodowy w kulturze/Przedsiębiorczość w kulturze	Celem warsztatów będzie przygotowanie profesjonalnego wniosku o dofinansowanie działań z zakresu kultury ze źródeł publicznych. Kurs dostarczy know-how wypełniania wniosku aplikacyjnego: opis idei projektów, kalendarza zdarzeń, budżetowania, rozliczenia i dyscypliny finansowej. Wnioski będą miały charakter tzw. wniosków „miękkich” lub „twardych”. Poszukiwanie źródeł finansowania. Publiczno-prywatne partnerstwo. Warsztaty zostaną uzupełnione o praktyczne umiejętności pozyskiwania sponsorów do projektów kulturalnych (praktyki komercyjne) oraz mecenasów kultury.
8	<i>Branding</i> . Turystyka i promocja miast i regionów (zajęcia ze Specjalistą)	Kurs zostanie skoncentrowany na przekazaniu instrumentów i sposobów budowania marki kultury poprzez turystykę oraz promocje miast kulturowych i regionów. Praktyka zajęć zostanie skonstruowana w oparciu o zasady tworzenia pozytywnego wizerunku i reputacji, wdrażania podstawowych zasad marketingowych oraz zarządzania marką. Będą praktykowały formułę treningu z wytwarzania marki oraz definiowania tożsamości (i jej zmiennych) kulturowej miast i regionów. Przedstawione zostaną procedury projektowania, planowania i komunikacji (lokalnej/międzynarodowej) miasta i regionów celem zbudowania i/lub zarządzania jego reputacją. Zajęcia wyłącznie warsztatowe z udziałem pomocy audiowizualnych. Możliwość pracy zdalnej ze specjalistami.
9	Instrumentarium promocji kultury: literatura, sztuka, muzyka, dziedzictwo, film (zajęcia z udziałem zaproszonych Specjalistów)	Zajęcia zostaną podzielone na kilka bloków tematycznych. Każdy blok zostanie powierzony zaproszonemu specjalście. Zajęcia o bardzo zróżnicowanym charakterze (i w formie, i w treści) - w zależności od pomysłu Autora zajęć. Kurs będzie koncentrował uwagę słuchaczy na prezentacji współczesnych metod promocji kultury polskiej poza granicami kraju, np.: literatury polskiej za granicą, promocji sztuki regionu Grupy Wyszehradzkiej, filmu polskiego, dziedzictwa, muzyki klasycznej i współczesnej itp. Możliwość pracy zdalnej ze specjalistami z różnych miast polskich oraz specjalistami zagranicznymi.
10	Komunikacja międzykulturowa	Kurs dostarcza wiedzy dotyczącej zagadnień z komunikacji międzykulturowej z perspektywy interdyscyplinarnej, łącząc wiedzę z psychologii, językoznawstwa, antropologii i socjologii. Celem kursu jest rozwój refleksyjnej świadomości kompetencji komunikacyjnych uczestników interakcji o charakterze międzykulturowym. Komunikacja międzykulturowa Unii Europejskiej Jak budowane są przekazy międzykulturowe UE?

11	Instytuty Kultury. EUNIC, Delegatury UE.	Praktyczne wprowadzenie do tematyki funkcjonowania instytutów kultury państw Unii Europejskiej ze szczególnym uwzględnieniem roli Instytutów Polskich i ich relacji zewnętrznych, a także roli MSZ w Europejskiej Sieci Narodowych Instytutów Kultury (EUNIC). Zajęcia będą okazją do zapoznania się z dostępnymi formami działań EUNIC (w tym z zasadami funkcjonowania Kłastrów EUNIC). Zostanie omówiona i praktycznie przybliżona rola, funkcja publiczna i cel działalności Delegatur UE. Zajęcia będą terenem krytycznej analizy inicjatyw kulturalnych Delegatur UE oraz ich współpracy z Kłastrami EUNIC.
12	Organizacje międzynarodowe	Kurs ma dwa podstawowe cele. Pierwszym z nich jest zapoznanie uczestników z podstawami funkcjonowania organizacji międzynarodowych we współczesnym prawie międzynarodowym, z uwzględnieniem ich elementarnych zasad konstrukcyjnych oraz sposobów i metod funkcjonowania oraz realizacji celów. Drugim celem jest przekazanie podstawowej wiedzy na temat szczególnie istotnych organizacji międzynarodowych we współczesnym świecie – ze szczególnym naciskiem na te z nich, które realizują cele polityki kulturalnej (np. UNESCO, UE oraz Rada Europy).
13	Dyplomacja kulturalna w praktyce/Protokół dyplomatyczny (zajęcia z udziałem zawodowych dyplomatów)	Zajęcia zostaną podzielone na kilka bloków tematycznych. Każdy blok zostanie powierzony zaproszonemu specjalście: czynnym Dyplomatom lub fachowcom posiadającym doświadczenia w dyplomacji. Zajęcia o bardzo zróżnicowanym charakterze (i w formie, i w treści) - w zależności od pomysłu Autora zajęć. W praktyce zajęcia powinny pozwolić zapoznać się słuchaczom z: etykietą dyplomatyczną, protokołem dyplomatycznym, zasadami funkcjonowania misji dyplomatycznych, zasadami korespondencji służbowych i dyplomatycznych, ideą not dyplomatycznych, również słowniczkiem dyplomacji, dress-codem oraz savoir-vivre'm dyplomacji. Możliwość pracy zdalnej: uniwersytet-ambasada.
14	Seminarium dyplomowe	Na seminarium dyplomowe będzie składać się 1). praca indywidualna (promotor-student) 2). praca analityczna nad fazami przygotowawczymi oraz fazą finalną projektu międzynarodowego w kulturze odnoszącego się do dyplomacji europejskiej. Do wyboru 1 z 2 rodzajów prac nad projektem: a). hipotetyczny projekt przygotowany w ramach finansowania EPS, FS, MEDA, Kłastrów EUNIC, EZD, Kreatywnej Europy; b). konkretny projekt przygotowany we współpracy z wybraną instytucją kultury lub jednostką dyplomatyczną/konsularną (opieka zewnętrzna nad pracą na podstawie umów bilateralnych).

15	Public relations w kulturze/Media społecznościowe	Celem kursu jest zapoznanie słuchaczy z public relations czyli z zasadami budowania pozytywnych relacji instytucji/firmy/organizacji z otoczeniem publicznym. Szczególny nacisk położony zostanie na zarządzanie informacją, wyznaczaniem grup docelowych, kształtowaniem produktu kulturowego, wizerunku i skuteczności działań publicznych jednostki dyplomatycznej (w tym instytutów kultury za granicą, EUNIC, itp.). Kurs w sposób praktyczny zapozna słuchaczy z instrumentarium PR: profesjonalna notka prasowa, budowanie kontaktów z mediami, przygotowanie briefingu, pressrelease, kształtowanie publicznego wizerunku lidera, budowanie świadomości wagi kultury innego kraju oraz UE, a także akceptacji odbiorców dla proponowanej oferty kulturalnej. PR Unii Europejskiej. Jak działają biura prasowe instytucji wspólnotowych, zwłaszcza ESDZ?
----	---	---