

**WANDA M. GACZEK  
ARNOLD BERNACIAK**

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

**SPECYFIKA PROGRAMOWA  
KIERUNKU GOSPODARKA PRZESTRZENNA  
Z DOMINACJĄ EFEKTÓW KSZTAŁCENIA  
W DZIEDZINIE NAUK EKONOMICZNYCH**

**Abstract:** *Specificity of Spatial Economy Program of Study with the Dominance of Learning Outcomes in the Field of Economic Science.* *Spatial Economy* is a field of study which exists in different types of universities, including universities of economics. In these units it functions in strongly competitive surroundings of different courses, specific for this type of university. Existing competition causes number of threats, but it brings development opportunities as well. Fundamental threats are connected with student recruitment possibilities. Most significant opportunities are regarded as possibilities of forming unique skills adapted to the labor market. Through the acquisition of these skills graduates can gain the competitive advantage in many business units offering jobs for graduates of other programs in the school of economics, as well as graduates of *Spatial Economy* conducted at other universities.

**Key words:** Competition, learning outcomes, *Spatial Economy*.

### **Wprowadzenie**

Kierunek *Gospodarka Przestrzenna* prowadzony jest w różnych uczelniach, z których każda posiada specyficzny, charakterystyczny dla swojego typu program nauczania, odmiennie akcentujący poszczególne treści. W politechnikach dominują zagadnienia z obszaru nauk technicznych, w uczelniach przyrodniczych z obszaru nauk przyrodniczych, natomiast w uniwersytetach ekonomicznych związanych z obszarem nauk społecznych, dziedziną dominującą są nauki ekonomiczne. Wydaje się, że najbardziej różnorodne programy nauczania kierunku występują w uczelniach typu ogólnouniwer-

syteckiego. Należy podkreślić, że konieczne jest zapewnienie w programach kształcenia pewnego zakresu treści wspólnych dla kierunku *Gospodarka Przestrzenna*, niezależnie od typu uczelni. W dziedzinie nauk ekonomicznych treści te zamykają się w ramach dyscyplin: ekonomia, nauki o zarządzaniu i finanse. Wiedza i umiejętności w tym zakresie stanowią podstawę do późniejszych, specjalistycznych treści wprowadzających w zagadnienia gospodarowania przestrzenią.

Jednak to nie ogólne i wspólne dla wszystkich przedmioty prowadzą do uzyskania przez absolwentów unikatowych, cenionych przez pracodawców kompetencji. Rola ta przypada wąskim, specjalistycznym przedmiotom, w charakterystyczny sposób ukierunkowującym nabytą wcześniej, ogólną wiedzę. Nie bez znaczenia jest również umiejętne połączenie przedmiotów, w szczególności typowych dla nauczania gospodarki przestrzennej, z przedmiotami pochodzącymi z innego obszaru nauczania.

Celem opracowania jest określenie miejsca kierunku *Gospodarka Przestrzenna* realizowanego w uczelni ekonomicznej. Dyskutowane będą zagrożenia i szanse wynikające z jego realizacji w silnie konkurencyjnym otoczeniu oraz podjęta zostanie próba wskazania unikatowych umiejętności, które może uzyskać student podejmujący studia na kierunku *Gospodarka Przestrzenna* w uczelniach ekonomicznych.

## **1. Konieczność uwypuklenia specyfiki kształcenia w zakresie *Gospodarki Przestrzennej* na różnych typach uczelni**

Interdyscyplinarność wiedzy z zakresu skutecznego gospodarowania w jednostkach terytorialnych, a także efektywnego ekonomicznie i społecznie wykorzystywania walorów miejsca i przestrzeni w rozwoju społeczno-gospodarczym powoduje, że kierunek studiów *Gospodarka Przestrzenna* ma charakter wieloobszarowy. Prawidłowa realizacja kierunku wymaga budowania efektów wiedzy i umiejętności z wykorzystaniem dorobku obszaru nauk społecznych i nauk przyrodniczych oraz nauk technicznych. Dopiero współwystępowanie obok siebie różnorodnych praw, twierdzeń i wyjaśnień przykładowo z zakresu nauk o polityce publicznej, ekonomii, finansów oraz nauk o zarządzaniu czy ochrony środowiska i geografii obok architektury i urbanistyki będzie w stanie zapewnić efekt właściwego ukształtowania sylwetki absolwenta kierunku *Gospodarka Przestrzenna*.

W ramach efektów kształcenia dla tego kierunku występują treści wspólne, konieczne dla zagwarantowania tożsamości absolwenta, ale i zapewnienia niezbędnej wiedzy oraz podstawowych umiejętności istotnych dla prawidłowego wykonywania potencjalnych zawodów. Absolwent kierunku *Gospodarka Przestrzenna* musi mieć podstawową wiedzę z zakresu urbanistyki i architektury, planowania przestrzennego, a także ochrony środowiska i ekonomii. Umożliwi to wystąpienie efektu synergii. Przykładowo pojawiają się dodatkowo wiedza i umiejętności na styku różnych dyscyplin oraz możliwości wykorzystania wiedzy z dyscypliny ekonomii lub finansów do prac z zakresu planowania przestrzennego.

Jednocześnie przy budowaniu koncepcji kształcenia i programu studiów, a także opisu sylwetki absolwenta kierunku *Gospodarka Przestrzenna* i ewentualnych specjalności, należy uwzględnić specyfikę uczelni, w ramach której kierunek jest realizowany. Tylko wykorzystanie specyficznej wiedzy pracowników uczelni oraz prowadzonych w jej obrębie badań naukowych zapewni wykształcenie pogłębionych umiejętności i kompetencji, które umożliwią skuteczne poruszanie się na rynku pracy absolwentów. Trudno wyobrazić sobie, że w uniwersytetach przyrodniczych wykształcimy specjalistę z pogłębionymi efektami z zakresu urbanistyki i architektury na takim samym poziomie, jak w politechnikach, albo że wykształcimy ekonomistę w zakresie zarządzania rozwojem w przestrzeni na takim samym poziomie, jak w uniwersytecie ekonomicznym. Każda z tych uczelni w kadrze dydaktycznej, a właściwie minimum kadrowym, dysponuje specjalistami z określonej dyscypliny. Publikacje tych pracowników ogólnie można zaliczyć do szeroko pojmowanej gospodarki przestrzennej. Jednak jeżeli wchodzimy w rozważania szczegółowe, pogłębione analizy ekonomiczne, zarządcze, fizjograficzne lub ekologiczne, a tym bardziej techniczne, może okazać się, że wiedza przekazywana studentom będzie miała charakter ogólny, żeby nie powiedzieć popularno-naukowy. W takiej sytuacji konieczne wydaje się uwzględnienie wystarczającej specyfiki kształcenia dla danego typu uczelni i korzystanie z wymiany kadr między uczelniami.

Kształcenie na politechnikach dla kierunku *Gospodarka Przestrzenna*, czyli na studiach inżynierskich, będzie przygotowywać lepiej wykształconych specjalistów z uwzględnieniem wiedzy technicznej, przykładowo z zakresu budownictwa lądowego, urbanistyki i architektury oraz planowania infrastruktury technicznej. Kształcenie na uniwersytetach przyrodniczych wyposaży absolwenta kierunku w wiedzę z zakresu podstaw ekologicznych wykorzystywania przestrzeni i zagospodarowania przestrzennego, a także biologicznych uwarunkowań prawidłowego gospodarowania zasobami śro-

dowiska przyrodniczego jednostek terytorialnych. Uniwersytety i uczelnie sprofilowane w dziedzinie nauk ekonomicznych będą wykorzystywały specyficzną wiedzę umożliwiającą oceny efektywności społeczno-ekonomicznej wariantów zagospodarowania przestrzennego, a także strategicznego zarządzania rozwojem jednostek terytorialnych, finansowania projektów rozwojowych i skutecznego organizowania pracy samorządów terytorialnych w zakresie dostarczania usług publicznych.

Wspólne treści kształcenia (efekty wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych), jakie proponowane są w Unii Uczelni na Rzecz Rozwoju Kierunku *Gospodarka Przestrzenna*, powinny pozostać jako rama odniesienia dla tego kierunku studiów. Stanowią one podstawę utrzymania jego tożsamości i mogą być jednym z warunków zapewnienia jakości kształcenia. Dalszy rozwój kierunku wymaga, jak się wydaje, uwypuklenia dodatkowych korzyści wynikających ze specyfiki i specjalizacji poszczególnych typów uczelni.

## **2. Kierunek *Gospodarka Przestrzenna* w otoczeniu innych kierunków na uczelniach ekonomicznych**

Sytuacja, w której na jednym wydziale uczelni realizowanych jest kilka kierunków studiów powoduje, że kierunki te występują wobec siebie w relacjach konkurencyjnych o charakterze ilościowym i jakościowym. Konkurencja ilościowa rozumiana jest w niniejszym opracowaniu jako współzawodnictwo o jak największą liczbę studentów, a jakościowa jako współzawodnictwo o studentów z jak najlepszymi wynikami uzyskanymi na wcześniejszym etapie edukacji. Ujawnienie się poszczególnych form konkurencji zależy m.in. od istniejącego systemu rekrutacji.

Konkurencja ilościowa ujawnia się w szczególności w warunkach rekrutacji studentów na wydział. Wybór kierunku dokonywany jest na określonym etapie studiów (np. na I stopniu studiów w trakcie drugiego lub trzeciego semestru). Studenci uczący się dotychczas wspólnie na danym wydziale stoją przed koniecznością dokonania wyboru pomiędzy kilkoma dostępnymi produktami edukacyjnymi (kierunkami studiów). Funkcjonujące na wydziale kierunki studiów postawione są w sytuacji silnej, wzajemnej konkurencji. Rywalizują o przyciągnięcie jak największej liczby studentów z określonej liczbowo, relatywnie niewielkiej ich populacji.

Konkurencja jakościowa ma miejsce w sytuacji, gdy rekrutacja prowadzona jest na konkretny kierunek studiów. Wówczas poszczególne kierunki studiów na danym wydziale nie są postawione wobec siebie w sytuacji bez-

pośredniej konkurencji. Populacja potencjalnych studentów danego kierunku nie ogranicza się tylko do grupy osób studiującej na danym wydziale, lecz stanowią ją wszyscy absolwenci szkół średnich. W tym przypadku, poszczególne kierunki rywalizują o przyjęcie osób legitymujących się jak najlepszymi wynikami ukończenia szkoły średniej. Oczywiście konkurencja jakościowa ujawnia się również w warunkach opisywanego powyżej naboru na wydział, jednak w tym przypadku jest ona wtórna wobec konkurencji ilościowej i zaznacza się w mniejszym stopniu.

Na uczelniach ekonomicznych kierunek *Gospodarka Przestrzenna* funkcjonuje w silnie konkurencyjnym otoczeniu. Konkurencję stanowią popularne na tych uczelniach kierunki studiów, jak np. *Finanse i Rachunkowość*, *Zarządzanie czy Ekonomia*. Na ich silną, w stosunku do kierunku *Gospodarka Przestrzenna*, pozycję konkurencyjną wpływa kilka przyczyn. Należą do nich :

- wyższy poziom rozpoznawalności przez studentów,
- większa chłonność rynku pracy dla absolwentów,
- miejsca pracy w postrzegany przez studentów jako bardziej prestiżowy sektorze gospodarczym, a nie w administracji,
- oczekiwane przez studentów wyższe zarobki po skończonych studiach.

Większa rozpoznawalność związana jest bezpośrednio z ekonomicznym charakterem uczelni. Czynnikiem ten ma szczególne znaczenie w przypadku rekrutacji prowadzonej na wydział. Studenci po dwóch semestrach studiów posiadają już relatywnie duży zasób wiedzy z zakresu ekonomii, zarządzania, marketingu czy finansów. Zagadnienia te wydają im się względnie bliższe w porównaniu z problematyką gospodarki przestrzennej, z którą nie mieli dotychczas do czynienia lub kontakt ten był bardzo ograniczony.

Relatywnie duże zapotrzebowanie rynku na specjalistów z zakresu finansów czy rachunkowości to kolejny czynnik stanowiący o przewadze tych kierunków studiów nad *Gospodarką Przestrzenną*. Dodatkowe znaczenie ma to, że miejsca pracy dla specjalistów z zakresu konkurencyjnych wobec gospodarki przestrzennej kierunków mają łatwy do sprecyzowania charakter – wymagają jednoznacznych umiejętności i kompetencji. Miejsca pracy po *Gospodarce Przestrzennej* są relatywnie trudniejsze do wskazania i niejednokrotnie nie mają tak jednoznacznych, precyzyjnie określonych wymagań co do umiejętności i kompetencji. Często nie trzeba być specjalistą po *Gospodarce Przestrzennej*, aby podjąć pracę na danym stanowisku .

Przyjęło się przekonanie, w znacznej mierze niesłuszne, że absolwent *Gospodarki Przestrzennej* predestynowany jest do pracy w administracji pu-

blicznej. Tymczasem praca w tym sektorze postrzegana jest przez studentów uczeni ekonomicznej jako mniej atrakcyjna – oferująca niższe płace, mniejszy prestiż społeczny i gorsze możliwości rozwoju. Ponadto, w związku z tym, że sektor gospodarczy jest znacznie większy niż sektor administracyjny, a tym samym więcej miejsc pracy oferowanych jest w produkcji i usługach rynkowych.

Wszystkie powyższe czynniki powodują, że oferta kierunku *Gospodarka Przestrzenna* na uczelni ekonomicznej umieszczona jest w bardzo silnym otoczeniu konkurencyjnym, co stanowi ogromne wyzwanie dla jego twórców i promotorów. Szczególne znaczenie ma to w sytuacji konkurencji ilościowej, ujawniającej się w warunkach naboru prowadzonego na wydział, a nie na kierunek studiów.

Silne, konkurencyjne otoczenie, to jednak nie tylko zagrożenie. Dobra współpraca pomiędzy kierunkami może prowadzić do wzmocnienia każdego z nich. Treści charakterystyczne dla danego kierunku, włączone w program nauczania na innym kierunku, mogą stanowić oryginalne połączenie, prowadzące do nabycia niepowtarzalnych kompetencji. Przykładowo treści dotyczące rozwoju regionalnego czy samorządu terytorialnego wykładane na kierunku *Finanse* mogą znacznie rozszerzać kompetencje studentów w zakresie analiz finansowych przedsięwzięć publicznych oraz inwestycji realizowanych ze środków europejskich. Jednocześnie poszerzony kurs finansów dla studentów *Gospodarki Przestrzennej* może prowadzić do nabycia cennych umiejętności przydatnych w zarządzaniu finansami jednostek samorządowych. Kooperacja potencjalnie konkurencyjnych wobec siebie jednostek może skutkować pozytywnymi konsekwencjami w zakresie poszerzonej oferty dydaktycznej, wzrostu jej atrakcyjności i kształceniu specjalistów posiadających kompetencje pożądane na rynku pracy.

### **3. Uniwersalne treści ekonomiczne na kierunku *Gospodarka Przestrzenna***

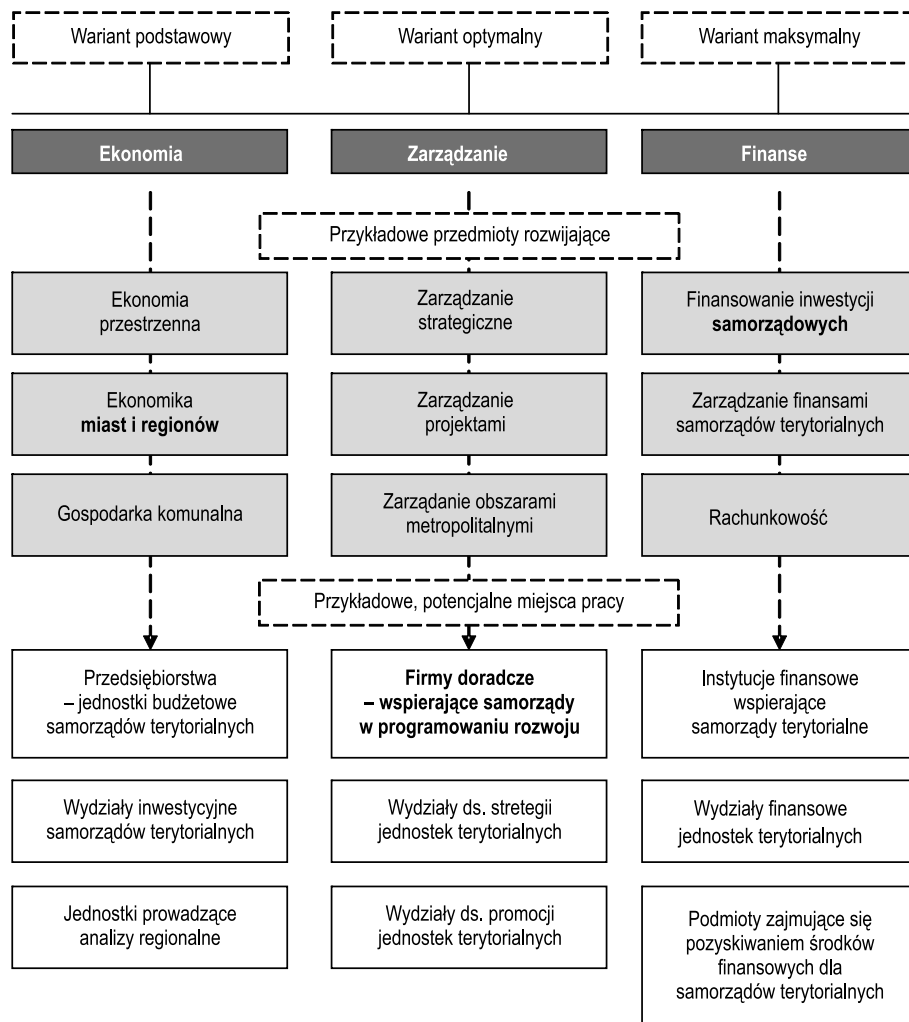
Trudno jednoznacznie przyjąć, jakie treści z dziedziny nauk ekonomicznych należałoby uznać za uniwersalne dla kierunku *Gospodarka Przestrzenna*. Patrząc na tę kwestię z perspektywy poszczególnych dyscyplin naukowych, ich uszeregowanie w kolejności od najbardziej do najmniej uzasadnionych treści uznanych za uniwersalne powinno przedstawiać się następująco: ekonomia, nauki o zarządzaniu, finanse.

Termin *gospodarka przestrzenna* wskazuje, że zakres zainteresowań badawczych, a w ich następstwie również programów edukacyjnych, zwią-

zany jest z procesami gospodarowania. Odwołuje się więc do dyscypliny ekonomia, zajmującej się tą właśnie działalnością społeczną. Powinna ona stanowić fragment fundamentów wiedzy, na bazie których budowana może być wiedza specjalistyczna studentów *Gospodarki Przestrzennej*. Podstawowe treści z zakresu ekonomii powinny być zatem uniwersalne – wykładane na kierunku *Gospodarka Przestrzenna*, niezależnie od typu uczelni. Wydaje się, że każdy absolwent *Gospodarki Przestrzennej*, niezależnie od typu uczelni, powinien znać takie zagadnienia ekonomiczne, jak: mechanizm rynkowy, efekty zewnętrzne czy teoria dóbr publicznych. Powinien posiadać orientację w zakresie modeli równowagi ogólnej, polityki gospodarczej czy przepływów międzygałęziowych. Daje to podstawy do dalszego rozwijania wiedzy specjalistycznej, bazującej na naukach ekonomicznych, specyficznej dla kierunku studiów *Gospodarka Przestrzenna*. Przedmiotami, które realizują to zadanie są m.in. ekonomia przestrzenna, ekonomia miast i regionów czy gospodarka komunalna. Rozszerzają one kompetencje w zakresie teorii ekonomii kształtującej podstawy gospodarki przestrzennej oraz prezentują ekonomiczno-finansowe następstwa gospodarowania przestrzenią fizyczną. Umiejętności nabyte w ich ramach ukierunkowują absolwenta do potencjalnego aplikowania na stanowiska w jednostkach budżetowych samorządów terytorialnych, wydziałach inwestycyjnych, czy jednostkach prowadzących analizy regionalne. Taki udział treści ekonomicznych w procesie kształcenia na kierunku *Gospodarka Przestrzenna* należałoby uznać za podstawowy (ryc. 1).

Dalej idący wariant zakłada udział w treściach uniwersalnych również podstaw organizacji i zarządzania. Podstawowe informacje o planowaniu, kierowaniu, organizacjach i ich strukturach dają podstawy do dalszego rozwijania wiedzy i umiejętności z tego zakresu w takich obszarach, jak zarządzanie strategiczne, zarządzanie projektami czy też zarządzanie obszarami metropolitalnymi. To z kolei przyczynia się do nabycia przez studentów kompetencji upoważniających do ubiegania się o pracę w firmach doradczych współpracujących z samorządami terytorialnymi w zakresie zarządzania czy też w wydziałach zajmujących się strategią i promocją tych podmiotów. Wersja treści uniwersalnych z udziałem wprowadzenia do nauk o zarządzaniu wydaje się być wariantem optymalnym.

Z kolei wariant maksymalny zakładałby udział w treściach uniwersalnych, obok ekonomii oraz organizacji i zarządzania, również podstaw finansów. Wprowadzenie do tego zagadnienia umożliwiłoby późniejsze studiowanie takich, przydatnych w gospodarowaniu przestrzenią, zagadnień, jak



Ryc. 1. Uniwersalne treści ekonomiczne w nauczaniu gospodarki przestrzennej, ich przykładowe rozwinięcie i potencjalne miejsca pracy

Źródło: Opracowanie własne (ryc. 1, 2).

np.: finansowanie inwestycji samorządowych, zarządzanie finansami jednostek terytorialnych czy rachunkowość. Udział takich treści znacznie poszerza możliwości absolwentów *Gospodarki Przestrzennej* na rynku pracy. W tym przypadku w obszarze ich zainteresowań mogą znaleźć się takie organizacje,



jak instytucje finansowe wspierające samorzady terytorialne, wydziały finansowe jednostek terytorialnych, czy podmioty zajmujące się pozyskiwaniem środków finansowych dla samorządów terytorialnych. Taki wariant uniwersalnych przedmiotów ekonomicznych należałoby uznać za maksymalny.

#### **4. Unikatowe umiejętności i wiedza ekonomiczna absolwentów kierunku *Gospodarka Przestrzenna* na uczelni ekonomicznej**

Nauczanie gospodarki przestrzennej na uczelni ekonomicznej powinno, obok zaprezentowania omówionych powyżej treści uniwersalnych, prowadzić do nabycia przez studenta unikatowych na rynku pracy wiedzy i umiejętności. Ich unikatowość powinna wynikać z umiejętnego połączenia wiedzy z zakresu gospodarowania przestrzenią ze specjalistycznymi przedmiotami transponującymi wiedzę z ekonomii, zarządzania i finansów. Odpowiednie włączenie w plan studiów treści nauczania z zakresu tych dyscyplin powinno prowadzić do wygenerowania oryginalnych, specyficznych tylko dla danej ścieżki dydaktycznej umiejętności. Wskazywane powyżej połączenie powinno w jak największym stopniu odpowiadać na potrzeby rynku pracy. Jednocześnie unikatowość zarówno wiedzy, jak i umiejętności powinny prowadzić do ich wysokiej rynkowej wartości.

*Gospodarka Przestrzenna* na Uniwersytecie Ekonomicznym w Poznaniu ma charakter wieloobszarowy. Kierunkowe efekty kształcenia realizują efekty obszarowe nauk społecznych, technicznych i przyrodniczych. W zakresie przekazywanych treści ekonomicznych można wyróżnić trzy typy przedmiotów w kontekście ich znaczenia w konstytuowaniu wiedzy i umiejętności studentów. Pierwsza grupa to przedmioty podstawowe. Mają one charakter wprowadzający w nauki ekonomiczne. Do przedmiotów tych należą mikroekonomia, makroekonomia, podstawy zarządzania i podstawy marketingu (ryc. 2). Przedmioty te wprowadzane są w początkowym okresie studiowania (semestr pierwszy i drugi), a w ich nauczaniu silniejszy akcent postawiony jest na wiedzę, niż na umiejętności.

Druga grupa to realizowane w późniejszym etapie nauczania przedmioty ekonomiczne, które rozwijają treści podstawowe, a jednocześnie stanowią wsparcie merytoryczne dla grupy przedmiotów kluczowych. Określono je mianem przedmiotów wspierających. W ich ramach student pogłębia swoją wiedzę ekonomiczną w konkretnych obszarach. Zaliczają się do nich m.in.



Ryc. 2. Przedmioty ekonomiczne na kierunku *Gospodarka Przestrzenna* na uczelni ekonomicznej

koncepty zarządzania, międzynarodowe stosunki gospodarcze, ekonomiczna analiza decyzyjna, finanse publiczne czy nauki o organizacji. Głębsza wiedza staje się okolicznością sprzyjającą kształtowaniu wyjątkowych umiejętności, nabywanych w ramach studiowania przedmiotów określonych jako przedmioty kluczowe dla unikatowych umiejętności. Przekazywane w ich ramach treści kształtują umiejętności, które w połączeniu z wiedzą z takich przedmiotów, jak np. samorząd terytorialny, planowanie przestrzenne czy analiza przestrzenna mają niepowtarzalny charakter. Na rynku pracy pozwalają osiągać przewagę konkurencyjną przez synergiczne łączenie informacji z zakresu nauk przestrzennych z ekonomicznymi aspektami planowania i gospodarowania. Uzyskane wiadomości i nabyte kompetencje umożliwiają realizację takich specyficznych zadań, jak sporządzanie prognoz ekonomicznych dla planów zagospodarowania przestrzennego, studiów wykonalności dla projektów, analiz strategicznych i prognoz efektywności realizacji inwestycji czy przeprowadzanie procesu strategicznego w jednostkach samorządowych.

Przykładami przedmiotów pozwalających studentom gospodarki przestrzennej w Uniwersytecie Ekonomicznym w Poznaniu uzyskać unikatowe umiejętności są: analiza finansowa, rachunkowość, marketing w administracji publicznej oraz nauki o organizacji (tab. 1). Wiedza i umiejętności uzyskane w tych obszarach znacznie poszerzają możliwości zawodowe przyszłych absolwentów. Gruntownie wykształceni w zakresie gospodarki przestrzennej, planowania przestrzennego czy samorządu terytorialnego posiadają wiele dodatkowych kompetencji. Takie umiejętności, jak np. analiza rentowności przedsiębiorstwa i efektywności gospodarowania, klasyfikacja i księgowanie

Tabela 1

Unikatowe efekty wiedzy i umiejętności absolwenta *Gospodarki Przestrzennej* na uczelni ekonomicznej

Obszar wiedzy	1	2	3	4	5	6
Przykładowe treści nauczania	Analiza: przychodów, kosztów, wyniku finansowego, rentowności przedsiębiorstwa, sytuacji majątkowej i finansowej, efektywności gospodarowania, kapitału obrotowego, pozycji na rynku kapitałowym, tworzenia wartości, badanie zagrożenia upadłością, wycena wartości przedsiębiorstwa	Identyfikuje problemy związane z analizą finansową Prezentuje narzędzia analizy finansowej Prezentuje praktyczną znajomość sporządzania analizy finansowej przedsiębiorstwa	Ocenia sytuację finansową każdego przedsiębiorstwa Rozwiązuje problemy finansowe zachodzące w przedsiębiorstwie	Analiza i konstruowanie budżetu jednostki samorządowej Analiza sytuacji gospodarczej w jednostce samorządowej na potrzeby strategii rozwoju Analiza sytuacji podmiotów gospodarczych na potrzeby organizowania i rozstrzygnięcia przetargów	Jednostki samorządu terytorialnego (wydziały ds. finansów i inwestycji), Regionalne izby obrachunkowe Doradztwo finansowe dla samorządów terytorialnych Stanowisko skarbnika	
Wiedza absolwenta (Student ...)	Klasyfikacja majątku i kapitałów, zasady sporządzania inwentarza i bilansu, operacje gospodarcze bilansowe i wynikowe, rachunek zysków i strat, zasady łączenia i podziału kont, plan kont, dokumentacja, ewidencja i wycena środków pieniężnych, rozrachunków, aktywów trwałych, wartości niematerialnych i prawnych, materiałów i towarów, ustalanie i podział wyniku finansowego, sprawozdawczość finansowa	Klasyfikuje aktywa i pasywa jednostki gospodarczej oraz przedstawia zasady ich wyceny Rozpoznaje operacje gospodarcze Charakteryzuje rodzaje kont księgowych i zasady ich funkcjonowania Przedstawia zasady sporządzania sprawozdania finansowego	Analizuje wpływ zasad rachunkowości na majątek i kapitały oraz wynik jednostki Dokonyuje klasyfikacji operacji gospodarczych Księguje operacje gospodarcze Oblicza wynik finansowy jednostki Sporządza uproszczone sprawozdanie finansowe jednostki	Bieżąca działalność rachunkowa samorządów terytorialnych	Jednostki samorządu terytorialnego (wydziały ds. finansów) Doradztwo finansowe dla samorządów terytorialnych Regionalne izby obrachunkowe Stanowisko skarbnika	
Umiejętności absolwenta (Student ...)						
Możliwości wykorzystania zawodowego w gospodarowaniu przestrzenią						
Institucje (przykłady)						

1	2	3	4	5	6
Marketing w administracji samorządowej	Specyfika marketingu usług publicznych, zbieranie informacji marketingowej przez jednostki samorządu terytorialnego, przygotowywanie produktów, programów i usług w sektorze usług publicznych, ujęcie w działaniach sektora usług publicznych, zagadnienie dostępności produktów, programów i usług w sektorze publicznym, znaczenie marki w sektorze usług publicznych, komunikacja i promocja w sektorze usług publicznych, marketing społeczny, przygotowywanie planów marketingowych w sektorze usług publicznych	Ma wiedzę z zakresu prowadzenia marketingu usług publicznych dostarczanych przez samorząd terytorialny Zna specyfikę marketingu usług publicznych na tle przemian zachodzących w marketingu usług komercyjnych Zna metody zbierania informacji marketingowej przez samorządy terytorialne Zna zasady przygotowywania planów marketingowych w sektorze usług publicznych	Potrafi stosować poszczególne elementy metody marketingowej w praktyce usług oferowanych przez jednostkę samorządu terytorialnego Oceni trudności i korzyści wprowadzania marketingu usług do praktyki działania samorządu terytorialnego Mierzy i analizuje potrzeby w zakresie usług publicznych Wykorzystuje wiedzę dotyczącą marketingu społecznego do wprowadzania zmian poglądów i zachowań społecznych	Wykorzystanie narzędzi marketingowych w zarządzaniu usługami publicznymi Analiza potrzeb w zakresie usług publicznych, dostosowanie podaży usług do rzeczywistego popytu Przygotowywanie i prowadzenie kampanii marketingowych	Jednostki samorządu terytorialnego (wydziały ds. promocji) Firmy doradcze wspierające działalność samorządów terytorialnych w zakresie działań marketingowych
Nauki o organizacji	System celów organizacji, nadzór korporacyjny, społeczna odpowiedzialność organizacji, formy organizacyjno-prawne i ich przekształcenia, architektura organizacji: alokacja zasobów, system dokumentacji, system pomiaru efektywności, współdziałanie organizacji: <i>outsourcing</i> , <i>alliance</i> , sieci	Identyfikuje zjawiska i procesy zachodzące w organizacji Potrafi nazwać, scharakteryzować i porównać system celów organizacji, formy organizacyjno-prawne, modele rozwoju organizacji, formy współdziałania organizacji oraz poszczególne elementy architektury organizacji	Projektuje poszczególne elementy potencjalnej organizacji (formuluje system celów, dokonuje wyboru odpowiedniej formy organizacyjno-prawnej, określa formy współdziałania) Potrafi zidentyfikować problemy występujące we współczesnych organizacjach i zaproponować dla nich rozwiązania	Konstruowanie oraz optymalizacja funkcjonowania jednostek organizacyjnych w tym w szczególności gospodarki przestrzennej, jednostek samorządu terytorialnego	Jednostki samorządu terytorialnego (wydziały organizacyjne, biura rad i zarządów), Pozostałe urzędy administracji publicznej (wydziały organizacyjne) Stanowiska sekretarza i dyrektora generalnego

Źródło: Opracowanie własne na podstawie sylabusów przedmiotów wykładanych na Uniwersytecie Ekonomicznym w Poznaniu w roku akademickim 2012/2013.

nie operacji gospodarczych, przygotowywanie kampanii marketingowych czy optymalizacja funkcjonowania organizacji pozwalają oferować swoją pracę wielu podmiotom działającym zarówno w sektorze publicznym, jak i prywatnym. Osiągają znaczną przewagę konkurencyjną nad absolwentami wszelkich innych kierunków w aplikowaniu na stanowiska pracy w takich jednostkach, jak np.: wydziały ds. finansów, inwestycji, promocji i strategii oraz biura rad i zarządów jednostek samorządowych, wydziały organizacyjne w jednostkach administracji publicznej, regionalne izby obrachunkowe oraz firmy doradcze wspierające działalność samorządów w zakresie finansów, zarządzania i marketingu.

Warto zwrócić uwagę, że aplikujący na podobne stanowiska absolwenci kierunków ekonomicznych, nie mający podstaw z zakresu gospodarki przestrzennej, będą ubożsi o wiedzę dotyczącą specyfiki funkcjonowania w warunkach gospodarki samorządowej. Z kolei absolwenci kierunków *Gospodarka Przestrzenna* realizowanych w innych uczelniach, którzy w swoich ścieżkach studiów nie mieli przedmiotów finansowych, marketingowych czy z zakresu nauk o zarządzaniu będą ubożsi o ten zakres wiedzy. W efekcie studenci, którzy połączyli gospodarkę przestrzenną z wymienionymi powyżej obszarami wiedzy wykażą, przynajmniej teoretycznie, najlepsze dostosowanie kompetencyjne, do wskazanych miejsc pracy [por. Oczachowska, Oczachowski 2011, s. 165-178; zob. także: Wawak 2011, s. 34-47].

## Podsumowanie

*Gospodarka Przestrzenna* w uczelniach ekonomicznych realizowana jest w otoczeniu bardzo konkurencyjnych kierunków studiów. Wprowadza to zarówno zagrożenia, jak i tworzy oryginalne szanse rozwojowe. Najpoważniejsze zagrożenia związane są z poziomem rekrutacji, w szczególności w warunkach rekrutacji prowadzonej na wydział, a nie na kierunek studiów. Wiele czynników powoduje, że kierunek *Gospodarka Przestrzenna* znajduje się na nieco gorszej pozycji. Sytuacja silnego otoczenia konkurencyjnego niesie z sobą również wiele pozytywnych aspektów. Najważniejsze z nich to szanse rozwojowe ujawniające się przy bliskiej współpracy pomiędzy kierunkami. Umożliwia to włączenie w plan studiów na kierunku *Gospodarka Przestrzenna* przedmiotów prowadzących do nabycia przez studentów unikatowych umiejętności. Zdobycie oryginalnych kompetencji związane jest z połączeniem wiedzy i umiejętności typowych dla gospodarki przestrzennej z wiedzą i umiejętnościami z zakresu zarządzania, finansów i marketingu.

Daje to absolwentom kierunku dodatkowe możliwości na rynku pracy, znacznie poszerzając zakres docelowych miejsc zatrudnienia. Można wskazać wiele miejsc pracy, gdzie dzięki takim kompetencjom absolwent *Gospodarki Przestrzennej* w uczelni ekonomicznej będzie na uprzywilejowanej pozycji zarówno wobec absolwentów innych kierunków w uczelni ekonomicznej, jak i absolwentów kierunków *Gospodarka Przestrzenna* realizowanych w innych uczelniach. Do miejsc tych należą np. stanowiska w wydziałach finansowych jednostek samorządu terytorialnego, regionalnych izbach obrachunkowych czy firmach doradczych wspierających działalność samorządów terytorialnych w zakresie finansów i zarządzania.

## Literatura

- Bielecki P. (red.), 2010, *Rola studentów w zarządzaniu szkołą wyższą*. SGH w Warszawie, Oficyna Wydawnicza, Warszawa.
- Gaczek W. M., 2006, *Gospodarka przestrzenna jako kierunek kształcenia w uczelniach ekonomicznych*, [w:] *Teoria i praktyka w zakresie edukacji kadr dla gospodarki przestrzennej*, T. Kudłacz (red.). Biuletyn KPZK PAN, z. 224, Warszawa.
- Iwankiewicz-Rak B., 2011, *Skargi i uwagi studentów w kształtowaniu wizerunku uczelni*, [w:] *Marketing w szkole wyższej. Przemiany orientacji marketingowej*, G. Nowaczyk, D. Sobolewski (red.). Wyd. Wyższej Szkoły Bankowej, Poznań.
- Krzak P., 2011, *Uczelnia i jej interesariusze – współtworzenie kompleksowej oferty edukacyjnej*, [w:] *Marketing w szkole wyższej. Przemiany orientacji marketingowej*, G. Nowaczyk, D. Sobolewski (red.). Wyd. Wyższej Szkoły Bankowej, Poznań.
- Oczachowska A., D. Oczachowski, 2011, *Kompetencje absolwenta szkoły wyższej a jej produkt dydaktyczny*, [w:] *Marketing w szkole wyższej. Przemiany orientacji marketingowej*, G. Nowaczyk, D. Sobolewski (red.). Wyd. Wyższej Szkoły Bankowej, Poznań.
- Słownik poprawnej polszczyzny*, 2007, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Ustawa z 27 lipca 2005 r. Prawo o szkolnictwie wyższym* (tj. Dz.U. z 2012 r., nr 0, poz. 572 ze zm.)
- Wawak T. (red.), 2011, *Wyzwania zarządzania jakością w szkołach wyższych*. Wyd. UJ, Kraków.
- [www.wcbe.pl/analizy-i-raporty,121.html](http://www.wcbe.pl/analizy-i-raporty,121.html).