

Gospodarka przestrzenna - drugi stopień studiów - pytania na egzamin magisterski - studia 3 semestralne

1. Istota, rodzaje i cechy przestrzeni.
2. Gospodarowanie przestrzenią a gospodarowanie w przestrzeni - znaczenie i różnice.
3. Paradygmat nowej polityki regionalnej.
4. Rodzaje modeli stosowanych w gospodarce przestrzennej.
5. Modele prognostyczne w planowaniu przestrzennym.
6. Cechy modeli stosowanych w gospodarce przestrzennej.
7. Funkcje zarządzania publicznego.
8. Struktura administracji publicznej w Polsce.
9. Sektor publiczny w gospodarce - ewolucja i zakres.
10. Przestrzeń publiczna w strukturze urbanistycznej miasta.
11. Główne rodzaje użytkowania przestrzeni miejskiej i jej zapis w planach miejscowych.
12. Rola partycypacji społecznej w kreowaniu przestrzeni publicznych.
13. Elementy struktury przestrzennej miasta wg. K. Wejcherta i K. Lyncha.
14. Planowanie strategiczne w Polsce na szczeblu krajowym - podstawy prawne, dokumenty programowe (strategie) i ich powiązania.
15. Planowanie strategiczne w Polsce na szczeblu regionalnym - podstawy prawne, dokumenty programowe (strategie) i ich powiązania.
16. Podstawowe funkcje zarządzania regionem.
17. Znaczenie i formy partycypacji społeczności lokalnej w podejmowaniu decyzji o kierunkach rozwoju gminy, realizowanych inwestycjach.
18. Odbiorcy promocji miasta.
19. Istota wizerunku miasta i możliwości jego kształtowania.
20. Rodzaje strategii rozwoju jednostki terytorialnej.
21. Traktatowe podstawy europejskiej polityki spójności.
22. Specyfika Funduszy spójności UE i ich znaczenie dla zagospodarowania przestrzennego UE.
23. Wyjaśnij określenia: Pentagon Europejski, Złoty Trójkąt Europejski oraz Łuk Atlantycki.
24. Najważniejsze zmiany w europejskiej polityce spójności po roku 2014.
25. Najważniejsze dokumenty Rady Europy i UE w dziedzinie zagospodarowania przestrzennego.
26. Najważniejsze działania UE na rzecz równoważenia rozwoju przestrzeni europejskiej.
27. Komponenty rozwoju regionalnego.
28. Determinanty rozwoju regionalnego.
29. Rozwój regionalny – istota, przejawy, mierniki.
30. Koncepcje rozwoju regionalnego.
31. Podmioty polityki regionalnej.
32. Ogólne i priorytetowe cele marketingu terytorialnego.
33. Podmioty - "aktorzy" marketingu terytorialnego.
34. Strategia marketingowa miasta lub regionu - etapy przygotowania.
35. Produkt - oferta marketingowa jednostki osadniczej.
36. Rozwój trwały i zrównoważony w gospodarowaniu przestrzenią miast i regionów.
37. Przemiany przestrzenne zachodzące pod wpływem rozwoju turystyki.
38. Przemiany społeczno-ekonomiczne zachodzące pod wpływem rozwoju turystyki.
39. Współczesne trendy w turystyce międzynarodowej.
40. Główne regiony turystyczne Europy.
41. Rola badań kwestionariuszowych w procesie planowania przestrzennego.
42. Pojęcie, funkcje i cele polityki zatrudnienia.
43. Bezrobocie - rodzaje i miary.

44. Europejska Strategia Zatrudnienia.
45. Rynek pracy i jego mechanizmy oraz segmentacja.
46. Strefy funkcjonalno-przestrzenne w miastach.
47. Cele rewitalizacji.
48. Rewitalizacja a gentryfikacja - interpretacje, funkcje, zależności.
49. Kryteria delimitacji obszarów kryzysowych będących podstawą wdrażania procesu rewitalizacji.
50. Podmioty odpowiadające za przygotowanie i przeprowadzenie procesu rewitalizacji.