

Nazwa przedmiotu	Współczesny lobbying gospodarczy. E-learning.						Kod ECTS	14.3.E.FL.2883				
							Pkt.ECTS	2				
							Limit osób	20				
Jednostka prowadząca przedmiot	KPG	Nazwa kierunku	Ekonomia/MSG		Nazwa specjalności	BRAK;						
Nazwisko prowadzącego	dr Grzegorz Szczodrowski											
Forma zajęć/Liczba godzin												
Wykład	20	Ćwiczenia	0	Konwersatoria	0	Laboratoria komputerowe	0	Seminaria	0	Lektoraty	0	
Forma aktywności						Rok i rodzaj studiów:		2 NS2, 3 NS2-3,				
Godziny z udziałem nauczyciela akademickiego (w tym konsultacje, egzaminy i inne):						Semestr:		4, 6,				
Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego (samodzielna praca studenta):						Status przedmiotu:		Fakultatywny				
Sumaryczna liczba godzin:						0	Język wykładowy:		polski			
Sposób realizacji zajęć	Zajęcia on-line.											
Metody dydaktyczne	Materiały wykładowe, forum dyskusyjne, studium przypadku.											
Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymogami wstępnymi												
Wymagania formalne	brak											
Wymagania wstępne	brak											
Sposób i forma zaliczenia oraz kryteria oceny												
Sposób zaliczenia	Zaliczenie na ocenę											
Kryteria oceny	Tematy omawiane będą w cyklach dwutygodniowych. Oceniane będą aktywności na forum i wykonywanie cząstkowych zadań na podstawie materiałów wykładowych. Punkty będą zliczane. Skala ocen: 51-60% - 3,0; 61-70% - 3,5; 71-80% - 4,0; 81-90% - 4,5; 91-100% - 5.											
Cele przedmiotu												
Celem przedmiotu jest zwrócenie uwagi na znaczenie i metody lobbyingu prowadzonego przez przedsiębiorców oraz inne podmioty w celu osiągnięcia korzyści ekonomicznych. Dotyczy to areny krajowej - Polski, jak i międzynarodowej, zwłaszcza z wiodącym w tym zakresie krajem - USA oraz na forum UE.												
Efekty uczenia się												
Wiedza	E2_W02	Student ma pogłębioną wiedzę dotyczącą pojęcia i istoty lobbyingu gospodarczego.										
	E2_W08	Student dysponuje wiedzą w zakresie mechanizmów i praktyki stosowania lobbyingu gospodarczego w skali krajowej i międzynarodowej.										
	MSG2_W03	Student ma pogłębioną wiedzę dotyczącą pojęcia i istoty lobbyingu gospodarczego.										
	MSG2_W07	Student dysponuje wiedzą w zakresie mechanizmów i praktyki stosowania lobbyingu gospodarczego w skali krajowej i międzynarodowej.										
Weryfikacja efektów uczenia się - Wiedza												
Efekty	egzamin pisemny	egzamin ustny	kolokwium	esej/referat /portfolio	zadania / prace domowe	prezentacja indywidualna	prezentacja grupowa	aktywność na zajęciach	udział w dyskusji	projekt indywidualny	projekt grupowy	
E2_W02					X				X			
E2_W08					X				X			
MSG2_W03					X				X			
MSG2_W07					X				X			
Umiejętności	E2_U02	Student potrafi skojarzyć teorię z praktyką gospodarczą.										
	E2_U07	Student posiada umiejętność analizowania przypadków lobbyingu gospodarczego w zakresie przyczynowo-skutkowym.										

	MSG2_U01	Student potrafi skojarzyć teorię z praktyką gospodarczą.
	MSG2_U06	Student posiada umiejętność analizowania przypadków lobbingu gospodarczego w zakresie przyczynowo-skutkowym.

Weryfikacja efektów uczenia się - Umiejętności

Efekty	egzamin pisemny	egzamin ustny	kolokwium	esej/referat /portfolio	zadania / prace domowe	prezentacja indywidualna	prezentacja grupowa	aktywność na zajęciach	udział w dyskusji	projekt indywidualny	projekt grupowy
E2_U02					X				X		
E2_U07					X				X		
MSG2_U01					X				X		
MSG2_U06					X				X		

Kompetencje	E2_K03	W życiu zawodowym student bierze udział w ocenie działań lobbingowych.
	E2_K05	Student kreuje profil lobbingowy swojej organizacji.
	MSG2_K03	W życiu zawodowym student bierze udział w ocenie działań lobbingowych.
	MSG2_K06	Student kreuje profil lobbingowy swojej organizacji.

Weryfikacja efektów uczenia się - Kompetencje

Efekty	egzamin pisemny	egzamin ustny	kolokwium	esej/referat /portfolio	zadania / prace domowe	prezentacja indywidualna	prezentacja grupowa	aktywność na zajęciach	udział w dyskusji	projekt indywidualny	projekt grupowy
E2_K03									X		
E2_K05									X		
MSG2_K03									X		
MSG2_K06									X		

Treści programowe

1. Pojęcie i rodzaje współczesnego lobbingu.
2. Aktorzy i metody lobbingu.
3. Lobbing w USA.
4. Lobbing w krajach europejskich.
5. Lobbing w Polsce.
6. Organy UE jako cel lobbingu.
7. Polski lobbing w UE.

Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej
Literatura obowiązkowa:

1. K. Jasiołkowski, Lobbing gospodarczy, wersja internetowa: <http://www.epr.pl/lobbing-gospodarczy,lobbying,1396,1.html>
2. A. Sławik, Lobbing w strategiach przedsiębiorstw, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2009.
3. A. Vetulani-Cegiel, Polski lobbing w zakresie prawa autorskiego, Wydawnictwo Elipsa, Warszawa 2020.

Literatura uzupełniająca:

1. M. Kaja, Społeczna recepcja lobbingu, [w:] K. Kubiak (red.), Społeczna recepcja public relations, Warszawa 2011.
2. M. Domagalska-Grędyńska, Aspekty współdziałania i lobbingu grup i organizacji w kontekście zmian WPR, wersja internetowa: www.wne.sggw.pl/czasopisma/pdf/EIOGZ_2011_nr90.pdf
3. Bieżące opracowania.

Kontakt	grzegorz.szczodrowski@ug.edu.pl
---------	--