

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 lobbyngu 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 lobbyngu gospodarczego.									
	E2_W08	Student dysponuje wiedzą w zakresie mechanizmów i praktyki stosowania lobbyngu gospodarczego w skali krajowej i międzynarodowej.									
	MSG2_W03	Student ma pogłębioną wiedzę dotyczącą pojęcia i istoty lobbyngu gospodarczego.									
	MSG2_W07	Student dysponuje wiedzą w zakresie mechanizmów i praktyki stosowania lobbyngu 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 lobbyngu 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. Jasiecki, 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-Grędyś, 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 ,									