

## Opis zajęć (syllabus): Lobbying

Nazwa zajęć:	<b>Lobbying</b>	<b>ECTS</b>	<b>3</b>
Nazwa zajęć w j. angielskim:	Lobbying		
Zajęcia dla kierunku studiów:	<b>Logistyka</b>		

Język wykładowy: <b>polski</b>		Poziom studiów: <b>1</b>	
Forma studiów: <b>stacjonarne i niestacjonarne</b>	Status zajęć: <b>kierunkowy - do wyboru</b>	Numer semestru: <b>semestr letni</b>	
Rok akademicki, od którego obowiązuje opis (rocznik):		<b>2020/2021</b>	Numer katalogowy: <b>EKR-L-1SZ-X-53-KF-2020</b>

Koordinator zajęć:	<b>dr hab. Marcin Ratajczak, Adiunkt</b>		
Prowadzący zajęcia:	<b>Dr hab. Marcin Ratajczak</b>		
Jednostka realizująca:	<b>Instytut Zarządzania</b>		
Jednostka zlecająca:	<b>Wydział Ekonomiczny</b>		
Założenia, cele i opis zajęć:	<p>a. Poznanie podstawowych form, jakie może przybierać lobbying, czym lobbying europejski różni się od lobbyngu amerykańskiego oraz na czym polega specyfika lobbyngu w Polsce.  b. Określenie zasad dotyczących tego, jak prowadzi się działalność lobbyngową w instytucjach Unii Europejskiej, jakie regulacje o charakterze ustawowym i środowiskowym normują działalność lobbyngową.  c. Poznanie w czym przejawia się profesjonalne lobbyngowanie we współczesnym świecie.</p> <p><b>Wykład</b>  Co to jest lobbying (definicje, zakres, lobbyngista, pozytywne i negatywne aspekty lobbyngu). Lobbyng a inne formy komunikowania (komunikacja, informacja, perswazja, manipulacja, PR, public affairs). Modele lobbyngu (amerykańskie korzenie lobbyngu, europejskie wzory lobbyngu, porównanie i przykłady). Regulacje prawne i etyczne lobbyngu (ustawowe regulacje w Stanach Zjednoczonych, regulacje w krajach członkowskich Unii Europejskiej, regulacje środowiskowe w Wielkiej Brytanii i Francji). Regulacja działalności lobbyngowej w Polsce (teoretyczne założenia i przykłady praktyczne). Lobbyngista jako nowy zawód (kim są lobbyngiści, zakres usług zawodowych lobbyngistów, koszty usług lobbyngistycznych).</p> <p><b>Cwiczenia</b>  Strategie i metody lobbyngu (lobbyng ofensywny i defensywny, lobbyng bezpośredni i pośredni, przykłady). Polski model lobbyngu (postrzeganie lobbyngu w Polsce i kierunki rozwoju działalności lobbyngistycznej w Polsce, przykłady). Lobbyng w Unii Europejskiej (specyfika lobbyngu w UE, styl europejskiego lobbyngu i polski lobbyng w Brukseli). Lobbyng w Stanach Zjednoczonych (formy i metody lobbyngistyczne).</p>		
Formy dydaktyczne, liczba godzin:	a. wykład - liczba godzin: stacj: 20, niestacj. 12 b. ćwiczenia audytoryjne - liczba godzin: stacj: 10, niestacj. 4		
Metody dydaktyczne:	dyskusja, rozwiązywanie problemu, konsultacje, studium przypadku, indywidualne projekty studenckie, zespołowe projekty studenckie		
Wymagania formalne i założenia wstępne:	Nie dotyczy.		
Efekty uczenia się:	<b>Wiedza - Zna i rozumie:</b> 1. Ma wiedzę o normach i zasadach regulujących funkcjonowanie podmiotów gospodarujących w kontekście lobbyngu. 2. Ma wiedzę o procesach zmian w przedsiębiorstwach i organizacjach pod kątem działań lobbyngistycznych.	<b>Umiejętności - Potrafi:</b> 3. Potrafi właściwie analizować przyczyny i przebieg konkretnych procesów i zjawisk społecznych, gospodarczych i organizacyjnych. 4. Wykorzystuje zdobytą wiedzę do rozstrzygnięcia dylematów pojawiających się w pracy zawodowej menadżera w zakresie lobbyngu.	<b>Kompetencje - Jest gotów do:</b> 5. Potrafi współdziałać i pracować w zespole.
Sposób weryfikacji efektów uczenia się:	ocena wykonania zadania projektowego (efekty: 1,2,3,4,5), ocena aktywności w trakcie zajęć (efekty: 1,2,3,4,5)		
Forma dokumentacji osiągniętych efektów uczenia się:	złożone projekty		
Elementy i wagi mające wpływ na ocenę końcową:	ocena wykonania zadania projektowego - 90%, ocena aktywności w trakcie zajęć - 10%		
Miejsce realizacji zajęć:	Sala dydaktyczna.		

Literatura podstawowa i uzupełniająca:

1. Jasiołkowski K., Mołęda-Zdziech M., Kurczewska U., 2007. Lobbying, Oficyna Ekonomiczna, Kraków.
2. Jakubowski M., Kaczorowski A., 2001. Lobbying a dostęp do informacji- założenia regulacji prawnych, Warszawa.
3. Wójtowicz K., 1998. Grupy nacisku w procesie tworzenia prawa, Wrocław.
- 4.4. Jasiołkowski K., 2003. Lobbying w USA, Europie Zachodniej i Polsce, Warszawa.
- 5.5. Leśniewski B., Lobbying po ludzku, Rzeczpospolita, 8 lipca 2005.

Uwagi:

+, ver-lw, ogólne

**Wskaźniki ilościowe charakteryzujące moduł/przedmiot:**

Szacunkowa sumaryczna liczba godzin pracy studenta (kontaktowych i pracy własnej) niezbędna dla osiągnięcia zakładanych dla zajęć efektów uczenia się - na tej podstawie należy wypełnić pole ECTS:

**70/67**

Łączna liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia:

**1.8/1.28 ECTS**

**Tabela zgodności kierunkowych efektów uczenia się z efektami przedmiotu:**

Kategoria efektu	Efekty uczenia się dla zajęć:	Odniesienie do efektów dla programu studiów dla kierunku	Oddziaływanie zajęć na efekt kierunkowy*)
Wiedza	1. Ma wiedzę o normach i zasadach regulujących funkcjonowanie podmiotów gospodarujących w kontekście lobbyngu.	L1_KW01	2
	2. Ma wiedzę o procesach zmian w przedsiębiorstwach i organizacjach pod kątem działań lobbystycznych.	L1_KW06	2
Umiejętności	3. Potrafi właściwie analizować przyczyny i przebieg konkretnych procesów i zjawisk społecznych, gospodarczych i organizacyjnych.	L1_KU02	2
	4. Wykorzystuje zdobytą wiedzę do rozstrzygania dylematów pojawiających się w pracy zawodowej menadżera w zakresie lobbyngu.	L1_KU06	2
Kompetencje	5. Potrafi współdziałać i pracować w zespole.	L1_KK02	2

\*) 3 - zaawansowany i szczegółowy, 2 - znaczący, 1 - podstawowy