POLITECHNIKA GDAŃSKA

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Lobbing, PG_00073953		
Kierunek studiów	Ekonomia		
Data rozpoczęcia studiów	październik 2025 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu	2026/2027
Poziom kształcenia	I stopnia - licencjackie	Grupa zajęć	Grupa zajęć fakultatywnych Grupa zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem - profil ogólnoakademicki
Forma studiów	stacjonarne	Sposób realizacji	na uczelni
Rok studiów	2	Język wykładowy	polski polski
Semestr studiów	4	Liczba punktów ECTS	2.0
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	Forma zaliczenia	zaliczenie
Jednostka prowadząca	Wydziały Politechniki Gdańskiej -> Wydział Zarządzania i Ekonomii -> Zakład Studiów Wschodnich		
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot	prof. dr hab. Krystyna Gomółka	
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu		

Formy zajęć

Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
Liczba godzin zajęć	0.0	30.0	0.0	0.0	0.0	30
W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						

Aktywność studenta i liczba godzin pracy

Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów	Udział w konsultacjach	Praca własna studenta	RAZEM
Liczba godzin pracy studenta	30	5.0	15.0	50

Cel przedmiotu

przygotowanie studentów do analizy i projektowania działań lobbingowych w zmiennych warunkach gospodarczych, z wykorzystaniem wiedzy o mechanizmach wpływu grup interesu na procesy decyzyjne, strategiach lobbingu oraz możliwościach stosowania innowacyjnych rozwiązań z poszanowaniem praw autorskich, a także kształtowanie postaw odpowiedzialnego działania zawodowego z uwzględnieniem uwarunkowań prawnych, etycznych i kulturowych.

Efekty uczenia się przedmiotu

Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
[K6_K01] jest gotów pełnić role zawodowe w sposób odpowiedzialny, uwzględniając w procesach decyzyjnych kwestie prawne, etyczne i kulturowe.	jest gotów do odpowiedzialnego pełnienia roli zawodowej w działaniach lobbingowych, z uwzględnieniem uwarunkowań prawnych, etycznych i kulturowych, w szczególności poprzez uczestnictwo w analizie przypadków i dyskusjach dotyczących wpływu lobbingu na decyzje publiczne i gospodarcze.	[SK1] Ocena umiejętności pracy w grupie [SK5] Ocena umiejętności rozwiązywania problemów występujących w praktyce
[K6_U05] potrafi wykorzystać wiedzę zdobytą na kierunku ekonomia do rozwiązywania trudnych problemów uzyskując ekonomicznie i społecznie wartościowe wyniki.	potrafi analizować problemy związane z reprezentowaniem interesów różnych podmiotów oraz projektować działania lobbingowe, stosując metody analizy interesariuszy i doboru strategii do opracowania rozwiązań uwzględniających korzyści ekonomiczne i społeczne.	[SU1] Ocena realizacji zadania [SU2] Ocena umiejętności analizy informacji
[K6_W04] dysponuje zaawansowaną wiedzą dotyczącą zasad kreatywnego i przedsiębiorczego działania, umożliwiającą identyfikację oraz wdrażanie innowacyjnych pomysłów przy jednoczesnym zachowaniu wymogów ochrony praw autorskich.	zna i rozumie zasady, modele i strategie lobbingu, w tym możliwości kreatywnego i innowacyjnego projektowania działań lobbingowych z poszanowaniem praw autorskich, w kontekście wpływania na procesy decyzyjne w zmiennych warunkach gospodarczych.	[SW3] Ocena wiedzy zawartej w opracowaniu tekstowym i projektowym

<table>
<tr><td>Treści przedmiotu</td><td colspan="3">Treści przedmiotu - ćwiczenia

1. Geneza lobbingu, historyczna ewolucja, pojęcie, istota lobbingu
2. Rola grup interesu w podejmowaniu decyzji państwowych
3. Typy rodzaje i narzędzia lobbingu
4. Modele lobbingu i zarządzanie lobbingiem
5. Lobbing pośredni i bezpośredni
6. Różnice w lobbingu amerykańskim i angielskim
7. Aktorzy lobbingu.
8. Finanse w lobbingu, sponsoring, wynagrodzenia lobbystów
9. Strategie lobbingu
10. Bariery i ograniczenia w lobbingu
11. Tematy lobbingu
12. Lobbing czy koncerny mogą sterować decyzjami gospodarczymi
13. Lobbing w polskim prawie i praktyce
14. Lobbing polski w Unii Europejskiej
15. Prezentacja wybranych projektów lobbingowych</td></tr>
<tr><td>Wymagania wstępne i dodatkowe</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>Sposoby i kryteria oceniania osiąganych efektów uczenia się</td><td colspan="3"><table><tr><th>Sposób oceniania (składowe)</th><th>Próg zaliczeniowy</th><th>Składowa oceny końcowej</th></tr><tr><td>aktywność na zajeciach</td><td>60.0%</td><td>30.0%</td></tr><tr><td>ukonczony projejkt grupowy</td><td>60.0%</td><td>60.0%</td></tr><tr><td>prezentacja projektu grupowego</td><td>60.0%</td><td>10.0%</td></tr></table></td></tr>
<tr><td rowspan="3">Zalecana lista lektur</td><td>Podstawowa lista lektur</td><td colspan="2">1.C. Michel, (2025) Lobbying i jego sekrety , Warszawa tłumaczenie

2.Kompedium wiedzy o lobbyingu (2018). Praca zbiorowa

3.M.Kalinowski (2018), Lobbying w świetle teorii wyboru publicznego ,

4. K.Jasiecki,(2019) Lobbying gospodarczy w Polsce , Studia Socjologiczne

5.M. Piechowicz, (2013)Lobbying w procesie gospodarczym Unii Europejskiej, Toruń

6. Ustawa z 7 lipca 2005 r. o działalności</td></tr>
<tr><td>Uzupełniająca lista lektur</td><td colspan="2">1.J. Dziendziora, Profesjonalizacja działalności lobbingowej w świetle teorii i praktyki zarządzania, Dabrowa Górnicza 2021.

2/ A. Vetulani-Cęgiel: Leksykon lobbingu w Unii Europejskiej, Wydawnictwo Elipsa, Warszawa 2018.

3.K. Jasiecki, Małgorzata Molęda-Zdziech, Urszula Kurczewska. Lobbing. Sztuka skutecznego wywierania wpływu. Kraków. Oficyna Ekonomiczna 2006 (wyd. II zmienione i rozszerzone).

4. A. Hadryś (2010), lobbying jako strategia komunikacji przedsiębiorstwa z rynkiem, Zeszyty Naukowej AEW w Poznaniu.</td></tr>
<tr><td>Adresy eZasobów</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania</td><td colspan="3">Podaj modele lobbingu, sponsoring w loggbingu , lobbing w polskim w praktyce podaj przykłady lobbingu</td></tr>
<tr><td>Zajęcia praktyczne w ramach przedmiotu</td><td colspan="3">Nie dotyczy</td></tr>
</table>

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.