



Przedmiot: Sponsoring i lobbying				
Forma zajęć: wykład	Semestr: 2	Rok: 1	Wymiar godzin: 18	Punkty ECTS: 3
Forma zaliczenia: zaliczenie na ocenę		Typ przedmiotu: do wyboru		Język nauczania: polski
Kierunek: Zarządzanie			Tryb: niestacjonarne zaoczne	Rodzaj: magisterskie
Specjalność: Public relations				
Katedra: Badań Marketingowych				
Stopień naukowy wykładowcy: dr		Imię i nazwisko wykładowcy: Paweł Waniowski		

Wymagania wstępne (przedmioty wprowadzające):

Podstawy marketingu, Public relations

Program przedmiotu:

1. Pojęcie i historia sponsoringu
2. Sponsoring a mecenat
3. Rodzaje sponsoringu
4. Zasady zawierania umów sponsoringowych
5. Prawne i finansowe aspekty działań sponsoringowych
6. Sponsoring sportu, kultury i sztuki, sponsoring społeczny
7. Geneza lobbyingu
8. Przedmiot i adresaci działań lobbyingowych
9. Strategie i narzędzia lobbyingu
10. Prawne uwarunkowania lobbyingu
11. Przygotowanie kampanii lobbyingowych
12. Lobbying amerykański i europejski. Specyfika lobbyingu w Polsce
13. Działania lobbyingowe w instytucjach UE

Metody dydaktyczne:

wykład z elementami dyskusji

Cele przedmiotu:

zapoznanie studentów z podstawowymi problemami związanymi z kształtowaniem działań firmy i organizacji w obszarze sponsoringu i lobbyingu. Zostaną poruszone wszystkie istotne zagadnienia dotyczące zarządzania sponsoringiem i lobbyingiem zarówno w aspekcie strategicznym, jak i w procesie podejmowania bieżących decyzji.

Warunki zaliczenia:

test zaliczeniowy

Literatura podstawowa (do 4 pozycji):

- K. Wojcik: Public Relations. Wiarygodny dialog z otoczeniem. Agencja Wydawnicza Placet, Warszawa 2009
T. Sporek: Sponsoring sportu w warunkach globalizacji. Dylematy i wyzwania. Difin, Warszawa 2007
K. Jasiński, U. Kurczewska, M. Molęda-Zdziech: Lobbying. Sztuka skutecznego wywierania wpływu. Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2005
B. Piwowar, J. Świeca: Lobbying. biznes, prawo, polityka. Poltex, Warszawa 2010

Literatura uzupełniająca (do 4 pozycji):

- A. Grzegorzczak: Sponsoring kultury. Wyd. Wyższej Szkoły Promocji, Warszawa 2003
P. Kuczma: Lobbying w Polsce. TNOiK, Toruń 2010
R. van Schendelen: Machiavelli w Brukseli. Sztuka lobbyingu w Unii Europejskiej. Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2006