

CUPRINS

Cuvânt înainte	
Introducere	
I. Activitatea de lobby: concept, modele și tehnici	
I.1. În căutarea definiției potrivite	
I.2. Calitățile lobbyistului. Artă de a influența	
I.3. Modele de abordare teoretică a lobbyului	
I.4. Concepte înrudite: government relations, public affairs & lobby	
I.5. Lobby sau advocacy?	
I.6. Tehnici de influențare și instrumente folosite în lobby	
I.7. Efectele și funcțiile activității de lobby	
I.8. Rolul strategiei de public affairs pentru reputația companiilor de succes	
I.9. Campania de lobby: strategie și implementare. Tipologia lobbyului	
I.9.1. Identificarea și colectarea datelor	
I.9.2. Analiza informațiilor	
I.9.3. Lobbyul propriu-zis	
I.9.4. Follow-up-ul campaniei de lobby	
I.10. Rolul lobbyului în diplomatie	
II. Lobbyul în lume	
II.1. Washington vs. Bruxelles	
II.2. Omniprezența lobbyului în S.U.A.	
II.2.1. Privire de ansamblu	

II.2.2. Specificul lobbyului american	
II.3. Lobbyul în statele Uniunii Europene.....	
II.3.1. Marea Britanie.....	
II.3.2. Germania.....	
II.3.3. Austria.....	
II.3.4. Franța.....	
II.3.5. Spania.....	
II.3.6. Olanda.....	
II.3.7. Statele din Nordul Europei.....	
II.3.8. Statele Europei Centrale și Estice	
II.4. Bruxelles – capitala lobbyului european	
II.4.1. Între calitate și cantitate	
II.4.2. Lobbyul la nivelul instituțiilor europene.....	
II.4.3. Lobbyul sectorial la nivel comunitar: industria tutunului.....	
III. Reglementarea lobbyului și aspectele etice ale profesiei de lobbyist	
III.1. Legislația americană a lobbyului	
III.2. Reglementarea în Marea Britanie	
III.3. Reglementări la Bruxelles.....	
III.4. Coduri deontologice.....	
III.5. Finanțarea politicianilor ca instrument de lobby.....	
IV. Repere în dezvoltarea și mitologia activității de lobby în România	
IV.1. Apariția și evoluția lobbyului în România.....	
IV.1.1. Repere în evoluția lobbyului în România.....	
IV.1.2. Factorii care au influențat evoluția activității de lobby în România	

IV.2. Sistemul politic din România: locul lobbyului în actualitatea politică.....	
IV.3. Legiferare versus autoreglementare a lobbyului în România	
IV.4. „Păcatul original” al lobbyului românesc	
IV.5. Percepțiile românilor despre lobby	
IV.6. Percepțiile lobbyiștilor și ale politicienilor români despre activitatea de lobby	
IV.7. Stereotipiile lobbyului și geneza lor; realități vs. mituri.....	
IV.7.1. Mitul lobbyului ca trafic de influență	
IV.7.2. Mitul lobbyului ca sursă de corupție	
IV.7.3. Mitul lobbyistului cu forță persuasivă „supranaturală”	
IV.7.4. Mitul lobbyistului „nabab”	
IV.7.5. Stereotipul necesității legii lobbyului	
V. Specificul activității de lobby în România	
V.1. Particularități ale lobbyului în România	
V.2. Cine face lobby în România?	
V.2.1. Organizațiile nonguvernamentale	
V.2.2. Fundațiile corporatiste	
V.2.3. Corporațiile	
V.2.4. Asociațiile de industrie sau de business și patronatele	
V.2.5. Sindicatele	
V.2.6. Firmele de consultanță	
V.2.7. Firmele de avocatură.....	
V.2.8. Alte structuri organizate ad-hoc.....	
V.2.9. Cetățenii	
V.3. Tehnici de lobby în România: cum se aplică modelele occidentale?	

V.4. Cyber-lobby.....
V.5. Campaniile de lobby: actori, acțiuni și interese
V.6. Lobbyul în diplomația românească
VI. Reflectarea lobbyului și a traficului de influență în presa scrisă din România
VI.1. Considerații generale
VI.2. Analiză de conținut media
VI.2.1. Metodologia cercetării.....
VI.2.2. Ipotezele cercetării.....
VI.2.3. Prezentarea și interpretarea datelor
VI.2.4. Concluzii.....
VII. Schimbarea de paradigmă
VII.1. Demitizarea – o iluzie?
VII.2. Schimbarea paradigmei: de la trafic de influență la arta persuasiunii politice	
VII.3. Perspectivele dezvoltării lobbyului în România: tendințe și direcții.....
Concluzii.....
Anexe.....
Bibliografie.....
Bibliografie online