

PROGRAM ZAJĘĆ

ROK AKADEMICKI: 2021/2022

KOD ZAJĘĆ		Z-I-ZKnR
NAZWA ZAJĘĆ W JĘZYKU	POLSKIM	ZACHOWANIA KONSUMENTÓW NA RYNKU
	ANGIELSKIM	CONSUMER BEHAVIOUR OF MARKET

1. USYTUOWANIE ZAJĘĆ W SYSTEMIE STUDIÓW

KIERUNEK STUDIÓW	PSYCHOLOGIA W BIZNESIE
FORMA STUDIÓW	NIESTACJONARNE
POZIOM KSZTAŁCENIA	STUDIA PIERWSZEGO STOPNIA
PROFIL STUDIÓW	PRAKTYCZNY
JEDNOSTKA PROWADZĄCA ZAJĘCIA	INSTYTUT ZARZĄDZANIA I EKONOMII

2. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA ZAJĘĆ

PRZYNALEŻNOŚĆ DO GRUPY ZAJĘĆ		ZAJĘCIA SPECJALNOŚCIOWE (PSYCHOLOGIA W BIZNESIE I ZARZĄDZANIE SPRZEDAŻĄ)
STATUS ZAJĘĆ		OBIERALNY
JĘZYK WYKŁADOWY		POLSKI
SEMESTR		5
FORMA ZALICZENIA		ZALICZENIE NA OCENĘ
PUNKTY ECTS	RAZEM	3
	ZAJĘCIA KSZTAŁTUJĄCE UMIĘJĘTNOŚCI PPRAKTYCZNE	3
WYMAGANIA WSTĘPNE		PODSTAWY MARKETINGU
FORMA ZAJĘĆ	LICZBA GODZIN	PROWADZĄCY ZAJĘCIA
WYKŁADY	-	-
ĆWICZENIA AUDYTORYJNE	20	MGR MAREK SALWOWSKI
LABORATORIA	-	-
WARSZTATY	-	-
PRAKTYKA	-	-

3. SZCZEGÓŁOWA CHARAKTERYSTYKA ZAJĘĆ

3.1 CEL ZAJĘĆ	
C1:	Przedstawienie teorii zachowań konsumentów, czynników kształtujących decyzje i zachowania konsumentów na rynku.
C2:	Analiza potrzeb konsumenta i konsumpcji jako procesu zaspokojenia potrzeb (istota, kategoryzacja i hierarchia potrzeb, istota i funkcje konsumpcji, racjonalność i efektywność konsumpcji).
C3:	Analiza zachowania konsumenta na rynku (obszary, determinanty psychiczne, społeczne i ekonomiczne, proces decyzyjny i typy decyzji podejmowanych przez konsumentów).

3.2 EFEKTY UCZENIA SIĘ			Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się
WIEDZA	W1:	Zna potrzeby konsumenta oraz konsumpcję jako proces zaspokojenia potrzeb.	K_W03, K_W04, K_W06
	W2:	Zna etapy postępowania i typy decyzji podejmowanych przez konsumentów.	K_W04, K_W06
	W3:	Zna determinanty zachowań konsumentów i posiada wiedzę o konsumentach jako źródle przewagi konkurencyjnej.	K_W03, K_W06
UMIĘTNOŚCI	U1:	Potrafi zidentyfikować sposoby zaspokojenia potrzeb konsumenta.	K_U02, K_U03
	U2:	Potrafi oddziaływać na zachowania konsumentów w działalności marketingowej firm.	K_U06, K_U16
	U3:	Analizuje etapy postępowania, typy decyzji, proces zakupu i jego ocenę do podejmowania decyzji w zakresie zmiany zachowań konsumpcyjnych.	K_U08
KOMPETENCJE SPOŁECZNE	K1:	Krytycznie podchodzi do oceny swojej wiedzy i umiejętności z zakresu zachowań rynkowych konsumentów i rozumie potrzebę podnoszenia swoich kompetencji zawodowych w tym zakresie.	K_K01
	K2:	Potrafi myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy i kształtować zachowania konsumentów w działalności marketingowej firmy.	K_K07

3.3 TREŚCI PROGRAMOWE		Odniesienie do efektów uczenia się zajęć
FORMA ZAJĘĆ	TEMAT	
ĆWICZENIA AUDYTORYJNE	Zachowania konsumentów (rodzaje, modele, potrzeby jako podstawa zachowań) – testy, studia przypadku.	W1, W3, U1, K1
ĆWICZENIA AUDYTORYJNE	Proces postępowania konsumentów (etapy postępowania, typy decyzji, proces podejmowania decyzji przez rodzinę) – testy, studia przypadków.	W2, W3, U3, K1
ĆWICZENIA AUDYTORYJNE	Identyfikacja sposobów zaspokojenia potrzeb (źródła informacji, kryteria oceny alternatyw wyboru) – testy, studia przypadków.	W3, U1, K1
ĆWICZENIA AUDYTORYJNE	Zakup i jego ocena (lojalność nabywców i dysonans pozakupowy) - testy, studia przypadków.	W2, W3, U1, K1
ĆWICZENIA AUDYTORYJNE	Zakup nowego produktu przez konsumentów i oddziaływanie na zachowania w działalności marketingowej (etapy akceptacji nowości, źródła informacji na kolejnych etapach akceptacji nowego produktu, szybkość akceptacji, innowatorzy) –testy, studia przypadków.	W2,W3, U2, U3, K1, K2

3.4 FORMY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH I METODY KSZTAŁCENIA:		Odniesienie do efektów uczenia się zajęć
ĆWICZENIA AUDYTORYJNE	Dyskusja moderowana, prezentacja multimedialna, rozwiązywanie testów, analiza studiów przypadków, praca zespołowa.	W1, W2, W3, U1, U2, U3, K1, K2

3.5 SPOSOBY WERYFIKACJI I OCENY EFEKTÓW UCZENIA SIĘ		
EFEKT	SPOSÓB WERYFIKACJI	
WIEDZA	W1:	Kolokwium.
	W2:	Kolokwium.
	W3:	Kolokwium.
UMIEJĘTNOŚCI	U1:	Projekt, rozwiązywanie zadań, udziału w dyskusji.
	U2:	Projekt, rozwiązywanie zadań, udziału w dyskusji.
	U3:	Projekt, rozwiązywanie zadań, udziału w dyskusji.
KOMPETENCJE SPOŁECZNE	K1:	Ocena pracy w grupie i udzielania informacji zwrotnej.
	K2:	Ocena pracy w grupie i indywidualnie.

3.6 LITERATURA		
PODSTAWOWA:	1)	RUDNICKI L. <i>Zachowania konsumentów na rynku</i> . PWE Warszawa 2012.
	2)	BARTOSIK – PURGAT M. Red. <i>Zachowania konsumentów. Globalizacja, nowe technologie, aktualne trendy, otoczenie społeczno – kulturowe</i> . PWN Warszawa 2019.
	3)	ANTONIDES G. RAAIJN van W. F. <i>Zachowania konsumenta</i> . Podręcznik europejski. PWN Warszawa 2003.
	4)	WŁODARCZYK K. <i>Rynkowe zachowania polskich konsumentów w dobie globalizacji konsumpcji</i> . Wyd. A. Marszałek Toruń 2013.
UZUPEŁNIAJĄCA:	5)	JAROŚ - KRESŁO M. B. MRÓZ. 2006. <i>Konsument i konsumpcja we współczesnej gospodarce</i> . SGH Warszawa.
	6)	BYWALEC C. <i>Konsument i konsumpcja we współczesnej gospodarce</i> . C. H. Beck Warszawa 2010.
	7)	MRÓZ B. <i>Konsument w globalnej gospodarce</i> . Trzy perspektywy. SGH Warszawa 2013.
	8)	KIEŻEL E. SMYCZEK S. Red. <i>Zachowania konsumentów, procesy unowocześniania konsumpcji</i> . Wolters Kluwer Warszawa 2015.

4. KALKULACJA NAKŁADU PRACY STUDENTA

L. p.	Aktywność	Studia niestacjonarne
1	Udział w wykładach w godzinach	-
2	Udział w ćwiczeniach audytoryjnych w godzinach	-
3	Udział w warsztatach w godzinach	20
4	Udział w laboratoriach w godzinach	-
5	Praktyka w godzinach	-
6	Przygotowanie do zajęć w godzinach	10
7	Udział w konsultacjach w godzinach	5
8	Wykonanie prac zaliczeniowych w godzinach	20
9	Przygotowanie do egzaminu/kolokwium w godzinach	19
10	Obecność na egzaminie/kolokwium w godzinach	1
11	<i>Sumaryczne obciążenie pracą studenta w godzinach</i> $(1+2+3+4+5+6+7+8+9+10) = (13+15)$	75
12	<i>Punkty ECTS za zajęcia (14+16)</i>	3
13	Obciążenie studenta na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich i studentów w godzinach $(1+2+3+4+7+10)$	26
14	Obciążenie studenta na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich i studentów w punktach ECTS $((1+2+3+4+7+10) / 25)$	1,04
15	Obciążenie studenta na zajęciach nie wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich i studentów w godzinach $(5+6+8+9)$	49
16	Obciążenie studenta na zajęciach nie wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich i studentów w punktach ECTS $((5+6+8+9) / 25)$	1,96

1 punkt ECTS równa się 25 godzinom pracy studenta