



KARTA PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu		Nazwa przedmiotu	w jęz. polskim	ZACHOWANIA KONSUMENTA
			w jęz. angielskim	CONSUMER BEHAVIOR

Kierunek	Towaroznawstwo
Specjalność	Towaroznawstwo i Zarządzanie Jakością
Poziom kształcenia	studia pierwszego stopnia
Forma studiów	stacjonarne
Profil kształcenia	ogólnoakademicki
Status przedmiotu	obowiązkowy
Rygor	zaliczenie z oceną

Semestr studiów	Liczba punktów ECTS	Liczba godzin w tygodniu				Liczba godzin w semestrze			
		W	C	L	P	W	C	L	P
V	3	2	1			30	15		
Razem w czasie studiów						45			

Wymagania w zakresie wiedzy, umiejętności i innych kompetencji
Brak wymagań wstępnych.

Cele przedmiotu
Zapoznanie studentów z mechanizmami kształtującymi postawy i zachowania konsumentów na rynku towarów i usług.

Osiągane efekty kształcenia dla przedmiotu (EKP)		
Symbol	Po zakończeniu przedmiotu student:	Odniesienie do kierunkowych efektów kształcenia
EKP_01	ma podstawową wiedzę z zakresu zachowań człowieka (wliczając w to zachowania konsumpcyjne) oraz ich determinanty.	K_W01, K_W16
EKP_02	potrafi wymienić i scharakteryzować modele zachowań konsumentów i megatrendy rynkowe, wpływające na te zachowania.	K_W02, K_W11
EKP_03	potrafi określić wpływ wybranych czynników na postawy i zachowania konsumentów oraz ich skutki rynkowe.	K_U01, K_K05
EKP_04	umie dokonać analizy literatury i przeprowadzić badania marketingowe i jakościowe a następnie zinterpretować wyniki i dokonać ich oceny.	K_U10, K_U14

Treści programowe	Liczba godzin				Odniesienie do EKP
	W	C	L	P	
Teoria zachowania konsumenta, zachowanie konsumenta – pojęcie i jego zakres, rozwój teorii zachowania konsumentów, zachowania racjonalne i irracjonalne.	4	2			EKP_01, EKP_02
Megatrendy rynkowe, jako wyznaczniki zachowań konsumentów, podstawowe uwarunkowania rozwoju konsumpcji, tendencje do zmian wartości konsumpcyjnych, style życia z przełomu XX i XXI wieku oraz odpowiadające im rynki, globalizacja, etnocentryzm i ich	4	2			EKP_01, EKP_02, EKP_03

wpływ na zachowania konsumentów.					
Wizerunek współczesnego konsumenta, miejsce konsumenta na rynku, cechy nowego konsumenta.	2	1			EKP_01
Uwarunkowania wewnętrzne zachowań konsumentów – potrzeby, motywy, postrzeganie, postawy, osobowość, uczenie się, ryzyko konsumenckie.	5	2			EKP_01, EKP_02, EKP_03
Uwarunkowania zewnętrzne zachowań konsumentów - uwarunkowania ekonomiczne: dochody, ceny, produkt, reklama, punkty sprzedaży, uwarunkowania społeczno-kulturowe: rodzina, grupy odniesienia, liderzy opinii, grupa społeczna, czynniki kulturowe.	5	2			EKP_01, EKP_02, EKP_03
Miejsce konsumentów w procesie segmentacji rynku	2	2			EKP_01, EKP_03
Decyzje nabywców, istota i zakres decyzji konsumenckich, podział decyzji, proces decyzyjny, zachowania pozakupowe.	2	2			EKP_01, EKP_04
Modele zachowań konsumentów, ogólna charakterystyka i podział modeli zachowań konsumentów: model Nicosii, model Howarda-Shetha, model Rossiniego, model EBK, model Markowa, model Triandisa.	6	2			EKP_01, EKP_02, EKP_04
Łącznie godzin	30	15			

Metody weryfikacji efektów kształcenia dla przedmiotu									
Symbol EKP	Test	Egzamin ustny	Egzamin pisemny	Kolokwium	Sprawozdanie	Projekt	Prezentacja	Zaliczenie praktyczne	Inne
EKP_01	X						X		
EKP_02	X								
EKP_03	X						X		X
EKP_04	X						X		X

Kryteria zaliczenia przedmiotu
Obecność na wszystkich ćwiczeniach, przeprowadzenie prezentacji z badań oraz zaliczenie ćwiczeń ma ocenę pozytywną. Zaliczenie testowe z przedmiotu (uzyskanie co najmniej 60% ogólnej punktacji z pytań). Ocena końcowa jest średnią ważoną: 60% T+ 40% Ćw. (E – ocena z testu, Ćw. – ocena z ćwiczeń).
Uwaga: student otrzymuje ocenę powyżej dostatecznej, jeżeli uzyskane efekty kształcenia przekraczają wymagane minimum.

Nakład pracy studenta				
Forma aktywności	Szacunkowa liczba godzin przeznaczona na zrealizowanie aktywności			
	W	C	L	P
Godziny kontaktowe	30	15		
Czytanie literatury	10	5		
Przygotowanie do zajęć ćwiczeniowych, laboratoryjnych, projektowych		5		
Przygotowanie do egzaminu, zaliczenia	5	2		
Opracowanie dokumentacji projektu/sprawozdania		5		
Uczestnictwo w zaliczeniach i egzaminach	2	2		
Udział w konsultacjach	4	2		
Łącznie godzin	51	36		
Sumaryczna liczba godzin dla przedmiotu	87			
Sumaryczna liczba punktów ECTS dla przedmiotu	3			
	Liczba godzin		ECTS	
Obciążenie studenta związane z zajęciami praktycznymi	36		1	
Obciążenie studenta na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich	55		2	

Literatura podstawowa
East R., Vanhuele M., Wright M., <i>Zachowania konsumentów</i> , Wyd. Wolters Kluwer, Warszawa 2015
Kieźel E., Smyczek S., <i>Zachowania konsumentów</i> , Wyd. Wolters Kluwer, Warszawa 2015
Mazurek-Łopacińska K., <i>Zachowania nabywców i ich konsekwencje marketingowe</i> , PWE, Warszawa 2003
Rudnicki L., <i>Zachowania konsumentów na rynku</i> , PWE, Warszawa 2012
Światowy G., <i>Zachowania konsumentów</i> , PWE, Warszawa 2006
Literatura uzupełniająca

Bywalec Cz., Rudnicki L., *Konsumpcja*, PWE, Warszawa 2002
Gerrit Antonides, Van Raaij W.F., *Zachowania konsumenta*, PWN, Warszawa 2003
Kotler Ph., *Marketing*, Dom wydawniczy REBIS, Poznań 2005
Solomon M.R., *Zachowania i zwyczaje konsumentów*, Wyd. HELLON, Gliwice 2006
Woś J., Rachocka J., Kasperek Hoppe M., *Zachowania konsumentów – teoria i praktyka*, Wyd. AE, Poznań 2004

Osoba odpowiedzialna za przedmiot	
dr Romuald Zabrocki	KTiZJ
Pozostałe osoby prowadzące przedmiot	