



KARTA PRZEDMIOTU

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

| | |
|--------------------|----------------------------------|
| Kierunek | Towaroznawstwo |
| Specjalność | Menedżer Produktu |
| Poziom kształcenia | studia pierwszego stopnia |
| Forma studiów | niestacjonarne |
| 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 | 2 | | | | | 18 | 9 | | |
| Razem w czasie studiów | | | | | | 27 | | | |

| |
|---|
| 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 uczenia się dla przedmiotu (EKP) | | |
|---|--|---|
| Symbol | Po zakończeniu przedmiotu student: | Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się |
| EKP_01 | ma podstawową wiedzę z zakresu zachowań człowieka (wliczając w to zachowania konsumpcyjne) oraz ich determinanty. | NK_W08, NK_W12 |
| EKP_02 | potrafi wymienić i scharakteryzować modele zachowań konsumentów i megatrendy rynkowe, wpływające na te zachowania. | NK_W08, NK_W10 |
| EKP_03 | potrafi określić wpływ wybranych czynników na postawy i zachowania konsumentów oraz ich skutki rynkowe. | NK_U01, NK_K04 |
| EKP_04 | umie dokonać analizy literatury i przeprowadzić badania marketingowe i jakościowe a następnie zinterpretować wyniki i dokonać ich oceny. | NK_U05, NK_U10 |

| 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 | 1 | | | 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 | 2 | 1 | | | EKP_01, EKP_02, EKP_03 |

| | | | | | |
|--|-----------|----------|--|--|------------------------|
| wpływ na zachowania konsumentów. | | | | | |
| Wizerunek współczesnego konsumenta, miejsce konsumenta na rynku, cechy nowego konsumenta. | 1 | | | | EKP_01 |
| Uwarunkowania wewnętrzne zachowań konsumentów – potrzeby, motywy, postrzeganie, postawy, osobowość, uczenie się, ryzyko konsumenckie. | 3 | 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. | 3 | 2 | | | EKP_01, EKP_02, EKP_03 |
| Miejsce konsumentów w procesie segmentacji rynku. | 1 | 1 | | | EKP_01, EKP_03 |
| Decyzje nabywców, istota i zakres decyzji konsumenckich, podział decyzji, proces decyzyjny, zachowania pozakupowe. | 2 | 1 | | | 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. | 2 | 1 | | | EKP_01, EKP_02, EKP_04 |
| Łącznie godzin | 18 | 9 | | | |

| Metody weryfikacji efektów uczenia się 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 | 18 | 9 | | |
| Czytanie literatury | 5 | 5 | | |
| Przygotowanie do zajęć ćwiczeniowych, laboratoryjnych, projektowych | | | | |
| Przygotowanie do egzaminu, zaliczenia | 5 | | | |
| Opracowanie dokumentacji projektu/sprawozdania | | 10 | | |
| Uczestnictwo w zaliczeniach i egzaminach | 2 | | | |
| Udział w konsultacjach | 2 | 2 | | |
| Łącznie godzin | 32 | 26 | | |
| Sumaryczna liczba godzin dla przedmiotu | 58 | | | |
| Sumaryczna liczba punktów ECTS dla przedmiotu | 2 | | | |
| | Liczba godzin | | ECTS | |
| Obciążenie studenta związane z zajęciami praktycznymi | 26 | | 1 | |
| Obciążenie studenta na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich | 33 | | 1 | |

| 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