|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **UNIWERSYTET MORSKI W GDYNI**  **Wydział Zarządzania i Nauk o Jakości** | https://umg.edu.pl/sites/default/files/zalaczniki/wznj-02_0.png |

**KARTA PRZEDMIOTU**

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

|  |  |
| --- | --- |
| Kierunek | **Nauki o Jakości** |
| Specjalność | **Menedżer Produktu** |
| 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 | 2 | 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 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\_W07, NK\_W08 |
| EKP\_02 | potrafi wymienić i scharakteryzować modele zachowań konsumentów i megatrendy rynkowe, wpływające na te zachowania. | NK\_U01, NK\_K01 |
| EKP\_03 | potrafi określić wpływ wybranych czynników na postawy i zachowania konsumentów oraz ich skutki rynkowe. | NK\_W08, NK\_U05 |
| EKP\_04 | umie dokonać analizy literatury i przeprowadzić badania marketingowe i jakościowe a następnie zinterpretować wyniki i dokonać ich oceny. | NK\_W06, NK\_U03 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **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  wpływ na zachowania konsumentów. | 4 | 2 |  |  | EKP\_01, EKP\_02, EKP\_03 |
| 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 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). |

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 | 3 | 2 |  | |  |
| Przygotowanie do zajęć ćwiczeniowych, laboratoryjnych, projektowych |  |  |  | |  |
| Przygotowanie do egzaminu, zaliczenia | 2 |  |  | |  |
| Opracowanie dokumentacji projektu/sprawozdania |  | 2 |  | |  |
| Uczestnictwo w zaliczeniach i egzaminach | 2 |  |  | |  |
| Udział w konsultacjach | 2 | 2 |  | |  |
| **Łącznie godzin** | **39** | **21** |  | |  |
| **Sumaryczna liczba godzin dla przedmiotu** | **60** | | | | |
| **Sumaryczna liczba punktów ECTS dla przedmiotu** | **2** | | | | |
|  | **Liczba godzin** | | | **ECTS** | |
| Obciążenie studenta związane z zajęciami praktycznymi | 21 | | | 1 | |
| Obciążenie studenta na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich | 51 | | | 2 | |

|  |
| --- |
| **Literatura podstawowa** |
| East R., Vanhuele M., Wright M., *Zachowania konsumentów*, Wyd. Wolters Kluwer, Warszawa 2015  Kieżel E., Smyczek S., *Zachowania konsumentów*, Wyd. Wolters Kluwer, Warszawa 2015  Mazurek-Łopacińska K., *Zachowania nabywców i ich konsekwencje marketingowe*, PWE, Warszawa 2003  Norton M., D.D. Rucker, C. Lamberton, *The Cambridge Handbook of Consumer Psychology,* Cambridge University Press*,* 2016  Rudnicki L., *Zachowania konsumentów na rynku*, PWE, Warszawa 2012  Światowy G., *Zachowania konsumentów*, PWE, Warszawa 2006 |
| **Literatura uzupełniająca** |
| Bywalec Cz., Rudnicki L., *Konsumpcja*, PWE, Warszawa 2002  De Mooij M., *Consumer Behavior and Culture*, SAGE Publication Inc., 2019  Gerrit Antonides, Van Raaij W.F., *Zachowania konsumenta*, PWN, Warszawa 2003  Kotler Ph., *Marketing*, Dom wydawniczy REBIS, Poznań 2005  Solomon M.R., *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*, Pearson Education Limited; Edition 13, 2019  Woś J., Rachocka J., Kasperek Hoppe M., *Zachowania konsumenckie – teoria i praktyka*, Wyd. AE, Poznań 2004 |

|  |  |
| --- | --- |
| **Osoba odpowiedzialna za przedmiot** | |
| dr Romuald Zabrocki | KZJ |
| **Pozostałe osoby prowadzące przedmiot** | |
|  |  |