



Sylabus przedmiotu - część A Zachowania konsumentów

12S20-ZKONS
ECTS: 3.00
CYKL: 2024Z

TREŚCI MERYTORYCZNE

WYKŁAD

Istota i znaczenie zachowań konsumentów. Modele zachowań konsumentów. Potrzeby jako podstawa zachowań konsumentów. Postawy a zachowania konsumentów. Racjonalność w zachowaniach konsumentów. Emocje a zachowania konsumentów. Motywacja w zachowaniach konsumentów.

ĆWICZENIA

Uwarunkowania zachowań konsumentów. Trendy w zachowaniach konsumentów. Segmentacja rynku. Proces decyzyjny konsumenta. Podstawy metodologii Design Thinking. Określenie „wyzwania” i definiowanie person. Definiowanie problemu. Prototypowanie. Testowanie i walidacja prototypu. Prezentacja wyników projektu.

CEL KSZTAŁCENIA

Przedstawienie specjalistycznej wiedzy z zakresu zachowań konsumentów na rynku i ich uwarunkowań w otoczeniu społeczno - gospodarczym.

OPIS EFEKTÓW UCZENIA SIĘ PRZEDMIOTU W ODNIESIENIU DO OPISU CHARAKTERYSTYK DRUGIEGO STOPNIA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KWALIFIKACJI NA POZIOMACH 6-8 POLSKIEJ RAMY KWALIFIKACJI W ODNIESIENIU DO DYSCYPLIN NAUKOWYCH I EFEKTÓW KIERUNKOWYCH

Symbole efektów dyscyplinowych:

S/NZJA_P7S_UW++, S/NZJA_P7S_KK+, S/NZJA_P7S_WG++

Symbole efektów kierunkowych:

KP7_WG1+, KP7_UW2+, KP7_KK1+, KP7_UW1+, KP7_WG5+

EFEKTY UCZENIA SIĘ:

Wiedza:

W1 - Zna i rozumie podstawowe uwarunkowania i mechanizmy zachowań konsumenckich.

W2 - Zna i rozumie główne cechy współczesnych konsumentów.

Umiejętności:

U1 - Potrafi zaprojektować kolejne czynności badawcze w procesie projektowym.

U2 - Potrafi na bazie zdobytej wiedzy i pozyskanych danych wygenerować innowacyjny pomysł na rozwiązanie problemu dotyczącego wybranego obszaru zachowań konsumentów.

Kompetencje społeczne:

K1 - Jest gotów do współpracy w grupie przy przygotowaniu i prezentacji kolejnych części projektu potrzebnych do opisu i zrozumienia rynkowych zachowań nabywców.

Akty prawne określające efekty uczenia się:

684/2020

Dyscypliny: ekonomia i finanse, nauki o zarządzaniu i jakości

Status przedmiotu:

Obligatoryjny

Grupa przedmiotów:

C - przedmioty specjalnościowe/związane z zakresem kształcenia

Kod: ISCED

Kierunek studiów:

Zarządzanie

Zakres kształcenia:

Marketing i zarządzanie produktem

Profil kształcenia:

Ogólnoakademicki

Forma studiów:

Stacjonarne

Poziom studiów:

Drugiego stopnia

Rok/semestr:

2/3

Rodzaj zajęć:

Wykład,

Ćwiczenia

Liczba godzin w

semestrze: Wykład: 15.00,

Ćwiczenia: 30.00

Język wykładowy:

polski

Przedmioty

wprowadzające:

Mikroekonomia, Marketing

Wymagania

wstępne:

Podstawowa wiedza z zakresu mikroekonomii i marketingu.

Nazwa jednostki org.

realizującej przedmiot:

Instytut Ekonomii i Finansów

Osoba odpowiedzialna za

realizację

przedmiotu: dr hab. inż.

Iwona Batyk, prof. UWM

e-mail:

iwona.batyk@uwm.edu.pl

Uwagi dodatkowe:

FORMY I METODY DYDAKTYCZNE:

Wykład(W1;W2;):Wykład z prezentacją multimedialną

Ćwiczenia(W1;W2;U1;U2;K1;):Metoda warsztatowa, Metoda projektu, Praca w grupach

FORMA I WARUNKI WERYFIKACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ:

Wykład (Egzamin pisemny) - Egzamin pisemny obejmujący treści wykładów i ćwiczeń - W1, W2

Ćwiczenia (Prezentacja) - Ocena wykonania i opracowania poszczególnych zadań realizowanych w ramach zajęć - W1, W2, U1, U2, K1

Ćwiczenia (Raport) - Ocena wykonania i zaprezentowania projektu dotyczącego zachowań konsumentów realizowanego w ramach całości zajęć - W1, W2, U1, U2, K1

LITERATURA PODSTAWOWA:

1. Mazurek Łopacińska K, *Zachowania konsumentów na współczesnym rynku. Zachowania konsumentów na współczesnym rynku Zachowania konsumentów na współczesnym rynku. Perspektywa marketingowa.*, Wyd. PWE, R. 2021

LITERATURA UZUPEŁNIAJĄCA:

1. M. Bartosik-Purgat (red.), *Zachowania konsumentów. Globalizacja, Nowe technologie, Aktualne trendy, Otoczenie społeczno-kulturowe.*, Wyd. PWN, R. 2017

Szczegółowy opis przyznanej punktacji ECTS - część B

12S20-ZKONS

ECTS: 3.00

CYKL: 2024Z

Zachowania konsumentów

Na przyznaną liczbę punktów ECTS składają się:

1. Godziny kontaktowe z nauczycielem akademickim:

- udział w: Wykład	15.0 h
- udział w: Ćwiczenia	30.0 h
- konsultacje	4.0 h
OGÓŁEM:	49.0 h

2. Samodzielna praca studenta:

Wykonanie projektu i jego prezentacja	11.00 h
Przygotowanie się do egzaminu	10.00 h
Opracowanie zadań projektowych na poszczególnych zajęciach	5.00 h

OGÓŁEM: 26.0 h

godziny kontaktowe + samodzielna praca studenta **OGÓŁEM: 75.0 h**

1 punkt ECTS = 25-30 h pracy przeciętnego studenta,
liczba punktów ECTS = 75.0 h : 25.0 h/ECTS = 3.00 ECTS

Średnio: **3.0 ECTS**

- w tym liczba punktów ECTS za godziny kontaktowe z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego	1.96 punktów ECTS
- w tym liczba punktów ECTS za godziny realizowane w formie samodzielnej pracy studenta	1.04 punktów ECTS