



Sylabus przedmiotu - część A Konsument w gospodarce globalnej

84S20-KWGG
ECTS: 2.50
CYKL: 2025Z

TREŚCI MERYTORYCZNE

WYKŁAD

Konsument jako podmiot rynkowy. Modele i teorie rynkowych zachowań konsumentów. Podejmowanie decyzji zakupowych. Racjonalność i irracjonalność zachowań konsumentów. Badania marketingowe jako źródło wiedzy o konsumentach. Trendy w zachowaniach konsumentów. Globalizacja konsumpcji i stylów życia. Konsument w strategiach przedsiębiorstw.

CEL KSZTAŁCENIA

zdobycie wiedzy z zakresu czynników kształtujących zachowania współczesnych konsumentów oraz roli konsumenta we współczesnej gospodarce. Rozwinięcie umiejętności swobodnego posługiwania się podstawowymi terminami z zakresu konsumpcji i marketingu.

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/EFA_P7S_UW++, S/EFA_P7S_KK+,
S/EFA_P7S_WG+, S/EFA_P7S_WK+,
S/EFA_P7S_UK+

Symbole efektów kierunkowych:

KA7_UK2+, KA7_KK2+, KA7_WG3+, KA7_UW1+,
KA7_UW3+, KA7_WK2+

EFEKTY UCZENIA SIĘ:

Wiedza:

W1 - Student zna i rozumie istotę czynników determinujących postępowanie konsumenta na rynku.

Umiejętności:

U1 - Student potrafi określić zmiany zachowań konsumentów zachodzące w wyniku globalizacji konsumpcji.

Kompetencje społeczne:

K1 - Student jest gotów do dostrzegania znaczenia wiedzy eksperckiej w rozwiązywaniu problemów z zakresu funkcjonowania konsumenta w gospodarce globalnej.

FORMY I METODY DYDAKTYCZNE:

Wykład(W1;U1;K1):Wykład informacyjny, opis, opowiadanie, objaśnienie, prezentacje.

FORMA I WARUNKI WERYFIKACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ:

Wykład (Kolokwium pisemne) - Kolokwium z zakresu teorii poruszanej na wykładzie, na które składają się pytania zamknięte i otwarte. - W1, U1
Wykład (Prezentacja) - Prezentacja zespołowa studentów dotycząca

Akty prawne określające efekty uczenia się:

642/2020

Dyscypliny: ekonomia i finanse, językoznawstwo

Status przedmiotu:

Obligatoryjny

Grupa przedmiotów:B -

przedmioty kierunkowe

Kod: ISCED 0232

Kierunek studiów:

Lingwistyka w biznesie

Zakres kształcenia:

Profil kształcenia:

Ogólnoakademicki

Forma studiów: Stacjonarne

Poziom studiów: Drugiego

stopnia

Rok/semestr: 1/1

Rodzaj zajęć: Wykład

Liczba godzin w

semestrze: Wykład: 30.00

Język wykładowy: polski

Przedmioty

wprowadzające: brak

Wymagania wstępne: brak

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: brak

zachowań konsumentów na wybranych rynkach. - W1, U1, K1

LITERATURA PODSTAWOWA:

1. Mróz B., *Konsument w globalnej gospodarce. Trzy perspektywy*, Wyd. SGH, R. 2013

LITERATURA UZUPEŁNIAJĄCA:

1. Zalega T., *Konsumpcja. Determinanty. Teorie. Modele*, Wyd. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, R. 2012



Szczegółowy opis przyznanej punktacji ECTS - część B

84S20-KWGG

ECTS: 2.50

CYKL: 2025Z

Konsument w gospodarce globalnej

Na przyznaną liczbę punktów ECTS składają się:

1. Godziny kontaktowe z nauczycielem akademickim:

| | |
|--------------------|-----------------------|
| - udział w: Wykład | 30.0 h |
| - konsultacje | 2.0 h |
| | OGÓŁEM: 32.0 h |

2. Samodzielna praca studenta:

| | |
|---|---------|
| Przygotowanie do dyskusji i zaliczenia na ocenę | 23.00 h |
| - powtarzanie materiału z wykładów | |
| Przygotowanie prezentacji | 20.00 h |

OGÓŁEM: 43.0 h

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

1 punkt ECTS = 25-30 h pracy przeciętnego studenta,
liczba punktów ECTS = $75.0 \text{ h} : 30.0 \text{ h/ECTS} = 2.50 \text{ ECTS}$

Średnio: **2.5 ECTS**

| | |
|---|-------------------|
| - w tym liczba punktów ECTS za godziny kontaktowe z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego | 1.07 punktów ECTS |
| - w tym liczba punktów ECTS za godziny realizowane w formie samodzielnej pracy studenta | 1.43 punktów ECTS |