

**WYDZIAŁ INFORMATYKI I ZARZĄDZANIA****KARTA PRZEDMIOTU**

**Nazwa w języku polskim:** Zachowania konsumenckie  
**Nazwa w języku angielskim:** Consumer behaviour  
**Kierunek studiów (jeśli dotyczy):** ZARZĄDZANIE  
**Specjalność (jeśli dotyczy):** ZARZĄDZANIE PRZEDSIĘBIORSTWEM  
**Stopień studiów i forma:** I stopień, niestacjonarna  
**Rodzaj przedmiotu:** specjalnościowy, wybieralny  
**Kod przedmiotu** PSZ1151  
**Grupa kursów** NIE

	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium
Liczba godzin zajęć zorganizowanych w Uczelni (ZZU)				<b>20</b>	
Liczba godzin całkowitego nakładu pracy studenta (CNPS)				<b>90</b>	
Forma zaliczenia				<b>zaliczenie na ocenę</b>	
Dla grupy kursów zaznaczyć kurs końcowy (X)					
Liczba punktów ECTS				<b>3</b>	
w tym liczba punktów odpowiadająca zajęciom o charakterze praktycznym (P)				<b>3</b>	
w tym liczba punktów ECTS odpowiadająca zajęciom wymagającym bezpośredniego kontaktu (BK)				<b>0,66</b>	

\*niepotrzebne skreślić

**WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI**

Podstawy marketingu I, Podstawy marketingu II

- C1. Planowanie i realizacja badań z zakresu zachowań konsumenckich.
- C2. Opracowanie teoretycznych podstaw badań empirycznych z zakresu zachowań konsumenckich
- C3. Opracowanie metodologicznej strony badań empirycznych z zakresu zachowań konsumenckich
- C4. Opracowanie, analiza i interpretacja rezultatów empirycznych
- C5. Formułowanie wniosków i konsekwencji teoretycznych i praktycznych badań

### PRZEDMIOTOWE EFEKTY KSZTAŁCENIA

#### Z zakresu wiedzy:

PEK\_W01 pozna specyfikę zachowań konsumenckich jako teoretycznych podstaw do projektowania badań

PEK\_W02 zna etapy procesu badawczego w naukach społecznych i specyfikę metod badawczych stosowanych w badaniach marketingowych

#### Z zakresu umiejętności:

PEK\_U01 samodzielnie opracowuje projekt badań z zakresu zachowań konsumenckich

PEK\_U02 przygotowuje teoretyczne opracowanie problemu badawczego w oparciu o analizę literatury przedmiotu

PEK\_U03 opracowuje metodologię badań i wykorzystuje narzędzia adekwatne do pomiaru zmiennych

PEK\_U04 organizuje i samodzielnie prowadzi badania marketingowe

PEK\_U05 dokonuje analizy i interpretacji zebranych danych empirycznych

PEK\_U06 formułuje wnioski i formy aplikacji wyników badań

#### Z zakresu kompetencji społecznych:

PEK\_K01 odczuwa potrzebę wykorzystywania empirycznych źródeł informacji i dostosowywania do nich rozwiązań w organizacji

PEK\_K02 ma świadomość zachowania zasad poprawności w procesie opracowywania narzędzi badawczych i pozyskiwania danych empirycznych

### TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – projekt		Liczba godzin
Pr1	Opracowanie koncepcji badań empirycznych z zakresu zachowań konsumenckich. Ustalenie problemu i pytań badawczych	2
Pr2	Analiza literatury z zakresu wybranego obszaru badań. Opracowanie i analiza planu części teoretycznej projektu	2
Pr3	Opracowanie metodologii badań - określenie zmiennych, dobór metod badawczych.	2
Pr4	Zasady konstruowania i wykorzystania narzędzi badawczych	2
Pr5	Organizacja i przeprowadzenie zaplanowanych badań	2
Pr6	Przygotowanie postępowania statystycznego oraz interpretacyjnego wyników badań	2
Pr7	Analiza i opracowanie wyników badań	2
Pr8	Interpretacja wyników badań oraz opracowanie konkluzji z badań	2
Pr9	Opracowanie raportu z badań	2
Pr10	Prezentacja wyników projektu badawczego	2
Suma godzin		<b>20</b>

### STOSOWANE NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

N1. Ćwiczenia praktyczne

N2. Prezentacje multimedialne

N3. Dyskusja problemowa (stymulująca pytania i odpowiedzi)

N4. Praca własna

### OCENA OSIĄGNIĘCIA PRZEDMIOTOWYCH EFEKTÓW KSZTAŁCENIA

Oceny (F – formująca (w trakcie semestru), P – podsumowująca (na koniec semestru))	Numer efektu kształcenia	Sposób oceny osiągnięcia efektu kształcenia
P	PEK_W01 – PEK_W02	Praca końcowa

	PEK_U01 – PEK_U06 PEK_K01 – PEK_K02	
P=1		

### **LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA**

#### **LITERATURA PODSTAWOWA:**

- [1] Kaczmarczyk, S. (2003). *Badania marketingowe: metody i techniki*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne
- [2] Gruszczyński, L.A. (1999) *Kwestionariusze w socjologii*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego
- [3] Francuz, P., Mackiewicz, R. (2006). *Liczy nie wiedzę, skąd pochodzi*. Lublin: Wydawnictwo KUL.
- [4] Morison, M. (1999). *Jak pisać prace pisemne i badawcze ....* Poznań: Zysk i S-ka.
- [5] Shaughnessy, J., Zechmeister, E. i Zechmeister, J. (2002). *Metody badawcze w psychologii*. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- [6] Wieczorkowska, G., Kochański, P, Eljaszuk, M. (2003). *Statystyka. Wprowadzenie do analizy danych sondażowych i eksperymentalnych*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.

#### **LITERATURA UZUPEŁNIAJĄCA:**

- [1] Churchill, G.A. (2002) *Badania marketingowe. Podstawy metodologiczne*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

#### **OPIEKUN PRZEDMIOTU (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)**

**dr Beata Bajcar, [beata.bajcar@pwr.wroc.pl](mailto:beata.bajcar@pwr.wroc.pl)**

**MACIERZ POWIĄZANIA EFEKTÓW KSZTAŁCENIA DLA PRZEDMIOTU**  
**Zachowania konsumenckie**  
**Z EFEKTAMI KSZTAŁCENIA NA KIERUNKU Zarządzanie**  
**I SPECJALNOŚCI ZARZĄDZANIE PRZEDSIĘBIORSTWEM**

Przedmiotowy efekt kształcenia	Odniesienie przedmiotowego efektu do efektów kształcenia zdefiniowanych dla kierunku studiów i specjalności (o ile dotyczy)**	Cele przedmiotu***	Treści programowe***	Numer narzędzia dydaktycznego***
<b>Wiedza</b>				
<b>PEK_W01</b>	K1_ZARZ_W10, K1_ZARZ_U15	C1, C2	Pr1, Pr2	N1, N2, N3
<b>PEK_W02</b>	K1_ZARZ_W10, K1_ZARZ_U14	C1,C3	Pr1, Pr4	N1, N2, N3
<b>Umiejętności</b>				
<b>PEK_U01</b>	K1_ZARZ_U02, K1_ZARZ_U07, K1_ZARZ_U14	C1	Pr1, Pr3, Pr4	N1, N2, N3, N4
<b>PEK_U02</b>	K1_ZARZ_U02, K1_ZARZ_U03, K1_ZARZ_U04, K1_ZARZ_U15, K1_ZARZ_U17	C2	Pr2	N1, N2, N3, N4
<b>PEK_U03</b>	K1_ZARZ_U02, K1_ZARZ_U05, K1_ZARZ_U14,	C3	Pr3, Pr4	N1, N2, N3, N4
<b>PEK_U04</b>	K1_ZARZ_U05, K1_ZARZ_U14	C1	Pr5	N1, N2, N3, N4
<b>PEK_U05</b>	K1_ZARZ_U02, K1_ZARZ_U03, K1_ZARZ_U05, K1_ZARZ_U07, K1_ZARZ_U14	C4	Pr6, Pr7, Pr8	N1, N2, N3, N4
<b>PEK_U06</b>	K1_ZARZ_U02, K1_ZARZ_U03, K1_ZARZ_U07, K1_ZARZ_U14, K1_ZARZ_U15, K1_ZARZ_U17	C5	Pr8, Pr9, Pr10	N1, N2, N3, N4
<b>Kompetencje</b>				
<b>PEK_K01</b>	K1_ZARZ_K01, K1_ZARZ_K04, K1_ZARZ_K05, K1_ZARZ_K06	C1, C5	Pr1, Pr2, Pr10	N1, N2, N3, N4
<b>PEK_K02</b>	K1_ZARZ_K01, K1_ZARZ_K04	C1, C4, C5	Pr1, Pr3, Pr4	N1, N2, N3, N4

\*\* - wpisać symbole kierunkowych/specjalnościowych efektów kształcenia

\*\*\* - z tabeli powyżej