

**WYDZIAŁ INFORMATYKI I ZARZĄDZANIA****KARTA PRZEDMIOTU****Nazwa w języku polskim: Badania zachowań konsumenckich****Nazwa w języku angielskim: Consumer behavior research****Kierunek studiów (jeśli dotyczy): Zarządzanie****Specjalność (jeśli dotyczy): Zarządzanie przedsiębiorstwem****Stopień studiów i forma: I stopień, stacjonarne****Rodzaj przedmiotu: wybieralny****Kod przedmiotu ZMZ1429****Grupa kursów NIE**

	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium
Liczba godzin zajęć zorganizowanych w Uczelni (ZZU)		30			
Liczba godzin całkowitego nakładu pracy studenta (CNPS)		90			
Forma zaliczenia		Zaliczenie na ocenę			
Dla grupy kursów zaznaczyć kurs końcowy (X)					
Liczba punktów ECTS		3			
w tym liczba punktów odpowiadająca zajęciom o charakterze praktycznym (P)		3			
w tym liczba punktów ECTS odpowiadająca zajęciom wymagającym bezpośredniego kontaktu (BK)		1,0			

\*niepotrzebne skreślić

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

1. Znajomość podstaw psychologii.
2. Znajomość podstaw marketingu.
3. Znajomość podstawowych metod badawczych w naukach społecznych.

**CELE PRZEDMIOTU**

- C1. Zdobyć przez studenta podstawowej wiedzy dotyczącej psychologicznych determinant zachowań konsumentów.**
- C2. Zapoznanie studentów z technikami badań zachowań rynkowych ludzi.**
- C3. Uzyskanie przez studenta umiejętności planowania i prowadzenia badań z zakresu zachowań konsumenckich**

**PRZEDMIOTOWE EFEKTY KSZTAŁCENIA**

Z zakresu wiedzy:

PEK\_W01 – Ma wiedzę dotyczącą psychologicznych mechanizmów i procesów determinujących zachowania konsumentów.

PEK\_W02 – Zna metody badania i analizy zachowań konsumentów.

Z zakresu umiejętności:

PEK\_U01 – Potrafi identyfikować, interpretować i oceniać zachowania konsumentów.

PEK\_U02 – Potrafi samodzielnie przeprowadzić proste badanie wybranych aspektów zachowań konsumentów.

Z zakresu kompetencji społecznych:

PEK\_K01 – Wykazuje gotowość do identyfikowania problemów w obszarze aktywności konsumentów na rynku.

PEK\_K02 – Potrafi samodzielnie poszukiwać dodatkowej wiedzy i rozwijać swoje umiejętności w obszarze zachowań konsumenckich

**TREŚCI PROGRAMOWE**

<b>Forma zajęć - wykład</b>		<b>Liczba godzin</b>
Wy1		
Wy2		
Wy3		
	Suma godzin	

<b>Forma zajęć - ćwiczenia</b>		<b>Liczba godzin</b>
Ćw 1	Definiowanie pojęć konsumpcji, zachowań konsumentów, praca nad przypadkami z tego obszaru.	2
Ćw 2	Analiza wyników i raportów zrealizowanych wcześniej badań rynkowych.	2
Ćw 3	Prezentacja i obrona własnych pomysłów badawczych.	2
Ćw 4	Metodologia badań, zasady tworzenia narzędzi i analiz.	2
Ćw 5	Praca nad własnym projektem badawczym i narzędziami diagnostyczno-analitycznymi (zajęcia indywidualne).	2
Ćw 6	Praca nad własnym projektem badawczym i narzędziami diagnostyczno-analitycznymi (zajęcia indywidualne).	2
Ćw 7	Zasady realizacji badań, postępowanie z badanymi, budżetowanie, planowanie czasu.	2
Ćw 8	Formułowanie szczegółowych hipotez i pytań badawczych, doprecyzowanie narzędzi badawczych (zajęcia indywidualne).	2
Ćw 9	Formułowanie szczegółowych hipotez i pytań badawczych, doprecyzowanie narzędzi badawczych (zajęcia indywidualne).	2
Ćw 10	Konsultacje dotyczące procesu realizacji badań (zajęcia indywidualne).	2
Ćw 11	Konsultacje dotyczące procesu realizacji badań (zajęcia indywidualne).	2
Ćw 12	Konsultacje dotyczące procesu realizacji badań (zajęcia indywidualne).	2
Ćw 13	Zasady tworzenia raportów z badań, prezentacji danych, postępowania analitycznego i tworzenia rekomendacji oraz <i>executive summary</i> .	2
Ćw 14	Prezentacja zrealizowanych projektów.	2
Ćw 15	Prezentacja zrealizowanych projektów.	2
Ćw 1	Definiowanie pojęć konsumpcji, zachowań konsumentów, praca nad przypadkami z tego obszaru.	2
	Suma godzin	<b>30</b>

<b>Forma zajęć - laboratorium</b>		<b>Liczba godzin</b>
La1		
La2		

La3		
	Suma godzin	

Forma zajęć - projekt		Liczba godzin
Pr1		
Pr2		
Pr3		
	Suma godzin	

Forma zajęć - seminarium		Liczba godzin
Se1		
Se2		
Se3		
	Suma godzin	

STOSOWANE NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE	
N1. Dyskusja	
N2. Analiza przypadku	
N3. Ćwiczenia grupowe	

#### OCENA OSIĄGNIĘCIA PRZEDMIOTOWYCH EFEKTÓW KSZTAŁCENIA

Oceny (F – formująca (w trakcie semestru), P – podsumowująca (na koniec semestru))	Numer efektu kształcenia	Sposób oceny osiągnięcia efektu kształcenia
F1	PEK_W01, PEK_W02	Ustna informacja zwrotna
F2	PEK_U01	Ustna informacja zwrotna
P Zaliczenie na ocenę na podstawie ocen raportu, prezentacji, aktywności, realizacji kolejnych zadań, frekwencji.		

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA
<b><u>LITERATURA PODSTAWOWA:</u></b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Stasiuk Katarzyna, Maison Dominika (2014) <i>Psychologia Konsumenta</i>. Warszawa, PWN</li> <li>2. Antonides, G., van Raaij, F. (2003) <i>Zachowanie konsumenta. Podręcznik akademicki</i>, Warszawa: PWN.</li> <li>3. Solomon, M.R. (2006). <i>Zachowania i zwyczaje konsumentów</i>. Warszawa: Onepress.</li> <li>4. Tyszka, T., Falkowski, A. (2001). <i>Zachowania konsumentów</i>. Gdańsk: GWP.</li> </ol> <b><u>LITERATURA UZUPEŁNIAJĄCA:</u></b> <ol style="list-style-type: none"> <li>5. Maison Dominika, Noga-Bogomilski, Artur (2004), <i>Badania marketingowe</i>. Sopot, GWP</li> <li>Churchill, Gilbert, A., (2002) <i>Badania marketingowe. Podstawy metodologiczne</i>, Warszawa, Wydawnictwo Szkolne PWN</li> </ol>
<b>OPIEKUN PRZEDMIOTU (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)</b>
Anna Borkowska, <a href="mailto:anna.borkowska@pwr.edu.pl">anna.borkowska@pwr.edu.pl</a>

**MACIERZ POWIĄZANIA EFEKTÓW KSZTAŁCENIA DLA PRZEDMIOTU**  
**Badania zachowań konsumenckich**  
**Z EFEKTAMI KSZTAŁCENIA NA KIERUNKU Zarządzanie**  
**I SPECJALNOŚCI Zarządzanie przedsiębiorstwem**

<b>Przedmiotowy efekt kształcenia</b>	<b>Odniesienie przedmiotowego efektu do efektów kształcenia zdefiniowanych dla kierunku studiów i specjalności (o ile dotyczy)**</b>	<b>Cele przedmiotu***</b>	<b>Treści programowe***</b>	<b>Numer narzędzia dydaktycznego***</b>
<b>PEK_W01</b>	K1_ZARZ_W10	C1, C2	Ćw1-Ćw4	N1,N2,N3
<b>PEK_W02</b>	K1_ZARZ_W25	C3	Ćw5-Ćw7, Ćw11-Ćw13	N2,N3
<b>PEK_U01</b>	K1_ZARZ_U5	C1, C2	Ćw2, Ćw13- Ćw15	N1,N2,N3
<b>PEK_U02</b>	K1_ZARZ_U14	C3	Ćw8-Ćw12	N1,N2,N3
<b>PEK_K01</b>	K1_ZARZ_K04	C1	Ćw1-Ćw4	N1,N2,N3
<b>PEK_K02</b>	K1_ZARZ_K01	C3	Ćw5-Ćw13	N1,N2,N3

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

\*\*\* - z tabeli powyżej