



Karta przedmiotu
Zachowania nabywców na rynku

1. Informacje podstawowe

Kierunek studiów zarządzanie	Cykl kształcenia (nabór) 2023/24	
Specjalność zarządzanie w handlu i usługach	Kod przedmiotu 08ZAZHUS.PL8D.0905.23	
Jednostka zarządzająca kierunkiem studiów Wydział Zarządzania	Języki wykładowe polski	
Poziom studiów pierwszego stopnia (lic.)	Obligatoryjność Obligatoryjny specjalnościowy	
Profil studiów Profil ogólnoakademicki	Blok zajęciowy Przedmioty specjalnościowe	
Forma studiów studia stacjonarne		
Wymagania wstępne	brak	
Przedmioty wprowadzające	brak	
Koordinator	Hanna Waligórska	
Okres Semestr 4	Forma i godziny zajęć • Wykład: 15, Zaliczenie na ocenę • Ćwiczenia audytoryjne: 15, Zaliczenie na ocenę	Liczba punktów ECTS 2

2. Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Opis efektów uczenia się	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się	Odniesienie do charakterystyk PRK
-----	--------------------------	---	-----------------------------------

Kod	Opis efektów uczenia się	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się	Odniesienie do charakterystyk PRK
Wiedza:			
W1	Student posiada zaawansowaną wiedzę o roli nabywcy na rynku, zna kategorie zachowań konsumentów i przebieg procesu podejmowania decyzji zakupu.	ZA_O1_K_W07	P6S_WG
W2	Student ma zaawansowaną wiedzę na temat podstawowych reguł i czynników kształtujących zachowania nabywców dóbr konsumpcyjnych na rynku.	ZA_O1_K_W07	P6S_WG
Umiejętności:			
U1	Student potrafi w sposób zaawansowany analizować rynkowe zachowania nabywców.	ZA_O1_K_U06	P6S_UW
U2	Student posiada zaawansowaną umiejętność przeprowadzenia eksperymentu rynkowego dotyczącego zachowań nabywców.	ZA_O1_K_U12	P6S_UW
Kompetencje społeczne:			
K1	Student rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie i jest przygotowane także do uczestnictwa w projektach społecznych.	ZA_O1_K_K01	P6S_KO

3. Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Formy zajęć	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Podstawowe pojęcia: klient, zachowania klienta, potrzeba, podejmowanie decyzji, marka, produkt, marketing, neuromarketing.	Wykład	W1
2.	Podejmowanie decyzji - Racjonalność vs nieracjonalność.	Wykład, Ćwiczenia audytoryjne	W2, U1
3.	Typy zachowań klientów. Czynniki wpływające na zachowania nabywców.	Wykład, Ćwiczenia audytoryjne	U1
4.	Mózg na zakupach – rola 5 zmysłów. Neurony lustrzane w decyzjach zakupowych. Emocje a zachowania konsumentów.	Wykład, Ćwiczenia audytoryjne	W2, U1
5.	Współczesne trendy konsumenckie. Metody badań stosowane w marketingu oraz neuromarketingu. Projektowanie badań.	Wykład, Ćwiczenia audytoryjne	U2, K1

4. Metody prowadzenia zajęć, weryfikacji efektów uczenia się i warunki zaliczenia

Forma zajęć	
-------------	--

Wykład	Metody prowadzenia zajęć:	
	Wykład, Dyskusja	
	Metody (sposoby) weryfikacji:	Udział:
	Test	90%
	Aktywność	10%
	Warunki zaliczenia przedmiotu:	
Uzyskanie min. 51% punktów.		
Ćwiczenia audytoryjne	Metody prowadzenia zajęć:	
	Dyskusja, Ćwiczenia laboratoryjne, Praca w grupie	
	Metody (sposoby) weryfikacji:	Udział:
	Test	80%
	Aktywność	20%
	Warunki zaliczenia przedmiotu:	
Uzyskanie min. 51% punktów.		

Efekt uczenia się dla przedmiotu	Metody (sposoby) weryfikacji	
	Test	Aktywność
W1	x	x
W2	x	x
U1	x	x
U2		x
K1		x

5. Literatura

Literatura podstawowa

- Katarzyna Stasiuk; Dominika Maison. Wydawnictwo Naukowe PWN, 2014. Language: Polish, Baza danych: Ibuk.pl
- Rasmus, Wiktor. Psychologia konsumenta. Polish Journal of Economic Psychology / Psychologia Ekonomiczna. 2014, Issue 6, p81-83. 3p. Language: Polish. Baza danych: Business Source Ultimate
- Włodarczyk, Katarzyna. Applications of Psychology in the Analysis of Consumer Behaviour – Selected Issues. Research Papers of the Wrocław University of Economics / Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu. 2023, Vol.67 Issue 3, p142-152. 11p. DOI: 10.15611/pn.2023.3.13. Language: English Baza danych: Academic Research Source eJournals

Literatura uzupełniająca

- Mateusz Kaleta. Decyzje konsumentów a założenia ekonomii behawioralnej. In: Catallaxy, Vol 4, Iss 1, Pp 5-12 (2019); Institute of Economic Research, 2019. Language: Polish, Baza danych: Directory of Open Access Journals
- Kozłowska, Anna. ADVERTISING IN THE PROCESS OF BUILDING CONSUMER LOYALTY: A MODEL APPROACH. / Ekonomia XXI Wieku. 2014, Vol. 1 Issue 1, p168-184. 17p. Language: Polish. DOI: 10.15611/e21.2014.1.10. Baza danych: Academic Research Source eJournals

6. Nakład pracy studenta - bilans godzin i punktów ECTS

Aktywność studenta		Obciążenie studenta Liczba godzin
Zajęcia prowadzone z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego lub innych osób prowadzących zajęcia	Wykład	15
	Ćwiczenia audytoryjne	15
Praca własna studenta	Konsultacje	5
	Przygotowanie do zajęć	5
	Studiowanie literatury	5
	Przygotowanie do zaliczenia	15
Łączny nakład pracy studenta		60
Liczba punktów ECTS		2

* Godzina (dydaktyczna) oznacza 45 minut