



Karta przedmiotu  
Zachowania nabywców na rynku

### 1. Informacje podstawowe

<b>Kierunek studiów</b> zarządzanie	<b>Cykl kształcenia (nabór)</b> 2023/24	
<b>Specjalność</b> marketing w organizacji	<b>Kod przedmiotu</b> 08ZAMORS.PL8D.0905.23	
<b>Jednostka zarządzająca kierunkiem studiów</b> Wydział Zarządzania	<b>Języki wykładowe</b> polski	
<b>Poziom studiów</b> pierwszego stopnia (lic.)	<b>Obligatoryjność</b> Obligatoryjny specjalnościowy	
<b>Profil studiów</b> Profil ogólnoakademicki	<b>Blok zajęciowy</b> Przedmioty specjalnościowe	
<b>Forma studiów</b> studia stacjonarne		
<b>Wymagania wstępne</b>	brak	
<b>Przedmioty wprowadzające</b>	brak	
<b>Koordinator</b>	Hanna Waligórska	
<b>Okres</b> Semestr 4	<b>Forma i godziny zajęć</b> • Wykład: 15, Zaliczenie na ocenę • Ćwiczenia audytoryjne: 15, Zaliczenie na ocenę	<b>Liczba punktów ECTS</b> 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
<b>Wiedza:</b>			
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
<b>Umiejętności:</b>			
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
<b>Kompetencje społeczne:</b>			
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	<b>Metody prowadzenia zajęć:</b>	
	Wykład, Dyskusja	
	<b>Metody (sposoby) weryfikacji:</b>	<b>Udział:</b>
	Test	90%
	Aktywność	10%
	<b>Warunki zaliczenia przedmiotu:</b>	
Uzyskanie min. 51% punktów.		
Ćwiczenia audytoryjne	<b>Metody prowadzenia zajęć:</b>	
	Dyskusja, Ćwiczenia laboratoryjne, Praca w grupie	
	<b>Metody (sposoby) weryfikacji:</b>	<b>Udział:</b>
	Test	80%
	Aktywność	20%
	<b>Warunki zaliczenia przedmiotu:</b>	
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
- Razmus, 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	10
	Przygotowanie do zaliczenia	10
<b>Łączny nakład pracy studenta</b>		60
<b>Liczba punktów ECTS</b>		2

\* Godzina (dydaktyczna) oznacza 45 minut