

# PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W NOWYM SĄCZU

## KARTA PRZEDMIOTU

obowiązuje studentów rozpoczynających studia w roku akademickim 2015/2016

Instytut Ekonomiczny

Kierunek studiów: Ekonomia

Profil: Ogólnoakademicki

Forma studiów: Niestacjonarne

Kod kierunku: E

Stopień studiów: I

Specjalności: Ekonomia turystyki i rekreacji

### 1 PRZEDMIOT

NAZWA PRZEDMIOTU	Teoria zachowania konsumenta
KOD PRZEDMIOTU	IE E AIN C7 15/16
KATEGORIA PRZEDMIOTU	Przedmioty specjalnościowe
LICZBA PUNKTÓW ECTS	2
SEMESTRY	4

### 2 RODZAJ ZAJĘĆ, LICZBA GODZIN W PLANIE STUDIÓW

SEMESTR	WYKŁAD	CWICZENIA	LABORATORIUM	PROJEKT	SEMINARIUM
4	15				

### 3 CELE PRZEDMIOTU

**Cel 1** przekazanie wiedzy na temat nabywców i ich potrzeb

**Cel 2** przekazanie wiedzy o uwarunkowaniach zachowań konsumentów

**Cel 3** nabycie wiedzy i umiejętności sterowania procesem decyzyjnym konsumenta

**Cel 4** nabycie wiedzy o formułowaniu strategii marketingowej przedsiębiorstwa



## 4 WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

a podstawy mikroekonomii

b podstawy marketingu

## 5 EFEKTY KSZTAŁCENIA

**EK1** Wiedza: Definiuje zachowanie konsumenta oraz potrzeby konsumenta

**EK2** Wiedza: Zna podstawowe czynniki kształtujące zachowanie konsumenta na rynku i ich wpływ na proces podejmowania decyzji zakupu produktów turystycznych

**EK3** Wiedza: Zna zasady formułowania strategii marketingowej w przedsiębiorstwie w oparciu o znajomość zachowań konsumentów

## 6 TREŚCI PROGRAMOWE

### WYKŁAD

LP	TEMATYKA ZAJĘĆ OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH	LICZBA GODZIN
W1	Pojęcie, istota i rodzaje zachowań konsumentów	2
W2	Potrzeby konsumenta	2
W3	Uwarunkowania psychologiczne zachowań konsumentów	2
W4	Uwarunkowania personalno- demograficzne zachowań konsumentów	1
W5	Uwarunkowania ekonomiczne zachowań konsumentów	2
W6	Uwarunkowania społeczno-kulturowe zachowań konsumentów	1
W7	Proces podejmowania decyzji zakupu	2
W8	Zachowanie konsumenta po dokonaniu zakupu	1
W9	Znajomość zachowań konsumenta jako podstawa formułowania strategii marketingowej	2
	RAZEM	15

## 7 METODY DYDAKTYCZNE

M1 Wykłady



## 8 OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

FORMA AKTYWNOŚCI	ŚREDNIA LICZBA GODZIN NA ZREALIZOWANIE AKTYWNOŚCI
<b>Godziny kontaktowe z nauczycielem akademickim, w tym:</b>	
Godziny wynikające z planu studiów	15
Konsultacje przedmiotowe	0
Egzaminy i zaliczenia w sesji	0
<b>Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego wynikające z nakładu pracy studenta, w tym:</b>	
Przygotowanie się do zajęć, w tym studiowanie zalecanej literatury	28
Opracowanie wyników	7
Przygotowanie raportu, projektu, prezentacji, dyskusji	0
<b>SUMARYCZNA LICZBA GODZIN DLA PRZEDMIOTU WYNIKAJĄCA Z CAŁEGO NAKŁADU PRACY STUDENTA</b>	<b>50</b>
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	2

## 9 SPOSOBY OCENY

### OCENA FORMUJĄCA

F1 Egzamin

### OCENA AKTYWNOŚCI BEZ UDZIAŁU NAUCZYCIELA AKADEMICKIEGO

1 Test

2 Test

### KRYTERIA OCENY

EFEKT KSZTAŁCENIA 1		MIEJSCE WERYFIKACJI	OPIS WERYFIKACJI EK 1
NA OCENĘ 3	Student udziela bezbłędnych odpowiedzi na 60% pytań	wykład	90% ocena z egzaminu + 10% ocena z aktywności na zajęciach
NA OCENĘ 4	Student udziela bezbłędnych odpowiedzi na 80% pytań		
NA OCENĘ 5	Student udziela bezbłędnych odpowiedzi na wszystkie pytania		
EFEKT KSZTAŁCENIA 2		MIEJSCE WERYFIKACJI	OPIS WERYFIKACJI EK 2
NA OCENĘ 3	Student udziela bezbłędnych odpowiedzi na 60% pytań	wykład	90% ocena z egzaminu + 10% ocena z aktywności na zajęciach
NA OCENĘ 4	Student udziela bezbłędnych odpowiedzi na 80% pytań		
NA OCENĘ 5	Student udziela bezbłędnych odpowiedzi na wszystkie pytania		



EFEKT KSZTAŁCENIA 3		MIEJSCE WERYFIKACJI	OPIS WERYFIKACJI EK 3
NA OCENĘ 3	Student udziela bezbłędnych odpowiedzi na 60% pytań	wykład	90% ocena z egzaminu + 10% ocena z aktywności na zajęciach
NA OCENĘ 4	Student udziela bezbłędnych odpowiedzi na 80% pytań		
NA OCENĘ 5	Student udziela bezbłędnych odpowiedzi na wszystkie pytania		

**OCENA DO INDEKSU (OCENA PODSUMOWUJĄCA)**

średnia ocen z wszystkich efektów

**WARUNKI ZALICZENIA PRZEDMIOTU**

a pozytywnie zaliczony egzamin

**10 MACIERZ REALIZACJI PRZEDMIOTU**

EFEKTY KSZTAŁCENIA DLA PRZEDMIOTU	ODNIESIENIE DO EFEKTÓW KIERUNKOWYCH	CELE PRZEDMIOTU	TREŚCI PROGRAMOWE	METODY DYDAKTYCZNE
EK1	E_W04, E_U06, E_W14	Cel1	W1, W2	M1
EK2	E_W04, E_W06, E_W14	Cel2, Cel3	W3, W4, W5, W6, W7, W8	M1
EK3	E_U07, E_W04, E_W06	Cel1, Cel2, Cel4	W9	M1

**11 WYKAZ LITERATURY****LITERATURA PODSTAWOWA:**

[1] Rudnicki L. — *Zachowanie konsumenta na rynku turystycznym*, Kraków, 2010, Proksenia

**LITERATURA UZUPEŁNIAJĄCA:**

[1] Niemczyk A. — *Zachowania konsumentów na rynku turystycznym*, Kraków, 2010, Wyd. Uniwersytetu Ekonomicznego

[2] Mazurek-Łopacińska K. — *Orientacja na klienta w przedsiębiorstwie*, Warszawa, 2002, PWE

[3] Kaczmarczyk S. — *Zastosowania badań marketingowych*, Warszawa, 2007, PWE



## 12 INFORMACJE O NAUCZYCIELACH AKADEMICKICH

### OSOBA ODPOWIEDZIALNA ZA KARTĘ

prof. dr hab. Leszek Rudnicki (kontakt: lrudnicki@arachne.pl)

### OSOBY PROWADZĄCE PRZEDMIOT

prof. dr hab. Leszek Rudnicki (kontakt: lrudnicki@arachne.pl)

## 13 ZATWIERDZENIE KARTY PRZEDMIOTU DO REALIZACJI

(miejscowość, data)	(odpowiedzialny za przedmiot)	(kierownik zakładu)	(dyrektor instytutu)
---------------------	-------------------------------	---------------------	----------------------

PWSZ w Nowym Sączu

PRZYJMUJĘ DO REALIZACJI (data i podpisy osób prowadzących przedmiot)

.....