**Nazwa przedmiotu:**

Analiza rynku i konsumenta

**Koordynator przedmiotu:**

dr Marlena Piekut

**Status przedmiotu:**

Obowiązkowy

**Poziom kształcenia:**

Studia I stopnia

**Program:**

Ekonomia

**Grupa przedmiotów:**

Obowiązkowe

**Kod przedmiotu:**

EMPS8

**Semestr nominalny:**

4 / rok ak. 2017/2018

**Liczba punktów ECTS:**

2

**Liczba godzin pracy studenta związanych z osiągnięciem efektów uczenia się:**

Udział w wykładach 15h
Udział w ćwiczeniach 15h
Praca własna: przegląd literatury-4h, przygotowanie do ćwiczeń-4h, , przygotowanie do zaliczenia -6 h, przygotowanie do egzaminu-6h. 20h
Sumaryczne obciążenie pracą studenta 50h

**Liczba punktów ECTS na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich:**

1,84

**Język prowadzenia zajęć:**

polski

**Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach zajęć o charakterze praktycznym:**

1,4

**Formy zajęć i ich wymiar w semestrze:**

|  |  |
| --- | --- |
| Wykład: | 225h |
| Ćwiczenia: | 225h |
| Laboratorium: | 0h |
| Projekt: | 0h |
| Lekcje komputerowe: | 0h |

**Wymagania wstępne:**

Mikroekonomia, makroekonomia

**Limit liczby studentów:**

Wykł. min. 15

**Cel przedmiotu:**

Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z podstawowymi zagadnieniami z zakresu wybranych elementów teorii konsumpcji i rynku, metodyk badań rynkowych oraz faktycznych zmian zachodzących w konsumpcji wybranych dóbr i usług w Polsce i innych krajach.

**Treści kształcenia:**

Wykłady (tematy)
1. Rynek, konsument i konsumpcja – pojęcia, klasyfikacje.
2. Znaczenie konsumpcji w procesach gospodarowania. Źródła informacji o konsumencie i rynku.
3. Gospodarstwo domowe i przedsiębiorstwo jako podmioty sfery konsumpcji.
4. Funkcje i prawidłowości konsumpcji.
5. Wewnętrzne uwarunkowania zachowań konsumenckich.
6. Zewnętrzne uwarunkowania zachowań konsumenckich.
7. Typologie konsumentów.
8. Style konsumpcji różnych grup społeczno-ekonomicznych i demograficznych.
9. Charakterystyka procesu decyzyjnego konsumenta.
10. Zróżnicowanie poziomu, jakości i standardu życia ludności w Polsce i innych krajach UE.
11. Problemy i metody pomiaru konsumpcji.
12. Metody badań zachowań konsumentów na rynku.
13. Trendy w zachowaniach rynkowych konsumentów – cz. 1. Globalizacja konsumpcji, konsumpcjonizm, ekologizacja konsumpcji, etnocentryzm konsumencki.
14. Trendy w zachowaniach rynkowych konsumentów – cz. 2. Wirtualizacja konsumpcji, domocentralizacja konsumpcji, rytualizacja konsumpcji, serwicyzacja konsumpcji.
15. Ochrona konsumentów.
Ćwiczenia (tematy)
1. Potrzeby i preferencje konsumenta.
2. Budżety gospodarstw domowych – źródło danych o konsumencie, gospodarstwie domowym i konsumpcji.
3. Przychody i wydatki w gospodarstwach domowych. Analiza składników wpływających na dochody gospodarstwa domowego i struktura wydatków w gospodarstwie domowym.
4. Dochody rozporządzalne ludności w różnych typach gospodarstw domowych.
5. Wielkość i struktura wydatków w różnych typach gospodarstw domowych.
6. Potrzeby żywnościowe w finansach osobistych w Polsce i innych krajach UE.
7. Konsument na rynku dóbr trwałych – wyposażenie gospodarstw domowych w dobra trwałe.
8. Serwicyzacja konsumpcji w Polsce i innych krajach UE.
9. Potrzeby rekreacyjno-kulturalne w finansach gospodarstw domowych.
10. Wydatki na edukację w gospodarstwach domowych.
11. Zróżnicowanie wydatków na usługi gastronomiczno-hotelarskie w gospodarstwach domowych.
12. Oszczędzanie oraz inwestowanie w gospodarstwach domowych.
13. Tendencje rozwoju konsumpcji.

**Metody oceny:**

Warunkiem zaleczenia przedmiotu jest:
1. uzyskanie z dwóch kolokwiów 51%, wykonanie projektu indywidualnego oraz wypowiedź ustna podczas zajęć. Ocena formująca: zaliczenie pisemne (60%), wykonanie projektu (30%), wypowiedź ustna (10%).
2. uzyskanie z egzaminu 51%.

**Egzamin:**

tak

**Literatura:**

Literatura podstawowa:
1. Bywalec Cz. 2010. Konsumpcja a rozwój gospodarczy i społeczny. Wydawnictwo C.H. Beck.
2. Zalega T. 2012. Konsumpcja. Determinanty. Teorie. Modele. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
3. Żelazna K., Kowalczuk I., Mikuta B. 2002. Ekonomika konsumpcji. Wydawnictwo SGGW.
Literatura uzupełniająca:
1. Smyczek S., Sowa I. 2005. Konsument na rynku. Zachowania, modele, aplikacje. Difin, Warszawa
2. Goryszewski Ł. 2014. Style konsumpcji polskiej klasy wyższej. NOMOS, Kraków.
3. Piekut M. 2015. Konsument i konsumpcja w Unii Europejskiej. Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych & Oficyna Politechniki Warszawskiej, Płock.
4. Milic-Czerniak R. (red.) 2016. Finanse osobiste. Kompetencje, narzędzia, instytucje, produkty, decyzje. Difin, Warszawa.
5. Czasopismo: Konsumpcja i Rozwój

**Witryna www przedmiotu:**

https://www.pw.plock.pl/Kolegium-NEiS

**Uwagi:**

brak

## Efekty przedmiotowe

### Profil praktyczny - wiedza

**Efekt K\_WO1:**

Ma podstawową wiedzę z obszaru ekonomiki konsumpcji.

Weryfikacja:

Dwa kolokwia, egzamin, analiza przypadków, praca w grupach.

**Powiązane efekty kierunkowe:** K\_WO1

**Powiązane efekty obszarowe:** S1P\_W01

**Efekt K\_WO3:**

Zna prawidłowości sfery konsumpcji oraz zjawiska i przyczyny zakłócające harmonijny przebieg tych prawidłowości.

Weryfikacja:

Dwa kolokwia, egzamin, analiza przypadków, praca w grupach.

**Powiązane efekty kierunkowe:** K\_WO3

**Powiązane efekty obszarowe:** S1P\_W03, S1P\_W05

**Efekt K\_WO5:**

Ma podstawową wiedzę o roli i miejscu konsumenta na rynku.

Weryfikacja:

Dwa kolokwia, egzamin, analiza przypadków, praca w grupach.

**Powiązane efekty kierunkowe:** K\_WO5

**Powiązane efekty obszarowe:** S1P\_W05

**Efekt K\_W12:**

Posiada wiedzę o podmiotowej strukturze rynku i zachowaniach na nim konsumentów.

Weryfikacja:

Dwa kolokwia, egzamin, analiza przypadków, praca w grupach.

**Powiązane efekty kierunkowe:** K\_W12

**Powiązane efekty obszarowe:** S1P\_W05, S1P\_W06

### Profil praktyczny - umiejętności

**Efekt K\_U03:**

Potrafi dokonać analizy procesu decyzyjnego konsumenta.

Weryfikacja:

Analiza przypadków, praca w grupach.
Opracowanie projektów indywidualnych.
Egzamin

**Powiązane efekty kierunkowe:** K\_U03

**Powiązane efekty obszarowe:** S1P\_U03, S1P\_U07

**Efekt K\_UO9:**

Wykorzystując różne źródła o rynku potrafi przygotować pracę pisemną dotyczącą funkcjonowania dowolnego rynku w obszarze dóbr i usług konsumpcyjnych.

Weryfikacja:

Analiza przypadków, praca w grupach.
Opracowanie projektów indywidualnych.
Egzamin

**Powiązane efekty kierunkowe:** K\_U09

**Powiązane efekty obszarowe:** S1P\_U09

**Efekt K\_U10:**

Potrafi wypowiadać się na tematy związane z zachowaniem konsumentów na rynku, wykorzystując dorobek ekonomiki konsumpcji

Weryfikacja:

Analiza przypadków, praca w grupach.
Opracowanie projektów indywidualnych.
Egzamin

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

**Efekt K\_U12:**

Potrafi dokonać analizy zachowań konsumentów na rynku oraz ich wpływu na decyzje menedżerskie.

Weryfikacja:

Analiza przypadków, praca w grupach.
Opracowanie projektów indywidualnych.
Egzamin

**Powiązane efekty kierunkowe:** K\_U12

**Powiązane efekty obszarowe:** S1P\_U08

### Profil praktyczny - kompetencje społeczne

**Efekt K\_KO6:**

Potrafi dążyć do systematycznego rozwoju przez poszerzanie wiedzy o rynku i konsumencie.

Weryfikacja:

Wypowiedzi ustne, projekty indywidualne.

**Powiązane efekty kierunkowe:** K\_KO6

**Powiązane efekty obszarowe:** S1P\_K01, S1P\_K06