**Nazwa przedmiotu:**

Analiza rynku i konsumenta

**Koordynator przedmiotu:**

dr hab. inż. Marlena Piekut, prof. PW

**Status przedmiotu:**

Obowiązkowy

**Poziom kształcenia:**

Studia I stopnia

**Program:**

Ekonomia

**Grupa przedmiotów:**

Obowiązkowe

**Kod przedmiotu:**

EMPS8

**Semestr nominalny:**

4 / rok ak. 2021/2022

**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:**

Liczba punktów ECTS według planu studiów ( wykłady + ćwiczenia) 1,2 Inne formy kontaktu bezpośredniego ( egzaminy – 4 h, konsultacje – 8 h oraz zaliczenia i egzaminy w dodatkowych terminach – 4 h) 0,64 Łącznie 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:  | 15h |
| Ćwiczenia:  | 15h |
| 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:**

 Uzyskanie z kolokwiów z ćwiczeń i wykładu po 50%, wykonanie projektu oraz wypowiedź ustna podczas zajęć.

1. Ocena formująca z ćwiczeń: kolokwium z ćwiczeń (70%), wykonanie projektu (20%), wypowiedź ustna (10%).

2. Uzyskanie z kolokwium z wykładu 50%. Ocena z kolokwium poprawkowego jest zaniżona o jedną ocenę w dół.

**Egzamin:**

nie

**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. Dieppe, A. (Ed.). 2021. Global productivity: Trends, drivers, and policies. World Bank Publications.

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. Smyczek S., Sowa I. 2005. Konsument na rynku. Zachowania, modele, aplikacje. Difin, Warszawa

5. Shove, E., Trentmann, F., & Wilk, R. (Eds.). 2020. Time, consumption and everyday life: practice, materiality and culture. Routledge.

**Witryna www przedmiotu:**

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

**Uwagi:**

brak

## Charakterystyki przedmiotowe

### Profil praktyczny - wiedza

**Charakterystyka K\_W12:**

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

Weryfikacja:

Kolokwium z ćwiczeń i wykładu, praca w grupach, projekt.

**Powiązane charakterystyki kierunkowe:** K\_W12

**Powiązane charakterystyki obszarowe:**

**Charakterystyka K\_WO1:**

Ma podstawową wiedzę z obszaru ekonomiki konsumpcji.

Weryfikacja:

Kolokwium z ćwiczeń i wykładu, praca w grupach, projekt.

**Powiązane charakterystyki kierunkowe:** K\_WO1

**Powiązane charakterystyki obszarowe:**

**Charakterystyka K\_WO3:**

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

Weryfikacja:

Kolokwium z ćwiczeń i wykładu, praca w grupach, projekt.

**Powiązane charakterystyki kierunkowe:** K\_WO3

**Powiązane charakterystyki obszarowe:**

**Charakterystyka K\_WO5:**

Ma podstawową wiedzę o roli i miejscu konsumenta na rynku.

Weryfikacja:

Kolokwium z ćwiczeń i wykładu, projekt.

**Powiązane charakterystyki kierunkowe:** K\_WO5

**Powiązane charakterystyki obszarowe:**

### Profil praktyczny - umiejętności

**Charakterystyka K\_U03:**

Potrafi dokonać analizy procesu decyzyjnego konsumenta.

Weryfikacja:

Kolokwium z wykładu

**Powiązane charakterystyki kierunkowe:** K\_U03

**Powiązane charakterystyki obszarowe:**

**Charakterystyka K\_U10:**

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

Weryfikacja:

Praca w grupach, projekt.

**Powiązane charakterystyki kierunkowe:**

**Powiązane charakterystyki obszarowe:**

**Charakterystyka K\_U12:**

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

Weryfikacja:

Praca w grupach, projekt.

**Powiązane charakterystyki kierunkowe:** K\_U12

**Powiązane charakterystyki obszarowe:**

**Charakterystyka K\_UO9:**

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

Weryfikacja:

Projekt.

**Powiązane charakterystyki kierunkowe:** K\_U09

**Powiązane charakterystyki obszarowe:**

### Profil praktyczny - kompetencje społeczne

**Charakterystyka K\_KO6:**

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

Weryfikacja:

Wypowiedzi ustne, projekty.

**Powiązane charakterystyki kierunkowe:** K\_KO6

**Powiązane charakterystyki obszarowe:**