

(pieczęć uczelni)

KARTA PRZEDMIOTU

1. Informacje ogólne

Nazwa przedmiotu i kod (wg planu studiów):	Zachowania konsumentów na rynku żywnościowym PIBŻ.C14
Nazwa przedmiotu (j. ang.):	Consumers' behavior in the food market
Kierunek studiów:	Produkcja i bezpieczeństwo żywności
Specjalność/specjalizacja:	-
Poziom kształcenia:	studia pierwszego stopnia
Profil kształcenia:	praktyczny (P)
Forma studiów:	stacjonarne
Koordynator przedmiotu:	Mgr inż. Elżbieta Brągiel

2. Ogólna charakterystyka przedmiotu

Przynależność do modułu:	kształcenia kierunkowego
Status przedmiotu:	obowiązkowy
Język wykładowy:	polski
Rok studiów, semestr: *)	III, 5
Forma i wymiar zajęć według planu studiów:	stacjonarne - ćw. praktyczne 15h
W przypadku studiów międzyobszarowych stosunek procentowy tych obszarów w ocenie koordynatora	% ECTS - obszar nauk rolniczych, leśnych i weterynaryjnych % ECTS - obszar nauk społecznych
Interesariusze i instytucje partnerskie (nieobowiązkowe)	
Wymagania wstępne / Przedmioty wprowadzające:	Technologie informacyjne , Matematyczna, Ekonomia

3. Bilans punktów ECTS

		Stacjonarne	Niestacjonarne
Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)	1		
A. Liczba godzin wymagających bezpośredniego udziału nauczyciela z podziałem na typy zajęć oraz całkowita liczba punktów ECTS osiąganych na tych zajęciach:	Ćwiczenia praktyczne Konsultacje w sumie: ECTS	15 3 18 0,6	
B. Poszczególne typy zadań do samokształcenia studenta (niewymagających bezpośredniego udziału nauczyciela) wraz z planowaną średnią liczbą godzin na każde i sumaryczną liczbą ECTS:	Przygotowanie do ćwiczeń praktycznych Przygotowanie do kolokwium w sumie: ECTS	6 6 12 0,4	
C. Liczba godzin praktycznych / laboratoryjnych w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:	Ćwiczenia praktyczne Przygotowanie do ćwiczeń praktycznych w sumie: ECTS	15 6 21 0,7	
D. W przypadku studiów międzyobszarowych procent punktów ECTS przyporządkowanych obu obszarom (zgodnie z p. 2)	% ECTS - obszar nauk rolniczych, leśnych i weterynaryjnych % ECTS - obszar nauk społecznych w sumie ECTS		1,0

4. Opis przedmiotu

Cel przedmiotu:	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z czynnikami wpływającymi na zachowania konsumentów oraz wykształcenie umiejętności zastosowania podstawowych metod wykorzystywanych w badaniu wybranych obszarów zachowań konsumentów na rynku żywnościowym.
Metody dydaktyczne:	ćwiczenia praktyczne
Treści kształcenia:	<p>Ćwiczenia praktyczne</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Uwarunkowania psychologiczne, osobowo-demograficzne, społeczno-kulturowe, ekonomiczne zachowań konsumentów na rynku żywnościowym. 2. Rodzaje decyzji konsumenckich. Fazy podejmowania decyzji zakupu na rynku żywnościowym. 3. Techniki metody badania motywacji stosowane w zachowaniach konsumenckich. 4. Badanie i analiza postaw konsumentów na podstawie wybranych technik i skal. 5. Badanie preferencji konsumentów; <ol style="list-style-type: none"> a) projektowanie badania, dobór próby b) konstrukcja instrumentu pomiarowego,

6. Badanie i ocena satysfakcji konsumentów z produktu żywnościowego.

5. Efekty kształcenia i sposoby weryfikacji

Efekt przedmiotu	Student, który zaliczył przedmiot (spełnił minimum wymagań)	Efekt kierunkowy	Forma zajęć dydaktycznych	Sposób weryfikacji efektów kształcenia (forma zaliczeń)
PIBŻ.C14_K_W01 PIBŻ.C14_K_W02	w zakresie wiedzy: 1. Wymienia rodzaje decyzji konsumenckich, fazy podejmowania decyzji zakupu na rynku żywnościowym. 2. Wymienia i opisuje uwarunkowania psychologiczne, osobowo-demograficzne, społeczno-kulturowe, ekonomiczne zachowań konsumentów na rynku żywnościowym.	K_W02	ćw. P	- kolokwium
PIBŻ.C14_K_U_01 PIBŻ.C14_K_U_02	w zakresie umiejętności: 1. wdraża poznane metody w badaniu wybranych obszarów zachowań konsumentów 2. ocenia i opracowuje kwestionariusz badawczy ankiety	K_U01 K_U05	ćw. P	- sprawozdania z ćwiczeń
PIBŻ.C14_K_K01	w zakresie kompetencji społecznych: 1. wykazuje odpowiedzialność za powierzone mu zadania	K_K02	ćw. P	Obserwacja-zaangażowanie w realizację ćwiczeń, terminowość oddania sprawozdań

6. Sposób obliczania oceny końcowej

Średnia ważona z wszystkich uzyskanych pozytywnych ocen:
 - sprawozdania z wykonania ćwiczeń praktycznych 50%,
 - kolokwium 50%

7. Zalecana literatura

Literatura podstawowa:

1. Rudnicki L. Zachowania konsumentów na rynku. PWE, Warszawa 2012
2. Berbeka J., Niemczyk A., Makówka M. Badanie rynkowych zachowań konsumentów. Pomocnicze materiały dydaktyczne. Wydawnictwo AE, Kraków 2004
3. Kieźel E. (red.). Zachowania konsumentów – determinanty, racjonalność. Wydawnictwo AE, Katowice 2004
4. Kaczmarczyk S. Badania marketingowe. Podstawy metodyczne. PWE, Warszawa 2011.

Literatura uzupełniająca:	
1. Falkowski A., Tyszka T. Psychologia zachowań konsumenckich. Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne. Gdańsk 2009 2. Altkorn J. (red.). Podstawy marketingu. Instytut Marketingu w Krakowie. Kraków 2004	
8. Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)	
Forma aktywności studenta	Obciążenie studenta [h]
Godziny zajęć wg planu z nauczycielem	18 h
Samokształcenie	12 h
Sumaryczne obciążenie pracą studenta	21 h
Punkty ECTS za moduł/przedmiot	1
9. Uwagi	

***) Uwaga: w przypadku przedmiotów/modułów trwających więcej niż jeden semestr należy rozpisać semestralnie punkty 3, 4, 5, 6, 8**