Opis zajęć (sylabus): Konsumpcja i konsument żywności

Nazwa zajęć:	**Konsumpcja i konsument żywności**	**ECTS**	**3**
Nazwa zajęć w j. angielskim:	Consumer and Food Consumption		
Zajęcia dla kierunku studiów:	**Finanse i Rachunkowość**		

Język wykładowy: **polski**		Poziom studiów: **2**	
Forma studiów: **stacjonarne i niestacjonarne**	Status zajęć: **kierunkowy - do wyboru**	Numer semestru: **semestr letni**	
Rok akademicki, od którego obowiązuje opis (rocznik):		**2020/2021**	Numer katalogowy: **EKR-F-2SZ-X-63-KF-2020**

Koordynator zajęć:	**dr Anna Jasiulewicz, adiunkt**		
Prowadzący zajęcia:	**dr Anna Jasiulewicz, adiunkt**		
Jednostka realizująca:	**Instytut Zarządzania**		
Jednostka zlecająca:	**Wydział Ekonomiczny**		
Założenia, cele i opis zajęć:	a. Zapoznanie studenta z podstawami podejmowania decyzji konsumpcyjnych na rynku żywności. b. Zaprezentowanie ekonomicznych i pozaekonomicznych uwarunkowań zachowań konsumenta na rynku żywności. c. Przedstawienie modeli zachowań konsumenta na rynku żywności. d. Zaprezentowanie współczesnych trendów konsumenckich na rynku żywności. **Wykład** Proces podejmowania decyzji konsumenckich na rynku żywności. Ekonomiczne i pozaekonomiczne uwarunkowania zachowań konsumentów na rynku żywności. Promocja mix jako narzędzie kształtowania postaw konsumentów. Źródła informacji o konsumpcji (klasyfikacja źródeł, charakterystyka źródeł informacji o konsumpcji pochodzących z GUS, charakterystyka wyczerpujących i niewyczerpujących źródeł informacji). Mierniki konsumpcji (mierniki przeliczeniowe,struktury, wzorcowe, agregatowe, dynamiki, współzależnościowe). Uwarunkowania konsumpcji w polskich gospodarstwach domowych. Edukacja konsumencka na rynku żywności jako czynnik wzmacniający pozycję konsumenta. Współczesne trendy konsumenckie na rynku żywności: makdonaldyzacja, ekologizacja, konsumpcja zrównoważona, etnocentryzm, prosumpcja. **Ćwiczenia** Konsument na rynku żywności ekologicznej. Konsument na rynku żywności funkcjonalnej. Konsument na rynku żywności wygodnej. Konsument na rynku żywności GMO. Konsument na rynku usług gastronomicznych. Produkty regionalne i tradycyjne w dobie globalizacji i makdonaldyzacji konsumpcji.		
Formy dydaktyczne, liczba godzin:	a. wykład - liczba godzin: stacj: 20, niestacj. 12 b. ćwiczenia audytoryjne - liczba godzin: stacj: 10, niestacj. 4		
Metody dydaktyczne:	dyskusja, analiza i interpretacja tekstów źródłowych, konsultacje, wykład konwersacyjny, studium przypadku, indywidualne projekty studenckie		
Wymagania formalne i założenia wstępne:	Nie dotyczy		
Efekty uczenia się:	**Wiedza - Zna i rozumie:** 1. Zna w sposób pogłębiony definicje pojęć z zakresu przedmiotu 2. Zna i rozumie prawa chroniące interesy konsumenta na rynku żywności	**Umiejętności - Potrafi:** 3. Potrafi posługiwać się ekonomicznymi i pozaekonomicznymi kategoriami w opisie zjawisk związanych z konsumpcją i rolą konsumenta na rynku żywności	**Kompetencje - Jest gotów do:** 4. Jest gotów do analizy i interpretacji współczesnych trendów konsumenckich na rynku żywności oraz zaproponowania ich wykorzystania przed przedsiębiorstwa
Sposób weryfikacji efektów uczenia się:	egzamin pisemny (efekty: 1), ocena wystąpień w trakcie zajęć (efekty: 2,3,4), ocena wykonania zadania projektowego (efekty: 3,4), ocena aktywności w trakcie zajęć (efekty: 2,3,4)		
Forma dokumentacji osiągniętych efektów uczenia się:			
Elementy i wagi mające wpływ na ocenę końcową:	egzamin pisemny - 50%, ocena wystąpień w trakcie zajęć - 15%, ocena wykonania zadania projektowego - 30%, ocena aktywności w trakcie zajęć - 5%		
Miejsce realizacji zajęć:	sala dydaktyczna (wykładowa/ćwiczeniowa)		

Literatura podstawowa i uzupełniająca:

1. Solomon M.R.: Zachowania i zwyczaje konsumentów, Wyd. Helion 2006.
2. Kieżel E.(red.): Konsument i jego zachowania na rynku europejskim. PWE 2010.
3. Żelazna, Kowalczuk, Mikuta: Ekonomika konsumpcji, elementy teorii, Wyd. SGGW 2002.
4. Rokita K.: Prawa konsumenta, wyd. Lexis-Nexis, 2009.
5. Jeżewska-Zychowicz M., Babicz- Zielińska E., Laskowski W.: Konsument na rynku nowej żywności, wybrane uwarunkowania spożycia, 2009.

Uwagi:

Wskaźniki ilościowe charakteryzujące moduł/przedmiot:	
Szacunkowa sumaryczna liczba godzin pracy studenta (kontaktowych i pracy własnej) niezbędna dla osiągnięcia zakładanych dla zajęć efektów uczenia się - na tej podstawie należy wypełnić pole ECTS:	**75/75**
Łączna liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia:	**1.32/0.8 ECTS**

Tabela zgodności kierunkowych efektów uczenia się z efektami przedmiotu:

Kategoria efektu	Efekty uczenia się dla zajęć:	Odniesienie do efektów dla programu studiów dla kierunku	Oddziaływanie zajęć na efekt kierunkowy*)
Wiedza	1. Zna w sposób pogłębiony definicje pojęć z zakresu przedmiotu	FIR2_KW01	3
	2. Zna i rozumie prawa chroniące interesy konsumenta na rynku żywności	FIR2_KW03	2
Umiejętności	3. Potrafi posługiwać się ekonomicznymi i pozaekonomicznymi kategoriami w opisie zjawisk związanych z konsumpcją i rolą konsumenta na rynku żywności	FIR2_KU02	3
Kompetencje	4. Jest gotów do analizy i interpretacji współczesnych trendów konsumenckich na rynku żywności oraz zaproponowania ich wykorzystania przed przedsiębiorstwa	FIR2_KK01	2

*) 3 – zaawansowany i szczegółowy, 2 – znaczący, 1 – podstawowy