

Opis zajęć (syllabus): 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 |

| | | | |
|------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Koordinator zajęć: | dr Anna Jasiulewicz, adiunkt | | |
| Prowadzący zajęcia: | dr Anna Jasiulewicz, adiunkt | | |
| Jednostka realizująca: | Instytut Zarządzania | | |
| Jednostka zlecająca: | Wydział Ekonomiczny | | |
| Założenia, cele i opis zajęć: | <p>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.</p> <p>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, agregatywne, 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.</p> <p>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.</p> | | |
| 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. Kieźel E.(red.): Konsument i jego zachowania na rynku europejskim. PWE 2010.
3. Żelazna, Kowalczyk, 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