## Opis zajęć (sylabus): Edukacja konsumencka

| | | | |
|---|---|---|---|
| Nazwa zajęć: | **Edukacja konsumencka** | **ECTS** | **3** |
| Nazwa zajęć w j. angielskim: | Consumer Education | | |
| Zajęcia dla kierunku studiów: | **Zarządzanie** | | |

| | | | |
|---|---|---|---|
| Język wykładowy: **polski** | | Poziom studiów: **1** | |
| 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-Z-1SZ-X-46-KF-2020** |

| | | | |
|---|---|---|---|
| Koordynator zajęć: | **dr hab. Nina Drejerska, Profesor Uczelni** | | |
| Prowadzący zajęcia: | **dr Joanna Chudzian**<br>**mgr Olga Podlińska** | | |
| Jednostka realizująca: | **Katedra Polityki Rozwoju i Marketingu** | | |
| Jednostka zlecająca: | **Wydział Ekonomiczny** | | |
| Założenia, cele i opis zajęć: | a. Zapoznanie studentów z zagadnieniami z zakresu edukacji konsumenckiej.<br>b. Wykształcenie wśród studentów świadomej i odpowiedzialnej postawy konsumenckiej.<br>c. Wykształcenie wśród studentów umiejętności egzekwowania swoich praw konsumenckich.<br><br>**Wykład**<br>Idea świadomości i edukacji konsumenckiej. Świadomość konsumencka w świetle badań. Poziom i źródła wiedzy konsumenckiej. Specyfika zachowań konsumenckich i procesu podejmowania decyzji zakupowych. Czynniki wpływające na poziom świadomości konsumenckiej. Organizacje i instytucje chroniące interesy konsumenta (m.in. Rzecznik Praw Konsumentów, UOKiK, Inspekcja Handlowa, Stowarzyszenie Konsumentów Polskich, Europejskie Centrum Konsumenckie i Federacja Konsumentów).<br>**Ćwiczenia**<br>Kompetencje konsumentów w zakresie bezpieczeństwa (bezpieczeństwo i jakość produktów, znakowanie produktów). Kompetencje konsumentów w zakresie zaciągania zobowiązań konsumenckich (umowy, wykorzystanie danych osobowych, zasady obniżek cen, loterie i konkursy). Kompetencje konsumentów w zakresie percepcji reklamy (uczciwe i nieuczciwe działania marketingowe). Kompetencje konsumentów w zakresie odpowiedzialnej konsumpcji (zrównoważona konsumpcja a ochrona środowiska naturalnego). Kompetencje konsumentów w zakresie dochodzenia roszczeń (reklamacje, rękojmie, zwroty, obsługa gwarancyjna i pogwarancyjna). Kompetencje konsumentów w zakresie sprzedaży na odległość i przez Internet. | | |
| Formy dydaktyczne, liczba godzin: | a. wykład - liczba godzin: stacj: 20, niestacj. 12<br>b. ćwiczenia audytoryjne - liczba godzin: stacj: 10, niestacj. 4 | | |
| Metody dydaktyczne: | dyskusja, projekt badawczy, rozwiązywanie problemu, konsultacje, wykład konwersacyjny, studium przypadku | | |
| Wymagania formalne i założenia wstępne: | 1. Podstawy marketingu | | |
| Efekty uczenia się: | **Wiedza - Zna i rozumie:**<br>1. student zna i rozumie specyfikę zachowań świadomych konsumentów w procesie podejmowania decyzji<br>2. student zna i rozumie czynniki wpływające na poziom świadomości konsumenckiej | **Umiejętności - Potrafi:**<br>3. student potrafi korzystać z przysługujących mu praw w zakresie zakupów, bezpieczeństwa produktów, sprzedaży na odległość i zaciągania zobowiązań<br>4. student potrafi wskazać i wyszukać organizacje zajmujące się ochroną praw konsumentów i edukacją konsumencką | **Kompetencje - Jest gotów do:**<br>5. student jest gotowy do świadomego uczestnictwa w procesach zakupu i dochodzenia roszczeń<br>6. student jest gotowy do aktywnego wykorzystania zasad zrównoważonej konsumpcji w praktyce |
| Sposób weryfikacji efektów uczenia się: | egzamin pisemny (efekty: 1,2,3,4), ocena wystąpień w trakcie zajęć (efekty: 3), ocena wykonania zadania projektowego (efekty: 5,6), ocena aktywności w trakcie zajęć (efekty: 5,6) | | |
| Forma dokumentacji osiągniętych efektów uczenia się: | prace pisemne, złożone projekty, zestaw pytań | | |
| Elementy i wagi mające wpływ na ocenę końcową: | egzamin pisemny - 40%, ocena wystąpień w trakcie zajęć - 20%, ocena wykonania zadania projektowego - 30%, ocena aktywności w trakcie zajęć - 10% | | |
| Miejsce realizacji zajęć: | Sala dydaktyczna | | |

Literatura podstawowa i uzupełniająca:


1. Dąbrowska, A., Janoś-Kresło, M., Ozimek, I. (2005) Ochrona i edukacja konsumentów we współczesnej gospodarce rynkowej. Warszawa: PWE.
2. Lewicka-Strzałecka, A. (red.) (2006). Edukacja konsumencka. Cele, instrumenty, dobre praktyki. Warszawa: Wyd. WSPiZ im. Leona Koźmińskiego.
3. Aktualne dokumenty i publikacje informacyjne dla konsumentów wydawane przez UOKIK, Europejskie Centrum Konsumenckie i Stowarzyszenie Konsumentów Polskich.|


Uwagi:
W trakcie zajęć zostaną także wykorzystane wzory pism reklamacyjnych, wzory gwarancji, przykładowe umowy konsumenckie, regulaminy sklepów internetowych itp.

| **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: | **65/63** |
| Łączna liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia: | **1.48/0.92 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. student zna i rozumie specyfikę zachowań świadomych konsumentów w procesie podejmowania decyzji | Z1_W02 | 2 |
| | 2. student zna i rozumie czynniki wpływające na poziom świadomości konsumenckiej | Z1_W03 | 2 |
| Umiejętności | 3. student potrafi korzystać z przysługujących mu praw w zakresie zakupów, bezpieczeństwa produktów, sprzedaży na odległość i zaciągania zobowiązań | Z1_U01 | 2 |
| | 4. student potrafi wskazać i wyszukać organizacje zajmujące się ochroną praw konsumentów i edukacją konsumencką | Z1_U06 | 2 |
| Kompetencje | 5. student jest gotowy do świadomego uczestnictwa w procesach zakupu i dochodzenia roszczeń | Z1_K02 | 3 |
| | 6. student jest gotowy do aktywnego wykorzystania zasad zrównoważonej konsumpcji w praktyce | Z1_K03 | 3 |

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