

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 |

| | | | |
|--|---|---|--|
| Koordinator zajęć: | dr hab. Nina Drejerska, Profesor Uczelni | | |
| Prowadzący zajęcia: | dr Joanna Chudzian mgr Olga Podlińska | | |
| Jednostka realizująca: | Katedra Polityki Rozwoju i Marketingu | | |
| Jednostka zlecająca: | Wydział Ekonomiczny | | |
| Założenia, cele i opis zajęć: | <p>a. Zapoznanie studentów z zagadnieniami z zakresu edukacji konsumenckiej. b. Wykształcenie wśród studentów świadomej i odpowiedzialnej postawy konsumenckiej. c. Wykształcenie wśród studentów umiejętności egzekwowania swoich praw konsumenckich.</p> <p>Wykład 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).</p> <p>Ćwiczenia 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.</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, projekt badawczy, rozwiązywanie problemu, konsultacje, wykład konwersacyjny, studium przypadku | | |
| Wymagania formalne i założenia wstępne: | 1. Podstawy marketingu | | |
| Efekty uczenia się: | <p>Wiedza - Zna i rozumie: 1. student zna i rozumie specyfikę zachowań świadomych konsumentów w procesie podejmowania decyzji 2. student zna i rozumie czynniki wpływające na poziom świadomości konsumenckiej</p> | <p>Umiejętności - Potrafi: 3. student potrafi korzystać z przysługujących mu praw w zakresie zakupów, bezpieczeństwa produktów, sprzedaży na odległość i zaciągania zobowiązań 4. student potrafi wskazać i wyszukać organizacje zajmujące się ochroną praw konsumentów i edukacją konsumencką</p> | <p>Kompetencje - Jest gotów do: 5. student jest gotowy do świadomego uczestnictwa w procesach zakupu i dochodzenia roszczeń 6. student jest gotowy do aktywnego wykorzystania zasad zrównoważonej konsumpcji w praktyce</p> |
| 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