

## Opis zajęć (syllabus): Konsumpcja i konsument żywności

Nazwa zajęć:	<b>Konsumpcja i konsument żywności</b>	<b>ECTS</b>	<b>3</b>
Nazwa zajęć w j. angielskim:	Consumer and Food Consumption		
Zajęcia dla kierunku studiów:	<b>Zarządzanie</b>		

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

Koordinator zajęć:	<b>dr Anna Jasiulewicz, Adiunkt</b>		
Prowadzący zajęcia:	<b>dr Anna Jasiulewicz</b>		
Jednostka realizująca:	<b>Instytut Zarządzania</b>		
Jednostka zlecająca:	<b>Wydział Ekonomiczny</b>		
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><b>Wykład</b>  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><b>Ćwiczenia</b>  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:			
Efekty uczenia się:	<b>Wiedza - Zna i rozumie:</b> 1. zna w sposób pogłębiony definicje pojęć z zakresu przedmiotu 2. zna i rozumie prawa chroniące interesy konsumenta na rynku żywności	<b>Umiejętności - Potrafi:</b> 3. Potrafi posługiwać się ekonomicznymi i pozaekonomicznymi kategoriami w opisie zjawisk związanych z konsumpcją i rolą konsumenta na rynku żywności	<b>Kompetencje - Jest gotów do:</b> 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		

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 K., Kowalczyk I., Mikuta B.: 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:  
+, ver-lw, ogólne

**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:	<b>75/75</b>
Łączna liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia:	<b>1.32/0.8 ECTS</b>

**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	Z2_W03	3
	2.Zna i rozumie prawa chroniące interesy konsumenta na rynku żywności	Z2_W04	2
Umiejętności	3.Potrafi posługiwać się ekonomicznymi i pozaekonomicznymi kategoriami w opisie zjawisk związanych z konsumpcją i rolą konsumenta na rynku żywności	Z2_U01	3
Kompetencje	4.Jest gotów do analizy i interpretacji współczesnych trendów konsumenckie na rynku żywności oraz zaproponowania ich wykorzystania przed przedsiębiorstwa	Z2_K02	2

\*) 3 - zaawansowany i szczegółowy, 2 - znaczący, 1 - podstawowy