**Nazwa przedmiotu:**

Analiza rynku i konsumenta

**Koordynator przedmiotu:**

dr Marlena Piekut

**Status przedmiotu:**

Obowiązkowy

**Poziom kształcenia:**

Studia I stopnia

**Program:**

Ekonomia

**Grupa przedmiotów:**

Obowiązkowe

**Kod przedmiotu:**

ZEMPS8

**Semestr nominalny:**

4 / rok ak. 2018/2019

**Liczba punktów ECTS:**

2

**Liczba godzin pracy studenta związanych z osiągnięciem efektów uczenia się:**

Udział w wykładach 8h
Udział w ćwiczeniach 8h
Praca własna 34h

**Liczba punktów ECTS na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich:**

1,28

**Język prowadzenia zajęć:**

polski

**Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach zajęć o charakterze praktycznym:**

1,4

**Formy zajęć i ich wymiar w semestrze:**

|  |  |
| --- | --- |
| Wykład:  | 8h |
| Ćwiczenia:  | 8h |
| Laboratorium:  | 0h |
| Projekt:  | 0h |
| Lekcje komputerowe:  | 0h |

**Wymagania wstępne:**

Mikroekonomia, makroekonomia

**Limit liczby studentów:**

15-20

**Cel przedmiotu:**

Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z podstawowymi zagadnieniami z zakresu wybranych elementów teorii konsumpcji i rynku, metodyk badań rynkowych oraz faktycznych zmian zachodzących w konsumpcji wybranych dóbr i usług w Polsce i innych krajach.

**Treści kształcenia:**

Wykłady (tematy)
1. Rynek, konsument i konsumpcja – pojęcia, klasyfikacje. Źródła informacji o konsumencie i rynku.
2. Gospodarstwo domowe i przedsiębiorstwo jako podmioty sfery konsumpcji. Znaczenie konsumpcji w procesach gospodarowania. Funkcje i prawidłowości konsumpcji.
3. Uwarunkowania zachowań konsumenckich.
4. Typologie konsumentów. Style konsumpcji różnych grup społeczno-ekonomicznych i demograficznych.
5. Charakterystyka procesu decyzyjnego konsumenta.
6. Zróżnicowanie poziomu, jakości i standardu życia ludności w Polsce i innych krajach UE.
7. Problemy i metody pomiaru konsumpcji. Metody badań zachowań konsumentów na rynku.
8. Trendy w zachowaniach rynkowych konsumentów. Ochrona konsumentów.9.
Ćwiczenia (tematy)

1. Potrzeby i preferencje konsumenta. Budżety gospodarstw domowych – źródło danych o konsumencie, gospodarstwie domowym i konsumpcji.
2. Przychody i wydatki w gospodarstwach domowych. Analiza składników wpływających na dochody gospodarstwa domowego i struktura wydatków w gospodarstwie domowym. Dochody rozporządzalne ludności w różnych typach gospodarstw domowych. Wielkość i struktura wydatków w różnych typach gospodarstw domowych.
3. Potrzeby żywnościowe w finansach osobistych w Polsce i innych krajach UE.
4. Konsument na rynku dóbr trwałych – wyposażenie gospodarstw domowych w dobra trwałe.
5. Serwicyzacja konsumpcji w Polsce i innych krajach UE. Potrzeby rekreacyjno-kulturalne w finansach gospodarstw domowych. Wydatki na edukację w gospodarstwach domowych. Zróżnicowanie wydatków na usługi gastronomiczno-hotelarskie w gospodarstwach domowych.
6. Oszczędzanie oraz inwestowanie w gospodarstwach domowych. Tendencje rozwoju konsumpcji.

**Metody oceny:**

Warunkiem zaleczenia przedmiotu jest:
1. uzyskanie z kolokwium 51%, wykonanie projektu indywidualnego oraz wypowiedź ustna podczas zajęć. Ocena formująca: zaliczenie pisemne (60%), wykonanie projektu (30%), wypowiedź ustna (10%).
2. uzyskanie z egzaminu 51%.

**Egzamin:**

tak

**Literatura:**

Literatura podstawowa:

1. Bywalec Cz. 2010. Konsumpcja a rozwój gospodarczy i społeczny. Wydawnictwo C.H. Beck.
2. Zalega T. 2012. Konsumpcja. Determinanty. Teorie. Modele. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
3. Żelazna K., Kowalczuk I., Mikuta B. 2002. Ekonomika konsumpcji. Wydawnictwo SGGW.
Literatura uzupełniająca:

1. Smyczek S., Sowa I. 2005. Konsument na rynku. Zachowania, modele, aplikacje. Difin, Warszawa
2. Goryszewski Ł. 2014. Style konsumpcji polskiej klasy wyższej. NOMOS, Kraków.
3. Piekut M. 2015. Konsument i konsumpcja w Unii Europejskiej. Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych & Oficyna Politechniki Warszawskiej, Płock.
4. Milic-Czerniak R. (red.) 2016. Finanse osobiste. Kompetencje, narzędzia, instytucje, produkty, decyzje. Difin, Warszawa.
5. Czasopismo: Konsumpcja i Rozwój

**Witryna www przedmiotu:**

www.kneis.pw.plock.pl

**Uwagi:**

brak

## Efekty przedmiotowe

### Profil praktyczny - wiedza

**Efekt K\_WO1:**

Ma podstawową wiedzę z obszaru ekonomiki konsumpcji.

Weryfikacja:

Kolokwium, egzamin, analiza przypadków, praca w grupach.

**Powiązane efekty kierunkowe:** K\_WO1

**Powiązane efekty obszarowe:** S1P\_W01

**Efekt K\_WO3:**

Zna prawidłowości sfery konsumpcji oraz zjawiska i przyczyny zakłócające harmonijny przebieg tych prawidłowości

Weryfikacja:

Kolokwium, egzamin, analiza przypadków, praca w grupach.

**Powiązane efekty kierunkowe:** K\_WO3

**Powiązane efekty obszarowe:** S1P\_W03, S1P\_W05

**Efekt K\_WO5:**

Ma podstawową wiedzę o roli i miejscu konsumenta na rynku.

Weryfikacja:

Kolokwium, egzamin, analiza przypadków, praca w grupach.

**Powiązane efekty kierunkowe:** K\_WO5

**Powiązane efekty obszarowe:** S1P\_W05

**Efekt K\_W12:**

Posiada wiedzę o podmiotowej strukturze rynku i zachowaniach na nim konsumentów

Weryfikacja:

Kolokwium, egzamin, analiza przypadków, praca w grupach.

**Powiązane efekty kierunkowe:** K\_W12

**Powiązane efekty obszarowe:** S1P\_W05, S1P\_W06

### Profil praktyczny - umiejętności

**Efekt K\_U03:**

Potrafi dokonać analizy procesu decyzyjnego konsumenta.

Weryfikacja:

Analiza przypadków, praca w grupach.
Opracowanie projektów indywidualnych.
Egzamin

**Powiązane efekty kierunkowe:** K\_U03

**Powiązane efekty obszarowe:** S1P\_U03, S1P\_U07

**Efekt K\_UO9:**

Wykorzystując różne źródła o rynku potrafi przygotować pracę pisemną dotyczącą funkcjonowania dowolnego rynku w obszarze dóbr i usług konsumpcyjnych.

Weryfikacja:

Analiza przypadków, praca w grupach.
Opracowanie projektów indywidualnych.
Egzamin

**Powiązane efekty kierunkowe:** K\_U09

**Powiązane efekty obszarowe:** S1P\_U09

**Efekt K\_U10:**

Potrafi wypowiadać się na tematy związane z zachowaniem konsumentów na rynku, wykorzystując dorobek ekonomiki konsumpcji

Weryfikacja:

Analiza przypadków, praca w grupach.
Opracowanie projektów indywidualnych.
Egzamin

**Powiązane efekty kierunkowe:** K\_U10

**Powiązane efekty obszarowe:** S1P\_U10

**Efekt K\_U12:**

Potrafi dokonać analizy zachowań konsumentów na rynku oraz ich wpływu na decyzje menedżerskie.

Weryfikacja:

Analiza przypadków, praca w grupach.
Opracowanie projektów indywidualnych.
Egzamin

**Powiązane efekty kierunkowe:** K\_U12

**Powiązane efekty obszarowe:** S1P\_U08

### Profil praktyczny - kompetencje społeczne

**Efekt K\_KO6:**

trafi dążyć do systematycznego rozwoju przez poszerzanie wiedzy o rynku i konsumencie.

Weryfikacja:

Wypowiedzi ustne, projekty indywidualne.

**Powiązane efekty kierunkowe:** K\_KO6

**Powiązane efekty obszarowe:** S1P\_K01, S1P\_K06