|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Nazwa zajęć: | | **Badania i analizy zachowań konsumenckich** | | | | | | | | **ECTS** | **3** |
| Tłumaczenie nazwy na j. angielski: | | Research and analysis of consumer behavior | | | | | | | | | |
| Zajęcia dla kierunku studiów: | | Socjologia | | | | | | | | | |
|  | |  | | | | | | | | | |
| Język wykładowy: | | Język polski | | | | Poziom studiów: | | | Studia II stopnia | | |
| Forma studiów: | x stacjonarne  🞎 niestacjonarne | Status zajęć: | 🞎 podstawowe  X kierunkowe | X obowiązkowe  🞎 do wyboru | | Numer semestru: 2 | | | 🞎 semestr zimowy 🞎 semestr letni | | |
|  |  | Rok akademicki, od którego obowiązuje opis (rocznik): | | | | **2019/2020** | Numer katalogowy: | | **WNH-S2-S-01L/2Z-27** | | |
|  | | | | | | | | | | | |
| Koordynator zajęć: | | **dr Wojciech Połeć** | | | | | | | | | |
| Prowadzący zajęcia: | | **dr Wojciech Połeć** | | | | | | | | | |
| Jednostka realizująca: | | **Katedra Socjologii, Instytut Nauk Socjologicznych i Pedagogiki** | | | | | | | | | |
| Jednostka zlecająca: | | **Wydział Socjologii i Pedagogiki** | | | | | | | | | |
| Założenia, cele i opis zajęć: | | Celem przedmiotu jest zaznajomienie słuchaczy z problematyką badań i analiz zachowań konsumenckich. Ćwiczenia mają na celu wprowadzenie do głównych metod i sposobów analizowania zachowań konsumenckich oraz mają pobudzić do refleksji nad zakresem i skutecznością tego typu badań.  Tematyka zajęć (wykładów i ćwiczeń):  1. Badania i analizy zachowań konsumenckich: wprowadzenie w problematykę  2. Podstawowe metody badań w socjologii konsumpcji.  3. Styl życia a zachowania konsumpcyjne.  4. Nowe środki konsumpcji.  5. Media a zachowania konsumpcyjne.  6. Etnografia konsumpcji.  7. Problematyka dóbr luksusowych.  8. Konsumpcja w gospodarstwach o ograniczonych budżetach.  9. Badania konsumenckie a badania marketingowe.  10. Strategie oporu konsumenckiego. | | | | | | | | | |
| Formy dydaktyczne, liczba godzin: | | 1. Wykłady liczba godzin 15 2. Ćwiczenia liczba godzin 15 | | | | | | | | | |
| Metody dydaktyczne: | | 1. analiza i interpretacja tekstów źródłowych, 2. dyskusje, grupowe i indywidualne rozwiązywanie problemów, 3. prezentacje multimedialne 4. case study 5. konsultacje | | | | | | | | | |
| Wymagania formalne  i założenia wstępne: | |  | | | | | | | | | |
| Efekty uczenia się: | | Wiedza:  -Student ma pogłębioną wiedzę o socjologii konsumpcji obejmującą pojęcia, metody i koncepcje składające się na tę subdyscyplinę  -Student ma pogłębioną wiedzę w zakresie wybranych metod i technik prowadzenia badań i analiz zachowań konsumenckich | | | Umiejętności:  -Student potrafi interpretować i poprawnie wykorzystywać wyniki badań dotyczących zachowań konsumenckich  -Student potrafi w sposób pogłębiony analizować społeczne zjawisko konsumpcjonizmu i konsumpcji, formułować własne pytania badawcze i je weryfikować. | | | Kompetencje:  -Student rozumie metodologiczne problemy socjologii konsumpcji i jej poznawcze ograniczenia  -Student jest gotów do aktualizowania swojej wiedzy oraz kompetencji z zakresu socjologii konsumpcji | | | |
| Sposób weryfikacji efektów uczenia się: | | na podstawie „wejściówek”, testu, zadań realizowanych indywidualnie i grupowo przez studentów oraz przygotowywanych  i przedstawianych przez nich na ćwiczeniach prezentacji | | | | | | | | | |
| Forma dokumentacji osiągniętych efektów uczenia się: | | Pisemna i elektroniczna | | | | | | | | | |
| Elementy i wagi mające wpływ  na ocenę końcową: | | 1. ocena znajomości literatury = 40% 2. ocena zrealizowanych zadań = 60% | | | | | | | | | |
| Miejsce realizacji zajęć: | | Sala dydaktyczna | | | | | | | | | |
| Literatura podstawowa   1. T. Zalega, *Konsumpcja: determinanty, teorie, modele*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa: 2012A. 2. *Wybrane problemy kultury konsumpcyjnej*, red. J. Byczkowska-Ślęzak, E. Kaczyńska, Olsztyn 2015 (fragmenty) 3. wybrane teksty z kwartalnika „Konsumpcja i rozwój” z lat 2018-2015 4. M. Cebula, *Konsumpcja statusowa — między praktyczną świadomością a strategicznym działaniem*, Kultura i Społeczeństwo 4/2013 5. M. Douglas, *W obronie zakupów*, w: P. Sztompka i M. Bogunia-Borowska, Socjologia codzienności. Kraków: Znak, 2008, strony 334-356. 6. A. Duda, *Strategie oporu konsumenckiego - dezercja z rynku czy współpraca?,* Kultura i Społeczeństwo 4/2013 7. G. Ritzer: *Magiczny świat konsumpcji*, Warszawskie Wydawnictwo Literackie MUZA SA, Warszawa 2001.   **Lektura uzupełniająca:**   1. M. Cebula*, Społeczne uwarunkowania gustów i praktyk konsumpcyjnych. Zbieżność pozycji społecznych i stylów życia czy autonomizacja kultury?,* Studia Socjologiczne 2/2013 2. Duda, *Konsumpcja. Teorie i badania*, Katolicki Uniwersytet Lubelski, Lublin 2016 3. wybrane komunikaty z badań (CBOS, GUS) 4. J. Szczepański, *Konsumpcja a rozwój człowieka. Wstęp do antropologicznej teorii konsumpcji*, Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1981 | | | | | | | | | | | |
| 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 h – 3 ECTS** |
| Łączna liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia: | **1,6 ECTS** |

Tabela zgodności kierunkowych efektów kształcenia z efektami przedmiotu:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| kategoria efektu | Efekty uczenia się dla zajęć: | Odniesienie do efektów dla programu studiów dla kierunku | Oddziaływanie zajęć na efekt kierunkowy\*) |
| W\_02 | Student ma pogłębioną wiedzę o socjologii konsumpcji obejmującą pojęcia, metody i koncepcje składające się na tę subdyscyplinę | KS\_W02/ P6S\_WG | 2 |
| W\_03 | Student ma pogłębioną wiedzę w zakresie wybranych metod i technik prowadzenia badań i analiz zachowań konsumenckich | KS\_W03/ P6S\_WG | 2 |
| U\_04 | Student potrafi interpretować i poprawnie wykorzystywać wyniki badań dotyczących zachowań konsumenckich | KS\_U04/ P6S\_UW | 2 |
| U\_05 | Student potrafi w sposób pogłębiony analizować społeczne zjawisko konsumpcjonizmu i konsumpcji, formułować własne pytania badawcze i je weryfikować. | KS\_U05/ P6S\_UW | 2 |
| S\_02 | Student rozumie metodologiczne problemy socjologii konsumpcji i jej poznawcze ograniczenia | KS\_S02/ P6S\_KK | 1 |
| S\_05 | Student jest gotów do aktualizowania swojej wiedzy oraz kompetencji z zakresu socjologii konsumpcji | KS\_S05/ P6S\_KR | 2 |