|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 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: | 🞎 podstawoweX 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 problematykę2. 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 podstawowa1. 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 |