

KARTA PRZEDMIOTU DLA NABORU 2023/2024						
FORMA STUDIÓW: NIESTACJONARNA						
INFORMACJE OGÓLNE						
1. Nazwa przedmiotu EKONOMIKA KONSUMPCJI						
2. Nazwa kierunku Ekonomia						
3. Poziom kształcenia: studia pierwszego stopnia						
4. Liczba punktów 3						
5. Liczba godzin w semestrze						
semestr	w	ćw	lab/lek	prj/zp	pws	prk
III - ZIMOWY	9	9				
6. Język wykładowy polski						
7. Wykładowca						
INFORMACJE SZCZEGÓŁOWE						
8. Wymagania wstępne						
1. Ogólna wiedza z ekonomii.						
2. Ogólna wiedza pozyskana z różnych źródeł nt. konsumpcji i zachowań konsumpcyjnych w Polsce i na świecie.						
9. Cele przedmiotu						
C1 Dostarczenie wiedzy z zakresu problematyki konsumpcji oraz kształtowanie umiejętności analizy i oceny aktualnie przebiegających procesów w społeczeństwie, w szczególności procesów związanych z zaspokajaniem potrzeb konsumpcyjnych.						
C2 Zapoznanie studenta z głównymi wyzwaniami dla polityki konsumpcji w XXI wieku oraz uświadomienie studentom w jaki sposób nasze konsumenckie decyzje mogą wpływać na gospodarkę, środowisko i społeczeństwo.						
C3 Znaczące rozszerzenie kompetencji studentów w postaci zdolności funkcjonowania w społeczeństwie w sposób rozważny i sprawny.						
10. Efekty uczenia się w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych						
Student, który zaliczył przedmiot:					odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się	
WIEDZA						
EU01	Zna i rozumie podstawowe pojęcia dotyczące konsumpcji, jej uwarunkowania, funkcje i relacje między podmiotami na rynku.				K_W03, K_W04, K_W16	
EU02	Zna metody i narzędzia pozyskiwania danych oraz analiz poziomu i struktury konsumpcji, pozwalające opisać jej istotę i znaczenie, a także zachodzące zmiany.				K_W05, K_W07	
UMIEJĘTNOŚCI						
EU03	Potrafi wykorzystać wiedzę teoretyczną do opisu i analizowania przyczyn i przebiegu procesu konsumpcji oraz potrafi formułować własne opinie i dobierać krytycznie dane i metody analiz				K_U02, K_U03	

EU04	Posiada umiejętność samodzielnego analizowania zjawiska konsumpcji w zależności od zmian czynników ją warunkujących.	K_U01, K_U07
KOMPETENCJE SPOŁECZNE		
EU05	Jest gotów do krytycznej analizy wiedzy na temat uwarunkowań i zmian zachodzących w konsumpcji.	K_K06
EU06	Kompleksowo postrzega problemy gospodarcze. Uczestniczy w przygotowaniu projektów społeczno-ekonomicznych, uwzględniających zmiany zachowań konsumentów i ich wpływ na rozwój gospodarczy oraz społeczny.	K_K03
11. Treści programowe		
Forma zajęć – wykłady		
<ol style="list-style-type: none"> 1) Sprawy organizacyjne. Literatura. Terminologia sfery konsumpcji - pojęcie konsumpcji i jej sfery, kasyfikacja potrzeb, klasyfikacja konsumpcji. 2) Rozwój badań nad konsumpcją. Stan i perspektywy wiedzy dotyczącej konsumpcji. 3) Konsument i gospodarstwo domowe jako podmioty konsumpcji. 4) Determinanty konsumpcji indywidualnej i społecznej. Dochodowo-cenowe uwarunkowania konsumpcji. Nierówności dochodowe a nierówności konsumpcji. 5) Procesy konsumpcji. Postrzeganie, pomiar, tendencje zmian. Zmiany struktury konsumpcji w gospodarstwach domowych. Procesy globalizacji konsumpcji - jej przyczyny i skutki 6) Nowe tendencje w sferze konsumpcji - m.in. ekologizacja, serwicyzacja, domocentryzacja, wirtualizacja, dekonsumpcja, prosumpcja, demokratyzacja luksusu. 7) Konsument XXI wieku. Czy konsumpcjonizm staje się religią współczesnych konsumentów? Konsekwencje konsumenckich wyborów dla gospodarki, środowiska i społeczeństwa. 8) Pojęcie i cechy świadomego konsumenta. Konsumpcja zrównoważona - realny trend czy też utopijna mrzonka? 		
Forma zajęć – ćwiczenia		
<ol style="list-style-type: none"> 1) Konsumpcja – podstawowe pojęcia, klasyfikacje, funkcje i prawidłowości konsumpcji. Potrzeby. 2) Zachowania konsumentów, determinanty zachowań konsumenckich, ekonomiczne czynniki kształtujące zachowania konsumentów, proces decyzyjny konsumenta, finansowe zachowania konsumenta 3) Typologia konsumentów. E-konsument. Trendy w zachowaniach konsumenta. 4) Fazy cyklu życia produktu. Konsumpcja reklamy. Zrównoważona konsumpcja. 5) Mierniki, źródła informacji, metody badania konsumpcji 6) Dochody i struktura wydatków w polskich gospodarstwach domowych - analiza danych z badań gospodarstw domowych. Analiza ekonomiczno-finansowa gospodarstw domowych - odniesienie do wyników uzyskanych przez innych autorów. 7) Analiza zmian cen towarów i usług konsumpcyjnych – dyskusja prezentowanych wyników. 8) Wskazaniu trendów konsumenckich i ich wpływ na zachowania konsumpcyjne. 9) Globalizacja konsumpcji i stylów życia. Konsumpcjonizm. Innowacje w konsumpcji. 		
12. Narzędzia/metody dydaktyczne		
1. Wykłady z prezentacją multimedialną		
2. Ćwiczenia konwersatoryjne		
3. Dyskusja		
4. Metody i techniki kształcenia na odległość		
13. Sposoby oceny (częstkowe, końcowe)		
1. Kolokwium zaliczeniowe		

2. Prezentacja multimedialna nt. nowych zjawisk i tendencji współczesnej konsumpcji (zaliczenie treści wykładu)	
14. Obciążenie pracą studenta	
Forma aktywności	liczba godzin
1. Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela oraz konsultacje	27
2. Nakład pracy studenta	48
suma	75
liczba punktów ECTS	3
15. Literatura	
Literatura podstawowa:	
1. Bywalec Cz., Konsumpcja a rozwój gospodarczy i społeczny. Wydawnictwo C. H. Beck, Warszawa, 2010.	
2. Bywalec Cz., Konsumpcja w teorii i praktyce gospodarowania, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2007.	
3. Sobczyk G., Bondos I., Lipowski M., Słowikowska I., Konsumpcja w Polsce, Wydawnictwo UMCS, 2020.	
Literatura uzupełniająca:	
1. Dąbrowska A., Janoś-Kresło M., Kasprzak R., Mróz B., Jakość życia. Konsumpcja. Monografia dedykowana Profesor Teresie Słaby. Oficyna Wydawnicza Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, 2018.	
2. Olejniczuk-Merta A., Noga A., Inwestycyjny wymiar konsumpcji, Poltext, Warszawa, 2020.	
3. MacKinnon J.B., The Day the World Stops Shopping: How ending consumerism gives us a better life and a greener world, The Bodley Head Ltd, 2021.	
16. Formy oceny – szczegóły	
Ocena końcowa z ćwiczeń wystawiana jest na podstawie pisemnego kolokwium, natomiast elementem dającym możliwość podwyższenia oceny jest aktywność podczas zajęć.	
Ocena z wykładu na podstawie samodzielnie wykonanej prezentacji dotyczącej analizy wybranego przez studenta trendu/magatrendu w konsumpcji i przedstawienia własnego stanowiska w tym zakresie.	
Oceniane będą:	
- dobór literatury i jej umiejętne wykorzystanie	
- samodzielna analiza problemu i danych	
- ekonomiczne podejście do analizowanego zagadnienia	
- własne wnioski, wynikające z analizy	
17. Inne przydatne informacje o przedmiocie	
1. Bezpośrednich informacji o problematyce zajęć i treściach programowych udziela Prowadzący w trakcie zajęć i podczas konsultacji	
2. Zajęcia odbywać się będą w Uczelni w Białej Podlaskiej	
3. Zajęcia odbywać się będą zgodnie z aktualnym planem zajęć	
4. Konsultacje odbywać się będą zgodnie z obowiązującym terminarzem	