

1.	Nazwa kierunku	zarządzanie
2.	Cykl rozpoczęcia	2014/2015 (semestr zimowy)
3.	Poziom kształcenia	studia pierwszego stopnia
4.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
5.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

Moduł kształcenia: Teoria równowagi i zachowania konsumenta

Kod modułu: 35-ZA-S1-WM-TRIZK

1. Liczba punktów ECTS: 2

2. Zakładane efekty kształcenia modułu			
kod	opis	efekty kształcenia kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
35-ZA-S1-WM-TRIZK_1	Student wyjaśnia fundamentalne zasady i koncepcje teorii ekonomii odnośnie funkcjonowania rynku oraz gospodarowania w warunkach ograniczonych zasobów	Z1_W02	5
35-ZA-S1-WM-TRIZK_2	Student interpretuje podstawowe koncepcje człowieka oraz ujęcia teorii motywacji	Z1_W10	3
35-ZA-S1-WM-TRIZK_3	Student posiada umiejętności interpretacji wybranych problemów współczesnej gospodarki i biznesu w świetle dorobku i poglądów autorytetów ekonomii i naukowego zarządzania	Z1_U20	3
35-ZA-S1-WM-TRIZK_4	Student jest przygotowany do adaptacji i działania w nowych warunkach i sytuacjach	Z1_K07	2
35-ZA-S1-WM-TRIZK_5	Student jest przygotowany do samodzielnego zdobywania i doskonalenia wiedzy oraz umiejętności profesjonalnych i badawczych	Z1_K09	4

3. Opis modułu	
Opis	Celem modułu jest ukazanie interdyscyplinarności zagadnień dotyczących zachowań konsumentów. Przedmiotem rozważań jest mikroekonomiczna analiza postępowania konsumentów, którzy na poszczególnych rynkach w ramach ograniczonych środków pieniężnych dokonują wyboru koszyka dóbr oraz wyboru kolejności zaspokajania różnorodnych potrzeb w celu osiągnięcia maksymalnego zadowolenia z konsumpcji (teoria użyteczności kardynalnej, porządkowej i teoria ujawnionych preferencji). Zakres tematyczny modułu obejmuje także przedstawienie psychologicznych i społecznych mechanizmów kształtowania się zachowań nabywców, ich motywacji i związane z tym działania marketingowe. Przedstawiony zostanie również proces tworzenia narzędzi wykorzystywanych przez firmy do badań zachowania klienta na rynku. W wyniku realizacji modułu student powinien: posiadać wiedzę specjalistyczną z zakresu zachowań konsumentów umożliwiającą rozwiązywanie problemów z pogranicza różnych dziedzin i działalności;

	2. diagnozować związki przyczynowo-skutkowe z uwzględnieniem wewnętrznych i zewnętrznych uwarunkowań zachowań konsumentów; 3. dokonać segmentacji psychograficznej rynku; 4. poznać metody badawcze stosowane w analizie zachowań konsumenckich; 5. nabyć umiejętność potrzebne do wykonywania zadań wymagających wiedzy z zakresu komponowania instrumentów oddziaływania na postępowanie nabywców.
Wymagania wstępne	Mikroekonomia

4. Sposoby weryfikacji efektów kształcenia modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty kształcenia modułu
TRIZK_w1	Egzamin pisemny - test wiedzy	Egzamin pisemny składa się z 15 pytań testowych wielokrotnego wyboru weryfikujących wiedzę studenta z całości problematyki teorii równowagi i zachowań konsumentów	35-ZA-S1-WM-TRIZK_1, 35-ZA-S1-WM-TRIZK_2, 35-ZA-S1-WM-TRIZK_3, 35-ZA-S1-WM-TRIZK_4, 35-ZA-S1-WM-TRIZK_5

5. Rodzaje prowadzonych zajęć						
kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów kształcenia
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
TRIZK_fs1	wykład	Wykład informacyjny z wykorzystaniem prezentacji multimedialnych. Dyskusja kierowana	30	Przygotowanie do testu wiedzy, lektura uzupełniająca	20	TRIZK_w1