

Nazwa przedmiotu	Zachowania nabywców				Kod ECTS	14.3.E.FZ.675					
					Pkt.ECTS	2					
					Limit osób	15					
Jednostka prowadząca przedmiot	KRT	Nazwa kierunku	Ekonomia		Nazwa specjalności	BRAK;					
Nazwisko prowadzącego	prof. UG dr hab. Katarzyna Hebel										
Forma zajęć/Liczba godzin											
Wykład	30	Ćwiczenia	0	Konwersatoria	0	Laboratoria komputerowe	0	Seminaria	0	Lektoraty	0
Forma aktywności						Rok i rodzaj studiów:	3 SS1,				
Godziny z udziałem nauczyciela akademickiego (w tym konsultacje, egzaminy i inne):						Semestr:	5,				
Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego (samodzielna praca studenta):						Status przedmiotu:	Fakultatywny				
Sumaryczna liczba godzin:						0	Język wykładowy:	polski			
Sposób realizacji zajęć	Zajęcia w sali dydaktycznej.										
Metody dydaktyczne	Wykłady z prezentacjami multimedialnymi, Studia przypadków, Dyskusja na zajęciach konwersatoryjnych,										
Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymogami wstępnymi											
Wymagania formalne	<b>Przedmioty wprowadzające:</b> Marketing, Badania marketingowe										
Wymagania wstępne	<b>Wymagania wstępne:</b> znajomość podstawowej problematyki marketingowej										
Sposób i forma zaliczenia oraz kryteria oceny											
Sposób zaliczenia	Zaliczenie na ocenę										
Kryteria oceny	Test zaliczeniowy w formie pisemnej										
Cele przedmiotu											
Celem przedmiotu do wyboru jest uzupełnienie realizacji wybranych celów kształcenia w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych przewidzianych dla kierunków ekonomia i / lub międzynarodowe stosunki gospodarcze.											
Efekty uczenia się											
Treści programowe											
<p>1. Temat zajęć <b>Potrzeby jako podstawa zachowania konsumenta</b>          Pojęcie potrzeb          Źródło i klasyfikacja potrzeb          Podstawowe teorie motywacji</p> <p>2. Temat zajęć <b>Pojęcie i rodzaje zachowań konsumenta</b>          Zachowania konsumentów jako rodzaj ludzkich zachowań          Etapy zachowań konsumenta          Specyfika zachowań konsumenta indywidualnego i instytucjonalnego</p> <p>3. Temat zajęć <b>Decyzje podejmowane przez konsumenta indywidualnego</b>          Pojęcie decyzji konsumenta          Determinanty decyzji          Klasyfikacje decyzji</p> <p>4. Temat zajęć <b>Zachowania finansowe jako rodzaj zachowań konsumenta</b>          Oszczędzanie          Pożyczanie          Ubezpieczanie          Inwestowanie</p> <p>5. Temat zajęć: <b>Zachowania nabywcze jako rodzaj zachowań konsumenta</b>          Zachowania nabywcze produktów          Zachowania nabywcze usług</p> <p>6. Temat zajęć: <b>Zachowania posprzedażne jako rodzaj zachowań konsumenta</b>          Zadowolenie konsumenta          Niezadowolenie i reklamacje          Pozbywanie się produktów i troska o środowisko</p> <p>7. Temat zajęć: <b>Zachowania dzieci i młodzieży jako nabywców</b>          Segmentacja rynku          Metodologia badań          Wyniki badań</p>											

8. Temat zajęć: **Zachowania seniorów jako nabywców**

Segmentacja rynku

Metodologia badań

Wyniki badań

9. Temat zajęć: **Zachowania nabywców usług bankowych**

Segmentacja rynku

Metodologia badań

Wyniki badań

10. Temat zajęć: **Zachowania nabywców usług medycznych**

Segmentacja rynku

Metodologia badań

Wyniki badań

11. Temat zajęć **Zachowania nabywców usług telefonii komórkowej**

Segmentacja rynku

Metodologia badań

Wyniki badań

12. Temat zajęć: **Zachowania nabywców usług edukacyjnych**

Metodologia badań

Wyniki badań

Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej

**Literatura:**

L. Rudnicki, *Zachowania konsumentów na rynku*, PWE, Warszawa 2012,

M.R. Solomon, *Zachowania i zwyczaje konsumentów*, Wydanie VI. Wydawnictwo Helion, Gliwice 2006.

M. Jaciow, A. Stolecka-Makowska, R. Wolny, *Ekonsument w Europie. Komparatywna analiza zachowań*, Wydawnictwo Helion, Gliwice 2013.

W. Wereda, *Zarządzanie relacjami z klientem (CRM) a postępowanie nabywców na rynku usług*, Difin, Warszawa 2009

*Przedsiębiorstwo i klient w gospodarce opartej na usługach*, pod red. I. Rudawskiej, M. Soboń. Difin, Warszawa 2009.

A. Falkowski, T. Tyszka, *Psychologia zachowań konsumenckich*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2009

S. Smyczek, I. Sowa, *Konsument na rynku, Zachowania, modele, aplikacje*, Wydawnictwo Difin, Warszawa 2005

G. Antonides, W.F. van Raaijn, *Zachowanie konsumenta. Podręcznik europejski*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2003.

K. Mazurek-Łopacińska, *Zachowania nabywców i ich konsekwencje marketingowe*, PWE, Warszawa 2003

Kontakt

[katarzyna.hebel@ug.edu.pl](mailto:katarzyna.hebel@ug.edu.pl),