

| | | | |
|------------------------------------|--|-------------|----------|
| Nazwa zajęć: | Zachowania konsumentów na rynku ogrodniczym | ECTS | 1 |
| Tłumaczenie nazwy na j. angielski: | Consumer behavior in the horticultural market | | |
| Zajęcia dla kierunku studiów: | Ogrodnictwo | | |

| | | | |
|---|--|-------------------|--|
| Język wykładowy: | polski | Poziom studiów: | II stopień |
| Forma studiów: | <input checked="" type="checkbox"/> stacjonarne <input type="checkbox"/> niestacjonarne | Status zajęć: | <input type="checkbox"/> podstawowe <input type="checkbox"/> obowiązkowe <input checked="" type="checkbox"/> kierunkowe <input checked="" type="checkbox"/> do wyboru |
| | | Numer semestru: 2 | <input checked="" type="checkbox"/> semestr zimowy <input type="checkbox"/> semestr letni |
| Rok akademicki, od którego obowiązuje opis (rocznik): | | 2021/2022 | Numer katalogowy: OGR-O2-S-2Z16.25 |

| | | | |
|--|---|--|--|
| Koordynator zajęć: | dr inż. Dagmara Stangierska | | |
| Prowadzący zajęcia: | dr inż. Dagmara Stangierska | | |
| Jednostka realizująca: | Pracownia Organizacji i Ekonomiki Ogrodnictwa, Katedra Sadownictwa i Ekonomiki Ogrodnictwa, Instytut Nauk Ogrodniczych | | |
| Jednostka zlecająca: | Wydział Ogrodniczy | | |
| Założenia, cele i opis zajęć: | Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z możliwościami sfinansowania nowych przedsięwzięć gospodarczych oraz dofinansowanie na potrzeby rozwojowe istniejących podmiotów gospodarczych z źródeł prywatnych i publicznych podmiotów finansowych. Zachowania konsumentów – ich istota i uwarunkowania. Demograficzno-ekonomiczne oraz społeczno-kulturowe determinanty zmian zachowań konsumentów. Nowe trendy w zachowaniach konsumentów na rynku żywności. Metody badania zachowań konsumentów. Czynniki warunkujące wybór produktów ogrodniczych (spożywczych, roślin ozdobnych) Proces podejmowania decyzji o produktach ogrodniczych. Postawy i zachowania konsumentów w stosunku do wybranych kategorii produktów ogrodniczych. Wpływ komunikacji rynkowej na zachowania konsumentów wobec produktów ogrodniczych. Styl życia w odniesieniu do żywności jako psychograficzne kryterium segmentacyjne konsumentów produktów ogrodniczych (spożywczych, roślin ozdobnych). | | |
| Formy dydaktyczne, liczba godzin: | Wykłady: liczba godzin 15 | | |
| Metody dydaktyczne: | Wykład, analiza przypadku, dyskusja W przypadku zaistnienia konieczności przeprowadzenia zajęć z wykorzystaniem metod zdalnego nauczania, w ten sposób będą realizowane treści o charakterze audytoryjnym. | | |
| Wymagania formalne i założenia wstępne: | brak | | |
| Efekty uczenia się: | Wiedza: W_01 – ma pogłębioną wiedzę z zakresu zachowań konsumentów na rynku ogrodniczym | Umiejętności: U_01 – potrafi dokonać wstępnej analizy zachowań konsumentów na rynku ogrodniczym | Kompetencje: K_01 – jest świadomy społecznej, zawodowej i etycznej odpowiedzialności przedsiębiorstw funkcjonujących na rynku ogrodniczym |
| Sposób weryfikacji efektów uczenia się: | Efekt W_01, U_01, K_01 – egzamin | | |
| Forma dokumentacji osiągniętych efektów uczenia się: | Egzamin pisemny | | |
| Elementy i wagi mające wpływ na ocenę końcową: | Egzamin – 100% | | |
| Miejsce realizacji zajęć: | Sala dydaktyczna | | |
| Literatura podstawowa: | <ol style="list-style-type: none"> Rudnicki L., 2012: Zachowania konsumentów na rynku, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa East R., Wright M., Vanhuele M., 2011. Zachowania konsumentów, Oficyna Ekonomiczna Grupa Wolters Kluwer, Warszawa Światowy G., 2006: Zachowania konsumentów, Determinanty oraz metody poznania i kształtowania, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa | | |
| Literatura uzupełniająca: | artykuły naukowe i popularno-naukowe oraz materiały internetowe związane z tematyką zajęć | | |
| UWAGI | | | |

Wskaźniki ilościowe charakteryzujące modul/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: | 27 h |
| Łączna liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia: | 0,5 ECTS |

Tabela zgodności kierunkowych efektów uczenia się z efektami przedmiotu:

| kategoria efektu | Efekty uczenia się dla zajęć: | Odniesienie do efektów dla programu studiów dla kierunku | Oddziaływanie zajęć na efekt kierunkowy*) |
|---------------------|---|--|---|
| Wiedza - W_01 | ma pogłębioną wiedzę z zakresu zachowań konsumentów na rynku ogrodniczym | K_W08 | 1 |
| Umiejętności – U_01 | potrafi dokonać wstępnej analizy zachowań konsumentów na rynku ogrodniczym | K_U06 | 1 |
| Kompetencje - K_01 | jest świadomy społecznej, zawodowej i etycznej odpowiedzialności przedsiębiorstw funkcjonujących na rynku ogrodniczym | K_K04 | 1 |

*)

3 – znaczący i szczegółowy,

2 – częściowy,

1 – podstawowy,