

Zachowania konsumenckie

Sylabus zajęć

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Socjologia Specjalność - Jednostka organizacyjna Wydział Socjologii Poziom studiów studia pierwszego stopnia Forma studiów studia stacjonarne Profil studiów profil ogólnoakademicki		Cykl dydaktyczny 2024/25 Kod zajęć 24SOCS.12P.13402.24 Języki wykładowe polski Obligatoryjność Obowiązkowy w module Blok zajęciowy Przedmioty podstawowe
Koordynator zajęć	Ariel Modrzyk	
Prowadzący zajęcia	Ariel Modrzyk	
Okres Semestr 2	Forma zajęć / liczba godzin / forma zaliczenia • Konwersatorium: 30, Zaliczenie z oceną	Liczba punktów ECTS 3

Cele kształcenia dla zajęć

Kod	Cel
C1	Przekazanie wiedzy z zakresu zachowań konsumenckich i czynników je warunkujących
C2	Rozwinięcie zdolności wykorzystywania kategorii teoretycznych socjologii, psychologii, marketingu , ekonomii i innych nauk społecznych do opisu zachowań konsumenckich człowieka
C3	Rozwinięcie umiejętności świadomego wyboru perspektywy teoretycznej w analizie zachowań konsumenckich i dostrzegania konsekwencji tego wyboru dla praktyki
C4	Wyrobieenie umiejętności pisania opracowań naukowych
C5	Wyrobieenie umiejętności planowania, organizowania i prowadzenia prezentacji w małych grupach
C6	Rozwinięcie umiejętności pracy zespołowej

Wymagania wstępne

Brak

Efekty uczenia się dla zajęć

Kod	Efekty uczenia się dla zajęć w zakresie	Efekty uczenia się dla kierunku	Metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się dla zajęć
Wiedzy - Student/ka:			
W1	Posiada wiedzę o zachowaniach konsumenckich i czynnikach je warunkujących	SOC_K1_W05, SOC_K1_W07	Prezentacja multimedialna
Umiejętności - Student/ka:			
U1	Formułuje problemy zachowań konsumenckich człowieka w kategoriach nauk społecznych	SOC_K1_U01	Projekt, Prezentacja multimedialna
U2	Formułuje problemy determinant zachowań konsumenckich człowieka w kategoriach nauk społecznych	SOC_K1_U01, SOC_K1_U07	Projekt, Prezentacja multimedialna
U3	Potrafi wybrać odpowiednią perspektywę teoretyczną do analizy problemu badawczego	SOC_K1_U01	Projekt, Prezentacja multimedialna
U4	Potrafi interpretować teksty naukowe powiązane z tematyką zachowań konsumenckich	SOC_K1_U01, SOC_K1_U03	Projekt, Prezentacja multimedialna
U5	Potrafi wypowiedzieć się na forum grupy na temat zachowań konsumenckich i czynników je warunkujących	SOC_K1_U03	Projekt, Prezentacja multimedialna
U6	Umie poszukiwać i analizować dane zastane	SOC_K1_U02, SOC_K1_U06, SOC_K1_U07	Projekt, Prezentacja multimedialna
U7	Planuje i przeprowadza prezentację ustną w grupie	SOC_K1_U06	Projekt, Prezentacja multimedialna
Kompetencji społecznych - Student/ka:			
K1	Potrafi wypowiedzieć się na forum grupy na temat zachowań konsumenckich i czynników je warunkujących	SOC_K1_K03	Projekt, Prezentacja multimedialna

Treści programowe dla zajęć

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
1.	Prezentacja i dyskusja nad projektami grupowymi	W1, U1, U2, U3, U4, U5, U6, U7, K1	Konwersatorium

Informacje dodatkowe

Forma zajęć	Metody i formy prowadzenia zajęć
Konwersatorium	Dyskusja, Metoda warsztatowa, Demonstracje dźwiękowe i/lub video, Praca w grupach

Forma zajęć	Warunki zaliczenia zajęć
Konwersatorium	Warunki zaliczenia: - obecność na zajęciach (dopuszczalne są dwie nieusprawiedliwione nieobecności). Dwie kolejne nieobecności skutkują koniecznością zaliczenia materiału - projekt grupowy przedstawiany w formie prezentacji multimedialnej Tematy projektu grupowego ustalane są na pierwszych zajęciach. Przykładowe tematy to: • Zmiany zachowań konsumenckich w tym związane z celami zrównoważonego rozwoju, gospodarką cyrkluarną i megatrendami • Zachowania transportowe • Konsumpcja mięsa • Zużycie energii • Śmieci • Suplementy diety Realizacja projektu: • identyfikacja problemu (statystyki dotyczące danego zachowania konsumpcyjnego, • przeprowadzenie dwutygodniowej obserwacji własnych zachowań (z naciskiem na to, z jakimi innymi praktykami powiązane jest dane zachowanie konsumpcyjne, które mogą utrudniać lub ułatwiać zmianę tego zachowania itp.) • analiza wniosków z badania danego zachowania konsumpcyjnego z wykorzystaniem narzędzi badawczych omawianych na zajęciach (socjologiczne ujęcie zachowań konsumenckich – wpływ rodziny, otoczenia, kultury itp.) • wnioski z analizy będą przedstawione w ramach 20-minutowej prezentacji w czasie zajęć Ważne: Należy pamiętać o odniesieniu analizy do literatury omawianej na zajęciach Ocenie podlega: realizacja wymogów dot. wykonania projektu, odwołanie do literatury, formalna i językowa poprawność opracowania.

Literatura

Obowiązkowa

1. Blau P., Wymiana społeczna, [w:] Współczesne teorie socjologiczne T.1, Jasińska Kania A., Nijakowski L.M., Szacki J., Ziółkowski M. (red.), Scholar, Warszawa 2006.
2. Campbell C., Kupuję, więc wiem, że jestem. Metafizyczne podstawy nowoczesnego konsumeryzmu, Tłumaczenie Maja Brzozowska-Brywczyńska, Kultura Popularna, 4 (18)/2006, str. 47-59
3. Kopytoff I., Kulturowa biografia rzeczy – utowarowienie jako proces, [w:] Badanie kultury. Elementy teorii antropologicznej, Kempny M., Nowicka E. (red.), PWN, Warszawa 2003.
4. Ritzer George (2012), „Magiczny świat konsumpcji”. Tłum. L. Stawowy, Warszawa: Warszawskie Wydawnictwo Literackie MUZA SA. (fragm.)
5. Robbins R.H., Globalne problemy a kultura kapitalizmu, Pro Publico, Poznań 2008. (fragm.)
6. Simmel G., Z psychologii mody, Studium socjologiczne, [w]: Tenże, Pisma socjologiczne, Oficyna Naukowa, Warszawa 2008.
7. Veblen Thorstein (2008), „Teoria klasy próżniaczej”. Tłum. J. Frentzel-Zagórska, Warszawa: Warszawskie Wydawnictwo Literackie MUZA SA. (fragm.)

8. Maison, Dominika, Adamczyk, Dominika (2019) Ideologia czy zdrowie – dwa typy wegetarianizmu, „Marketing i rynek” 8: 15-23.
9. Smolarek, Magdalena (2013) Kupowanie i wyrzucanie, składowanie i kolekcjonowanie, ponowne wykorzystanie przedmiotów – współczesne tendencje wśród zachowań konsumenckich, „Kultura i Społeczeństwo” 4: 69-82.
10. Czarnecka, Julita (2005) Metafora cyborga – wpływ konsumpcji na jakość życia i budowanie tożsamości, w: „Konsumpcja - istotny wymiar globalizacji kulturowej”, Aldona Jawłowska-Konstanciak, Marian Kempny (red.), s. 117-128, Wydawnictwo IFiS PAN, ISNS
11. Sadura, Przemysław (2012) Wielość w jedności: klasa średnia i jej zróżnicowanie, w: „Style życia i porządek klasowy w Polsce”, Przemysław Sadura i Maciej Gdula (red.), s. 163-193, Warszawa: Scholar.
12. Bilewicz, Aleksandra, Potkańska, Dominika (2013) Jak kielkuje społeczeństwo obywatelskie. Kooperatywy spożywcze w Polsce. „Trzeci sektor” 31(3): 25-44.
13. Kopczyńska, Ewa (2015) Co to jest jedzenie naturalne. Socjonatura na targowisku. „Studia socjologiczne” 4(219): 181-203.
14. Banaszek, Marcin (2016) Ekonomia współdzielenia jako alternatywny kierunek rozwoju miast, „Ekonomia Społeczna” 1: 51-59.
15. Wardak, Paulina, Zalega, Tomasz (2013) Konsumpcja kolaboratywna jako nowy trend konsumencki, „Studia i Materiały” 16: 7-32.
16. Kazimierzczak, Marek, Malchrowicz-Moško, Ewa (2021) Overtourism w etycznej perspektywie. „Turystyka Kulturowa” 1(118): 38-55.
17. Literatura wskazywana i przekazywana przez osobę prowadzącą w ramach przygotowania do zajęć

Dodatkowa

1. Aldridge A., Konsumpcja, Sic!, Warszawa 2006.
2. Bataille G., Część przeklęta oraz ekonomia na miarę wszechświata. Granica użytecznego, KR, Warszawa 2002.
3. Bauman Z., Praca, konsumpcjonizm i nowi ubodzy, wyd. WAM, Kraków 2006
4. Bauman Zygmunt (2009), „Konsumowanie życia”. Tłum. M. Wyrwas-Wiśniewska, Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
5. Drozdowski R., Obraza na obrazy. Strategie społecznego oporu wobec obrazów dominujących, Zysk i S-ka, Poznań 2009.
6. Picket K., Wilkinson R., Duch równości. Tam gdzie panuje równość, wszystkim żyje się lepiej, Czarna Owca, Warszawa 2011.
7. Schloster E., Kraina fast foodów. Ciemna strona amerykańskich szybkich dań, MUZA S.A., Warszawa 2005.
8. Sulima R., Antropologia codzienności, UJ, Kraków 2000.
9. Zachowanie konsumenta. Podręcznik akademicki, red. Antonides G., van Raaj W.F, PWN, Warszawa 2003.
10. Baudrillard Jean, Społeczeństwo konsumpcyjne: jego mity i struktury, tłum. Królak Sławomir, Sic!, Warszawa 2006.
11. Culler J., Teoria śmieci, „Kultura Współczesna” 4/2007.
12. Mazurek M., Społeczeństwo kolejki. O doświadczeniu niedoboru 1945-1989, TRIO, Warszawa 2010.
13. Heath J., Potter A., Bunt na sprzedaż. Dlaczego kultury nie da się zagłuszyć, Muza, Warszawa 2010.
14. Klein, N., No Logo. Warszawa 2004: Wydawnictwo Świat Literacki.
15. Kochanowski J., Tylnymi drzwiami. „Czarny rynek” w Polsce w 1944-1989, Neriton, Warszawa 2010.
16. Krajewski M., Dyskretna niezgoda. Opór i kultura materialna, „Kultura Współczesna” 2/2010.
17. Skowrońska M., Minimalizm i chomikowanie; jak radzić sobie z nadmiarem przedmiotów?, „Kultura Współczesna” 1/20.

Nakład pracy studenta i punkty ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
Konwersatorium	30
Przygotowanie do zajęć	10
Czytanie wskazanej literatury	10
Przygotowanie prezentacji multimedialnej	15

Przygotowanie projektu	20
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 85
Liczba punktów ECTS	ECTS 3

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Efekty uczenia się dla kierunku

Kod	Treść
SOC_K1_K03	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do uczestniczenia w dyskusji na tematy społeczne – formułowania własnego stanowiska w oparciu o wiedzę socjologiczną oraz wykorzystywania wiedzy socjologicznej do rozumienia stanowisk stron w dyskusji
SOC_K1_U01	Absolwent/ka potrafi rejestrować i interpretować procesy i wydarzenia społeczne (zwłaszcza dotyczące współczesnego społeczeństwa polskiego oraz innych społeczeństw stanowiących tło porównawcze) przy pomocy pojęć i teorii socjologicznych
SOC_K1_U02	Absolwent/ka potrafi zaplanować i zrealizować badanie socjologiczne przy użyciu ilościowych i jakościowych metod i technik badań, a także zastosować normy etyczne w praktyce badawczej
SOC_K1_U03	Absolwent/ka potrafi przygotowywać prace i wystąpienia w języku polskim, służące komunikacji naukowej i pozostające w zgodzie z jej regułami
SOC_K1_U06	Absolwent/ka potrafi planować, realizować i monitorować własną pracę oraz podejmować i realizować różnorodne role w zespołach
SOC_K1_U07	Absolwent/ka potrafi zidentyfikować źródła zasad zrównoważonego rozwoju i krytycznie oceniać możliwości aplikowania tych zasad w projektach społecznych
SOC_K1_W05	Absolwent/ka zna i rozumie w zaawansowanym stopniu kluczowe teorie socjologiczne oraz ich zastosowania w przedsięwzięciach badawczych
SOC_K1_W07	Absolwent/ka zna i rozumie cele i zasady zrównoważonego rozwoju, w tym te przyjęte przez państwa członkowskie Organizacji Narodów Zjednoczonych