

I. OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE (MODULE)

Psychologia zachowań poznawczych

Nazwa jednostki organizacyjnej prowadzącej kierunek:	Uczelnia Biznesu i Nauk Stosowanych „Varsovia”
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	ZARZĄDZANIE, studia II stopnia
Liczba punktów ECTS	3
Język przedmiotu- polski, angielski, inny	polski
Profil kształcenia:	PRAKTYCZNY
Nazwa specjalności:	Doradztwo zawodowe z elementami BHP
Rodzaj modułu kształcenia: (wskazać właściwe)	specjalnościowy
Rok / Semestr:	II/3
Osoba koordynująca przedmiot:	Koordinator kierunku
Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):	Przedmioty kierunkowe z semestrów 1-2
Cele realizacji przedmiotu	Wyposażenie Studentów w pogłębioną wiedzę oraz umiejętności i kompetencje społeczne, umożliwiające w praktyce życia społeczno-gospodarczego efektywne i kreatywne wdrażanie założeń psychologii zachowań konsumenckich

II. FORMY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH ORAZ WYMIAR GODZIN

	Wykład	Ćwiczenia/konwersatorium	Laboratorium	Warsztaty	Projekt	Seminarium	Praktyki	Ko	Egzamin / zaliczenie	Suma godzin	Ogółem ECTS
Studia stacjonarne		60							2	62	3
Studia niestacjonarne		30							3	33	3

III. METODY REALIZACJI ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

Formy zajęć	Metody dydaktyczne (właściwe podkreślić)
Ćwiczenia	<u>case study,</u> <u>metoda sytuacyjna,</u> <u>metoda projektów,</u> <u>dyskusja dydaktyczna,</u> <u>Ćwiczenia rachunkowe</u> <u>Ćwiczenia z wykorzystaniem narzędzi informatycznych</u> - edukacyjna gra Gra symulacyjna Drama Inne

IV. PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIENIEM DO EFEKTÓW KIERUNKU

Lp.	Opis przedmiotowych efektów uczenia się	Odniesienie do efektu kierunkowego symbol
<b>Wiedza:</b>		
P_W01	Student zna w pogłębionym stopniu aspekty teoretyczne psychologii zachowań konsumenckich oraz ma praktyczną wiedzę o psychologicznych uwarunkowaniach i regułach rządzących zachowaniami rynkowymi konsumentów a także zna mechanizmy zachowań konsumentów, ich relacje z przedsiębiorstwem oraz wpływ na jego decyzje	K2P_W02 K2P_W06

<b>Umiejętności:</b>		
P_U01	Student posiada umiejętność, krytycznego rozumienia i integrowania wiedzy z zakresu marketingu, zarządzania i psychologii, umożliwiającą identyfikację oraz interpretację problemów związanych z psychologicznymi aspektami zachowań konsumentów	K2P_U01 K2P_U02 K2P_U04
P_U02	Student potrafi zastosować zaawansowane ujęcia teoretyczne i badawcze do diagnozy sytuacji, samodzielnego podejmowania decyzji i tworzenia innowacyjnych rozwiązań w zakresie wykorzystania psychologii zachowań konsumenckich na gruncie marketingu	K2P_U01 K2P_U02 K2P_U04
P_U03	Student posiada umiejętność integrowania i wykorzystywania wiedzy z zakresu marketingu, zarządzania i psychologii w celu tworzenia innowacyjnych rozwiązań konkretnych problemów związanych z psychologią zachowań konsumentów	K2P_U02 K2P_U02 K2P_U04
<b>Kompetencje społeczne:</b>		
P_K01	Student jest gotowy do krytycznej oceny otrzymywanych informacji w zakresie psychologii zachowań konsumenckich	K2P_K01
<b>V. TREŚCI KSZTAŁCENIA</b>		
Lp.	Ćwiczenia (właściwe wybrać)	Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się
T1	Psychologia postrzegania. Procesy uwagi	P_W01, P_U01-P_U03, P_K01,
T2	Motywacja i emocje w zachowaniach konsumenckich	P_W01, P_U01-P_U03, P_K01,
T3	Procesy uczenia się i pamięci a strategie marketingowe	P_W01, P_U01-P_U03, P_K01,
T4	Osobowość a zachowania konsumenckie	P_W01, P_U01-P_U03, P_K01,
T5	Postawy konsumenckie - istota, badanie, związek postawy z zachowaniem, marketingowe strategie zmiany postaw	P_W01, P_U01-P_U03, P_K01,
T6	Proces zakupowy z perspektywy psychologii	P_W01, P_U01-P_U03, P_K01,
T7	Demografia zakupów - różnice i podobieństwa w zachowaniach konsumenckich kobiet i mężczyzn	P_W01, P_U01-P_U03, P_K01,
T8	Wywieranie wpływu. Psychologia sprzedaży	P_W01, P_U01-P_U03, P_K01,
T9	Demografia zakupów - analiza porównawcza wybranych przykładów	P_W01, P_U01-P_U03, P_K01,
P1	Case Studies	P_W014, P_U01-P_U03, P_K01,
<b>VI. METODY WERYFIKACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ</b>		
Forma zajęć, w ramach której weryfikowany jest EU	Metoda weryfikacji (WŁAŚCIWE WYBRAĆ) Egzamin pisemny, egzamin ustny, kolokwium, projekt, prezentacja, referat, esej inne	Kategoria weryfikowanych efektów uczenia się: wiedza, umiejętności, kompetencje społeczne WŁAŚCIWE WYBRAĆ
Ćwiczenia	Praca zaliczeniowa	P_W01-P_W04, P_U01-P_U03, P_K01,
Zajęcia projektowe	Projekt – case studies	P_W01-P_W04, P_U01-P_U03, P_K01,
<b>WARUNKI ZALICZENIA PRZEDMIOTU wskazać właściwe</b>		
	Zaliczenie wszystkich form zajęć przedmiotu (Ćwiczeń, projektu, laboratorium, pozytywna ocena egzaminu ....., INNE	
Ćwiczenia	Pozytywnie zaliczona praca pisemna. Pozytywnie zaliczony projekt, ocena pracy w grupie,	P_W01, P_U01-P_U03, P_K01,
<b>VIII. NAKŁAD PRACY STUDENTA – WYMIAR GODZIN I BILANS PUNKTÓW ECTS</b>		

Rodzaj aktywności ECTS	Obciążenie studenta	
	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
1. Udział w zajęciach z bezpośrednim udziałem osoby prowadzącej zajęcia i studentów (ćwiczenia) – <b>SUMA godzin</b> – z punktu II	62	33
W tym		
1.1. Udział w zajęciach z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego i studentów	60	30
1.2. Egzaminy/zaliczenia -liczba godzin	2	3
1.3. Udział w konsultacjach -liczba godzin		
2. Indywidualna praca własna studenta - liczba godzin – Projekt / esej / studium przypadku / zadanie praktyczne, samodzielne przygotowanie się do zajęć, egzaminów, zaliczeń	13	42
<b>Sumaryczne obciążenie pracą studenta (25h = 1 ECTS) SUMA godzin i ECTS</b>	<b>75/3</b>	<b>75/3</b>
<b>IX. LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE</b>		
<b>Literatura podstawowa przedmiotu:</b> Górka-Chowaniec A., <b>Zachowania konsumentów, PWE, 2022</b> Stasiuk K., Maison D., Psychologia konsumenta, PWN 2017 Zachowania konsumentów. Globalizacja, nowe technologie, aktualne trendy, otoczenie społeczno-kulturowe, oprac. zbior., PWN 2017		
<b>Literatura uzupełniająca przedmiotu:</b> Sędzimir T. Psychologia w sprzedaży Onepress, 2022 Psychologia ekonomiczna, Zaleśkiewicz T., PWN, Warszawa, 2011 Czujesz, czyli o komunikacji marketingowej i sprzedaży skierowanej do kobiet. Wstęp do gender marketingu, Pawlikowska K., Poleszak M., CeDeWu, Warszawa, 2012		
<b>Inne materiały dydaktyczne:</b>		