

Konsument w erze cyfrowej
Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Jakość i rozwój produktu Specjalność Menedżer rozwoju produktu Jednostka organizacyjna UEP Poziom kształcenia studia drugiego stopnia (po st. inżynierskich) Forma studiów stacjonarne Profil kształcenia ogólnoakademicki		Cykl dydaktyczny 2025/2026 Kod przedmiotu UEPjIRP11S.42C.206048.25 Język wykładowy Polski Obligatoryjność Obowiązkowy Blok zajęciowy Blok C		
Osoba odpowiedzialna za treść sylabusa		Tomasz Zawadzki		
Okres Semestr 2		Forma zaliczenia Zaliczenie Forma prowadzenia i godziny zajęć <ul style="list-style-type: none"> • Uczestnictwo w wykładach: 15 • Uczestnictwo w ćwiczeniach: 15 		Liczba punktów ECTS 2

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Uzyskanie pogłębionej wiedzy na temat wpływu cyfryzacji i nowych technologii na zmiany w otoczeniu konsumenta oraz ich znaczenie w procesach gospodarowania.
C2	Zrozumienie i analiza współczesnych modeli zachowań konsumentów w kontekście środowiska cyfrowego i tradycyjnego.
C3	Rozwinięcie umiejętności identyfikacji i oceny czynników determinujących zachowania konsumentów w przestrzeni fizycznej oraz cyfrowej, ze szczególnym uwzględnieniem specyfiki internetu i mediów społecznościowych.
C4	Wykształcenie umiejętności stosowania wiedzy o cyfrowych zachowaniach konsumentów w projektowaniu i implementacji strategii marketingowych w środowisku online.

Cele kształcenia UEP

Kod	Treść celu
CS2_1.1	student krytycznie rozważa kwestie teoretyczne i praktyczne
CS2_1.2	student krytycznie ocenia alternatywy w celu wypracowania optymalnego rozwiązania
CS2_1.3	student rozumie najważniejsze aspekty wpływu makro- i mikrootoczenia na decyzje biznesowe
CS2_3.1	student rozumie i docenia, jak względy etyczne oraz zasady zrównoważonego rozwoju wpływają na decyzje biznesowe
CS2_3.2	student rozumie społeczną odpowiedzialność biznesu i istotę zrównoważonego rozwoju

Wymagania wstępne

Podstawowa wiedza z przedmiotu marketing, w tym z tematyki zachowań nabywców.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	Student identyfikuje i charakteryzuje trendy w zachowaniach konsumentów w środowisku cyfrowym, wskazując ich przejawy na podstawie najnowszych badań polskich i zagranicznych nabywców.	K2_W02, K2_W03	Sprawdzian pisemny testowy
W2	Student opisuje i porównuje modele zachowań konsumentów w przestrzeni fizycznej i cyfrowej, ze szczególnym uwzględnieniem specyfiki zakupów online i mobile.	K2_W05, K2_W10	Sprawdzian pisemny testowy
W3	Student wymienia i objaśnia czynniki wpływające na zachowania konsumentów w erze cyfrowej, w tym rolę mediów społecznościowych, sztucznej inteligencji i personalizacji.	K2_W01, K2_W08	Sprawdzian pisemny testowy
Umiejętności			
U1	Student analizuje współczesne trendy konsumenckie w kontekście cyfryzacji i przewiduje ich skutki dla działalności przedsiębiorstw w e-commerce i omnichannel.	K2_U01, K2_U03, K2_U08	Sprawdzian pisemny testowy, Projekt grupowy
U2	Student interpretuje i mapuje etapy procesu zakupowego konsumenta w środowisku online, uwzględniając specyfikę różnych urządzeń i platform cyfrowych.	K2_U01, K2_U05, K2_U09	Sprawdzian pisemny testowy, Projekt grupowy
U3	Student kategoryzuje i ocenia wpływ czynników wewnętrznych i zewnętrznych na zachowania konsumentów w erze cyfrowej, ze szczególnym uwzględnieniem aspektów technologicznych i psychologicznych.	K2_U01, K2_U03, K2_U06, K2_U08	Sprawdzian pisemny testowy, Projekt grupowy
Kompetencje społecznych			
K1	Student jest zorientowany na działania wspierające koncepcję zrównoważonej konsumpcji w kontekście gospodarki cyfrowej i sharing economy.	K2_K03, K2_K04	Projekt grupowy

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
K2	Student przestrzega zasad etycznych dotyczących prywatności i ochrony danych konsumentów w środowisku cyfrowym podczas realizacji projektów badawczych.	K2_K01, K2_K05	Projekt grupowy
K3	Student jest gotów do krytycznej oceny wpływu technologii cyfrowych na zachowania konsumentów i społeczeństwa.	K2_K02, K2_K05	Projekt grupowy

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Ewolucja zachowań konsumenckich w kontekście cyfryzacji i nowych technologii	C1, C2	W1, U1, K3
2.	Modele podejmowania decyzji zakupowych w środowisku online i offline	C2, C3	W2, U2, K2
3.	Wpływ mediów społecznościowych na preferencje i wybory konsumentów	C1, C3	W3, U3, K3
4.	Cykl życia klienta oraz metody pomiaru satysfakcji klienta.	C2, C4	W2, U2, K3
5.	Analiza danych cyfrowych w badaniu zachowań konsumenckich	C3, C4	W1, U3, K2
6.	Bezpieczeństwo i prywatność konsumentów w środowisku cyfrowym	C1, C3	W3, U3, K2
7.	Omnichannel i customer journey w erze cyfrowej	C2, C4	W2, U2, K1
8.	Trendy i innowacje w marketingu cyfrowym ukierunkowanym na konsumenta	C1, C4	W1, U1, K1

Literatura

Obowiązkowa

- Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. (2017). Marketing 4.0. Era cyfrowa. Warszawa: MT Biznes.
- Mazurek - Łopacińska, M. (2021). Zachowania konsumentów na współczesnym rynku. Wydawnictwo PWE, Warszawa
- Mazurek, G. (2018). E-marketing. Strategia. Planowanie. Praktyka. Warszawa: Poltext.
- Dejnaka, A. (2021). Proces podejmowania decyzji zakupowych przez e-konsumentów w kontekście mediów społecznościowych. Wydawnictwo CeDeWu. Warszawa

Zalecana

- Kaczmarek, M. (2022). Konsument na rynku bankowości mobilnej w Polsce. Podobieństwa i różnice międzypokoleniowe. Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu. <https://doi.org/10.18559/978-83-8211-158-3>
- Smyczek, S. (red.) (2022). Wykluczenie konsumenckie - przyczyny, obszary i formy współczesnego wykluczenia rynkowego. Wydawnictwo UE Katowice, Katowice
- Grabowoda, B. (2022). E-konsumenci jutra. Pokolenie Z i technologie mobilne. Wydawnictwo POLTEX, Warszawa
- Sobocińska, M. (red.) (2023), Konsument i rynek, Wydawnictwo UE Wrocław, Wrocław
- Kotler, Ph. (red.) (2024), Marketing 6.0 Przyszłość jest immersyjna, MT Biznes, Warszawa

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

Metoda projektów , Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Analiza przypadków

Metody nauczania	Sposób zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
Wykład	Sprawdzian pisemny testowy	Sprawdzian testowy 50 pytań jednorazowego wyboru teoretycznych - zaliczenie od 51% poprawnych odpowiedzi.
Ćwiczenia	Projekt grupowy	Wykonanie projektu w grupach 3 osobowych - Zachowania konsumentów na wybranym rynku - analiza źródeł wtórnych.

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane aktywności	
Uczestnictwo w wykładach	15	
Uczestnictwo w ćwiczeniach	15	
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	10	
Przygotowanie projektu	10	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	10	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 60	ECTS 2.0
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 40	ECTS 1.5
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 25	ECTS 1.0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Kierunkowe efekty uczenia się

Kod	Treść
K2_K01	absolwent jest gotów do wypełniania zobowiązań społecznych, mając świadomość roli eksperta ds. jakości i rozwoju produktu oraz odpowiedzialności za podejmowane decyzje
K2_K02	absolwent jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy i uznawania jej znaczenia w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych oraz zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu
K2_K03	absolwent jest gotów do myślenia i działania w sposób kreatywny i przedsiębiorczy oraz poszukiwania nowych rozwiązań w zakresie jakości i rozwoju produktów z uwzględnieniem oceny szans i ryzyka planowanych przedsięwzięć
K2_K04	absolwent jest gotów do angażowania się w przedsięwzięcia o charakterze gospodarczym, społecznym i kulturowym, kierując się celami równoważonego rozwoju oraz zasadami inkluzywności
K2_K05	absolwent jest gotów do społecznie odpowiedzialnego i profesjonalnego pełnienia ról zawodowych, wykorzystywania wiedzy i umiejętności w zakresie jakości i rozwoju produktów z uwzględnieniem zmieniających się potrzeb społecznych, postępując zgodnie z zasadami etyki i dbając o dorobek i tradycje zawodu
K2_U01	absolwent potrafi pozyskiwać, analizować, integrować i wykorzystywać informacje właściwe dla studiowanego kierunku z dostępnej literatury oraz wybranych baz danych, dokonywać ich syntezy, interpretacji i krytycznej oceny, a także wyciągać wnioski i formułować opinie
K2_U03	absolwent potrafi pozyskiwać, analizować i interpretować pierwotne i wtórne dane empiryczne oraz wykorzystywać je w procesie kształtowania jakości i planowania rozwoju produktów w warunkach nie w pełni przewidywalnych
K2_U05	absolwent potrafi planować i przeprowadzać badania dotyczące jakości i rozwoju produktu, w tym pomiary i symulacje oparte na wykorzystaniu metod i narzędzi cyfrowych, interpretować uzyskane wyniki i formułować na ich podstawie wnioski
K2_U06	absolwent potrafi zdefiniować problem badawczy, formułować i testować hipotezy badawcze związane z prostymi problemami naukowymi dotyczącymi jakości, bezpieczeństwa i rozwoju produktów
K2_U08	absolwent potrafi dokonać krytycznej analizy istniejących rozwiązań oraz zaproponować ich udoskonalenie w oparciu o znajomość nowych technologii, w tym technologii informacyjno-komunikacyjnych
K2_U09	absolwent potrafi zaprojektować produkt zgodnie z zadaną specyfikacją i z uwzględnieniem zasad projektowania uniwersalnego, analizując różne rozwiązania i proponując możliwości jego rozwoju
K2_W01	absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu wybrane fakty i zjawiska stanowiące zaawansowaną wiedzę z zakresu dyscyplin tworzących podstawy teoretyczne programu studiów dla kierunku studiów jakość i rozwój produktu
K2_W02	absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu główne trendy rozwojowe, w szczególności trend zrównoważonej produkcji i konsumpcji, oraz aktualne osiągnięcia technologiczne i organizacyjne, właściwe dla kierunku studiów
K2_W03	absolwent zna i rozumie znaczenie analizy społeczno-gospodarczych i środowiskowych trendów w zakresie jakości i rozwoju produktów oraz jej wpływ na prowadzenie działalności biznesowej właściwej dla kierunku studiów
K2_W05	absolwent zna i rozumie metody, techniki i narzędzia, w tym metody pozyskiwania i analizy danych oparte na nowoczesnych technologiach informacyjno-komunikacyjnych, niezbędne do planowania badań i rozwiązywania problemów badawczych właściwych dla kierunku studiów
K2_W08	absolwent zna i rozumie nowoczesne techniki i metody badawcze wykorzystywane do prognozowania jakości i bezpieczeństwa oraz kreowania innowacyjnych produktów
K2_W10	absolwent zna i rozumie zasady rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości, w szczególności opartych na wykorzystaniu nowoczesnych technologii informacyjno-komunikacyjnych z wykorzystaniem wiedzy właściwej dla kierunku studiów

Ten utwór jest dostępny na licencji Creative Commons Uznanie autorstwa 4.0 Międzynarodowa (CC BY 4.0). Autor: Tomasz Zawadzki