

Sylabus przedmiotu

Przedmiot:	Socjologia konsumpcji
Kierunek:	Socjologia, I stopień [6 sem], stacjonarny, praktyczny, rozpoczęty w: 2012
Specjalność:	socjologia gospodarki
Rok/Semestr:	II/4
Liczba godzin:	30,0
Nauczyciel:	Szul Elżbieta, dr
Forma zajęć:	wykład
Rodzaj zaliczenia:	zaliczenie na ocenę
Punkty ECTS:	2,0
Godzinowe ekwiwalenty punktów ECTS (łącznie liczba godzin w semestrze):	0 Godziny kontaktowe z prowadzącym zajęcia realizowane w formie konsultacji 30,0 Godziny kontaktowe z prowadzącym zajęcia realizowane w formie zajęć dydaktycznych 0 Przygotowanie się studenta do zajęć dydaktycznych 0 Przygotowanie się studenta do zaliczeń i/lub egzaminów 0 Studiowanie przez studenta literatury przedmiotu
Poziom trudności:	podstawowy
Metody dydaktyczne:	<ul style="list-style-type: none"> • dyskusja dydaktyczna • wykład informacyjny • wykład konwersatoryjny • wykład problemowy
Zakres tematów:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pojęcie i klasyfikacja sfery konsumpcji 2. Wybrane ujęcia konsumpcji (Thorstein Veblen, Fromm Erich , Jan Szczepański, Zygmunt Bauman) 3. Teorie i modele zachowań konsumenta 4. Podejmowanie decyzji przez konsumenta (role i zaangażowanie konsumenta, czynniki warunkujące podejmowanie decyzji przez konsumenta, typologia decyzji konsumentów, satysfakcja i ryzyko konsumenta) 5. Determinanty zachowań konsumpcyjnych 6. Prawidłowości i paradoksy rozwoju konsumpcji 7. Typologia konsumentów (obraz współczesnego konsumenta, spacerowicza, portrety psychograficzne, style życia) 8. Kształtowanie i uwarunkowania satysfakcji i lojalności konsumentów 9. Nowe zjawiska i tendencje w konsumpcji 10. Wirtualizacja konsumpcji (uwarunkowania, typologie e-konsumentów) 11. Świątynie konsumpcji (funkcje, rozwój i znaczenie) 12. Analiza zachowań konsumentów (segmentacja rynku, metody badań zachowań konsumentów) 13. Rozwój konsumpcjonizmu (uwarunkowania, nowe środki konsumpcji) 14. Konsumeryzm społeczny(pojecie i etapy rozwoju) 15. Świadomość praw konsumentów
Forma oceniania:	<ul style="list-style-type: none"> • końcowe zaliczenie pisemne
Literatura:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lambkin Mary, Foxall Gordon, Van Raaij Fred, Heilbrunn Benoit: <i>Zachowania konsumenta. Koncepcje i badania europejskie</i>. Warszawa: PWN 2001. 2. Ritzer George: <i>Magiczny świat konsumpcji</i>. Warszawa: WWL "Muza" 2001. 3. Solomon Michael R.: <i>Zachowania i zwyczaje konsumentów</i>. 2006. 4. Świątyna Grażyna: <i>Zachowania konsumentów. Determinanty oraz metody poznania i kształtowania</i>. Warszawa: PWE 2006. 5. Jachnis Anna.: <i>Psychologia konsumenta. Psychologiczne i socjologiczne uwarunkowania zachowań konsumentów</i>. Bydgoszcz: Oficyna Wydawnicza Branta 2008. 6. Garbarski Leszek: <i>Zachowania nabywców</i>. Warszawa: PWE 1998. 7. Tyszka Tadeusz (red.): <i>Psychologia ekonomiczna</i>. Gdańsk: GWP 2004. 8. Falkowski Andrzej, Tyszka Tadeusz: <i>Psychologia zachowań konsumentów</i>. Gdańsk: GWP 2001. 9. Patrzalek Wanda: <i>Kulturowe determinanty zachowań konsumentów</i>. Wrocław: Wyd. Uniwersytetu Wrocławskiego 2004. 10. Szczepański Jan: <i>Konsumpcja a rozwój człowieka. Wstęp do antropologicznej teorii konsumpcji</i>. Warszawa: PWE 1981. 11. Bywalec Czesław, Rudnicki Leszek: <i>Konsumpcja</i>. Warszawa: PWE 2002. 12. Antonides Gerrit, Van Raaij Fred: <i>Zachowanie konsumenta</i>. Poznań: Wyd. Akademii Ekonomicznej 2003. 13. Makowski Grzegorz: <i>Świątynia konsumpcji. Geneza i społeczne znaczenie centrum handlowego</i>. Warszawa: Trio 2003. 14. Golka Marian: <i>W cywilizacji konsumpcyjnej</i>. Poznań, Wyd. Naukowe UAM 2004. 15. Szlendak Tomasz, Pietrowicz Krzysztof (red.): <i>Na pokaz. O konsumeryzmie w kapitalizmie bez kapitału</i>. Toruń: Wyd. UMK 2004.