

Tytuł kursu : Konsument na rynku europejskim

Semestr:

Autor kursu : Prof. zw. dr hab. Krystyna Mazurek-Łopacińska

Opis kursu :

Wspólny rynek europejski tworzy nową jakość dla podmiotów gospodarczych i konsumentów, gdyż wyzwala procesy kreujące nowe warunki ich funkcjonowania oraz realizacji celów. Następuje swoista przemiana w procesach zaspokajania potrzeb konsumentów przejawiająca się w ich zachowaniach na rynku europejskim, a także w wymiarze wartości i aspiracji. Celem kursu jest zapoznanie studentów z procesami zachodzącymi na rynku europejskim w kontekście oczekiwań konsumentów, zwłaszcza pochodzących z krajów – nowych członków Unii Europejskiej. Przedstawione będą zachowania konsumentów na rynku dóbr i usług konsumpcyjnych, ich zwyczaje zakupowe, reakcje na ofert marketingowe, zjawisko etnocentryzmu konsumenckiego w różnych krajach, postawy wobec nowych trendów w konsumpcji, korzystanie z możliwości stwarzanych przez rynek europejski.

Tematyka zajęć :

1. Procesy kreujące przestrzeń i tożsamość europejską .
2. Cechy rynku europejskiego.
3. Megatrendy w zachowaniach konsumenckich.
4. Konwergencja poziomów cen, wynagrodzeń i struktury konsumpcji w Europie.
5. Formy aktywności konsumentów na poszczególnych rynkach konsumpcyjnych.
6. Reakcje konsumentów na oferty marketingowe.
7. Czynniki różnicujące zachowania konsumentów w krajach europejskich.
8. Postawy wobec nowych trendów w konsumpcji
9. Tworzenie profilu eurokonsumenta, a tożsamość kulturowa społeczeństw.
10. Zachowania konsumentów na europejskim rynku pracy.
11. Zjawisko etnocentryzmu konsumenckiego.
12. Ochrona konsumenta i prawa konsumentów na rynku.
13. Oceny możliwości realizacji aspiracji konsumpcyjnych. na jednolitym rynku europejskim.
14. Rozwój konsumenckiego kapitału społecznego.

Literatura podstawowa :

- G. Antonides, W. F. van Raaij, Zachowania konsumenta, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2003
- Konsument na rynku europejskim , pod red. A. Dąbrowskiej i M. Janoś- Kresło, Instytut Badań rynku , Konsumpcji i Koniunktur, Warszawa 2007.
- K. Mazurek-Łopacińska, Zachowania konsumentów i ich konsekwencje marketingowe, PWE Warszawa 2003,

- Rynki młodych konsumentów w krajach Unii Europejskiej po red. A. Olejniczuk-Merty, PWE warszwa 2007
- **Literatura uzupełniająca :**
- Cz. Bywalec, konsumpcja w teorii i praktyce gospodarowania, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007
- Konsumpcja w krajach Europy Środkowo-Wschodniej, pod red. A. Dąbrowskiej i M. Janoś Kresło, PWE Warszawa 2007.
- K. Mazurek-Łopacińska, M. Sobocińska, Zmiany w konsumpcji i poziomie życia Polaków na tle krajów unii Europejskiej, Prace Naukowe AE Wrocław 2007
- K. Mazurek-Łopacińska, Zachowania polskich konsumentów wobec nowych trendów w otoczeniu, w: Konsument. Gospodarstwo domowe. Rynek, AE w Katowicach, Katowice 2007
- M. Solomon, G. Bamossy, S. Askegaard, Consumer behaviour, a European perspective, Prentice Hall Europe 1999
- Zmiany w wizerunku Polaka i Europejczyka CBOS W-wa 2007

Wymagania wstępne: Mikroekonomia, Makroekonomia, Podstawy marketingu

Efekty kształcenia: umiejętność rozpoznawania zależności przyczynowo- skutkowych w zachowaniach konsumentów na rynku, określania czynników wywierających największy wpływ na te zachowania dla lepszego rozumienia postępowania konsumentów , a także w celu tworzenia podstaw polityki rynkowej, polityki społecznej państwa oraz strategii marketingowych podmiotów rynkowych.

Forma kształcenia: wykład z elementami dyskusji

Liczba godzin w semestrze: 30

Liczba miejsc: bez ograniczeń

Forma zaliczenia: zaliczenie na ocenę –kolokwium, aktywność na zajęciach