



Karta przedmiotuuuu

Nazwa i kod przedmiotu	INTERNATIONAL CONSUMER BEHAVIOUR, PG_00061347						
Kierunek studiów	Zarządzanie (studia w jęz. angielskim)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2023 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu		2025/2026		
Poziom kształcenia	I stopnia - licencjackie		Grupa zajęć		Grupa zajęć fakultatywnych Grupa zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem - profil ogólnoakademicki		
Forma studiów	stacjonarne		Sposób realizacji		na uczelni		
Rok studiów	3		Język wykładowy		angielski		
Semestr studiów	5		Liczba punktów ECTS		4.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki		Forma zaliczenia		zaliczenie		
Jednostka prowadząca	Wydziały Politechniki Gdańskiej -> Wydział Zarządzania i Ekonomii -> Katedra Marketingu						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr Bruno Schivinski				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu		dr Bruno Schivinski				
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	15.0	30.0	0.0	0.0	0.0	45
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
	Adresy kursu na platformie eNauczanie: Moodle ID: 1170 INTERNATIONAL CONSUMER BEHAVIOUR https://enauczanie.pg.edu.pl/2025/course/view.php?id=1170						
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów		Udział w konsultacjach		Praca własna studenta	RAZEM
	Liczba godzin pracy studenta	45		8.0		47.0	100
Cel przedmiotu	przygotowanie studentów do analizy międzynarodowych zachowań konsumenckich w kontekście globalizacji, na podstawie wiedzy o modelach podejmowania decyzji oraz uwarunkowaniach kulturowych, społecznych i ekonomicznych, a także kształtowanie postaw związanych z odpowiedzialnym i etycznym podejściem do globalnego rynku konsumenckiego.						
Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy		Efekt z przedmiotu		Sposób weryfikacji i oceny efektu		
	[K6_W02] demonstruje kompleksowe przygotowanie z w zakresie metod, technik formułowania i rozwiązywania problemów		zna różne teorie i modele wyjaśniające zachowania konsumentów, wskazuje czynniki (np. emocje, technologia, społeczeństwo) wpływające na decyzje konsumenckie oraz sposób ich działania		[SW1] Assessment of factual knowledge		
	[K6_U05] projektuje innowacyjne rozwiązania trudnych problemów uzyskując ekonomiczne i społecznie wartościowe wyniki		potrafi opisać i stosować różne modele wyjaśniające, dlaczego ludzie podejmują określone decyzje zakupowe, uwzględniając czynniki kulturowe (np. wartości, tradycje), ekonomiczne (np. dochód) oraz społeczne (np. opinie innych osób).		[SU5] Assessment of ability to present the results of task		

Treści przedmiotu	1. Globalne perspektywy zachowań konsumenckich 2. Konsumpcja i dobrostan społeczny w zróżnicowanych kontekstach kulturowych 3. Postrzeganie i zachowania konsumentów w ujęciu międzykulturowym 4. Teorie uczenia się i poznawcze w międzynarodowych kontekstach konsumenckich 5. Cechy osobowości a zachowania konsumenckie w różnych kulturach 6. Motywacje i wartości na globalnych rynkach konsumenckich 7. Globalne ja: tożsamość, płeć i ciało w różnych kulturach 8. Postawy i ramy behawioralne w kontekstach międzynarodowych 9. Indywidualne podejmowanie decyzji w środowiskach międzykulturowych 10. Globalne wzorce kupowania, użytkowania i pozbywania się dóbr 11. Wpływ społeczny i zachowania grupowe w międzynarodowych kontekstach 12. Etniczność, religia i wiek w globalnej segmentacji konsumentów 13. Styl życia, dochód i klasa społeczna w globalnych kulturach konsumenckich 14. Wymiary kulturowe globalnej konsumpcji 15. Zrównoważona konsumpcja w zglobalizowanym świecie		
Wymagania wstępne i dodatkowe			
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	Końcowy test pisemny z pytaniami otwartymi	60.0%	60.0%
	Test z pytaniami otwartymi	60.0%	40.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	Solomon, M.R., Russell, C. A., (2024). Consumer Behavior, Global Edition, 14th edition, Pearson	
		Sethna, Z., & Blythe, J. (2019). Consumer behaviour. Sage	
	Uzupełniająca lista lektur	Vanhuele, M., Wright, M., Singh, J., & East, R. (2021). Consumer behaviour: Applications in marketing. Consumer Behaviour, 1-100 Jansson-Boyd, C. V. The global consumer, American Psychological Association, September 10, 2020. [https://www.apa.org/international/global-insights/global-consumer , 31.03.2023]	
	Adresy eZasobów		
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania			
Zajęcia praktyczne w ramach przedmiotu	Nie dotyczy		

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.