

Międzynarodowa Wyższa Szkoła Logistyki i Transportu we Wrocławiu

Prowadzący								
Przedmiot	Zachowania konsumentów a środowisko							
Moduł	W	Punkty ECTS	5	Sygnatura programu studiów	L/2025/SPS/S/P - L/2025/SPS/N/P			
Kierunek		Specjalność			Rok akademicki			
LOGISTYKA		Logistyka handlu i dystrybucji			2025/2026			
Semestr		V	Rok studiów			III		
Forma studiów		Stacjonarne			Niestacjonarne			
Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratoria	Projekt	Wykład	Ćwiczenia	Laboratoria	Projekt
Liczba godzin	20	14	14		15	15	12	
RAZEM	48				42			
Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest wyposażenie studentów w wiedzę i umiejętności do analizy zachowań konsumentów w kontekście ochrony							
Minimalna wiedza wymagana od studenta przed rozpoczęciem zajęć								
Podstawowa wiedza z zakresu ekonomii, ekologii, marketingu i analizy danych umożliwia zrozumienie zachowań konsumentów w kontekście środowiska.								
Zalecana literatura do przestudiowania przed rozpoczęciem zajęć								
Bywalec Cz., Rudnicki L. 2002: Konsumpcja, Wydawnictwo PWE, S.A., Warszawa.								
PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ (PEU)					KEU	METODY OCENY		
	KOD	FORMA			KOD	KOD	FORMA	
WIEDZA	W1	Posiada podstawową wiedzę z zakresu ekonomii, rozumie mechanizmy funkcjonowania gospodarki, w tym gospodarki o obiegu zamkniętym, oraz zna wpływ otoczenia, w tym marketingu, na zachowania konsumentów w kontekście ochrony środowiska.			K1_W01_L_P	MO15	Ocena aktywności na zajęciach	
	W2	Posiada szczegółową wiedzę o kluczowych obszarach logistyki, rozumie mechanizmy zarządzania łańcuchami dostaw, w tym zrównoważonymi i zielonymi, uwzględniając aspekty środowiskowe oraz relacje z dostawcami i nabywcami w kontekście zachowań konsumentów a środowiska.			K1_W06_L_P	M04	Egzamin pisemny w formie zadań otwartych	
	W3	Posiada uporządkowaną wiedzę z zakresu ekonomii, marketingu, oraz aspektów społecznych i organizacyjnych związanych z zachowaniami konsumentów w kontekście ochrony środowiska, obejmującą motywacje ekologiczne, czynniki kulturowe, narzędzia marketingowe oraz wyzwania zrównoważonej konsumpcji.			K1_W11_L_P	M04	Egzamin pisemny w formie zadań otwartych	
UMIĘJĘTNOŚCI	U01	Potrafi analizować i rozwiązywać problemy związane z zachowaniami konsumentów, uwzględniając aspekty środowiskowe, ekonomiczne i społeczne.			K1_U06_L_P	MO8	Kolokwium pisemne w formie zadań otwartych	
	U02	Potrafi przygotowywać pisemne i ustne opracowania w języku polskim i obcym dotyczące analizy i oceny zachowań konsumentów w kontekście ochrony środowiska.			K1_U09_L_P	MO8	Kolokwium pisemne w formie zadań otwartych	
KOMPETENCJE SPOŁECZNE	K01	Jest gotów do prawidłowego identyfikowania i rozstrzygnięcia dylematów związanych z zachowaniami konsumentów, podejmując decyzje z zachowaniem profesjonalizmu oraz zasad etyki i odpowiedzialności środowiskowej.			K1_K02_L_P	MO15	Ocena aktywności na zajęciach	
	Wykłady	Wprowadzenie do zachowań konsumentów – podstawowe pojęcia i uwarunkowania. Psychologia decyzji konsumentów w kontekście środowiska. Motywacje ekologiczne a wybory konsumentów. Postawy proekologiczne i ich wpływ na zachowania zakupowe. Czynniki społeczne i kulturowe kształtujące decyzje konsumentów. Etykiety ekologiczne i certyfikaty w procesie podejmowania decyzji. Rola reklamy i marketingu w kształtowaniu zachowań proekologicznych. Konsumpcja zrównoważona – teoria i praktyka. Świadomość środowiskowa a lojalność wobec marek ekologicznych. Trendy i wyzwania w zachowaniach konsumentów na rzecz ochrony środowiska.						

Treści merytoryczne przedmiotu	Ćwiczenia	<p>Analiza przypadków: decyzje konsumentki a ochrona środowiska.</p> <p>Badanie postaw konsumentki wobec produktów ekologicznych.</p> <p>Tworzenie profilu konsumenta proekologicznego.</p> <p>Wpływ cen i dostępności produktów ekologicznych na wybory konsumentów.</p> <p>Ćwiczenia w ocenie etykiet i certyfikatów ekologicznych.</p> <p>Warsztat decyzyjny: symulacja wyborów zakupowych z perspektywy środowiska.</p> <p>Dyskusja grupowa: strategie zwiększania świadomości ekologicznej wśród konsumentów.</p>
	Laboratoria	<p>Analiza danych z badań konsumentki – identyfikacja preferencji proekologicznych (narzędzia statystyczne, arkusze kalkulacyjne).</p> <p>Symulacja decyzji konsumentki w środowisku wirtualnym – modelowanie zachowań ekologicznych (oprogramowanie do badań marketingowych).</p>

Metody dydaktyczne	KOD	FORMA
	MD2	Wykład informacyjny z zastosowaniem technik multimedialnych
	MD16	Ćwiczenia laboratoryjne – rozwiązywanie zadań i problemów

Literatura obowiązkowa	1	Baruk A. I. 2015: Prosumpcja jako trend konsumentki w opiniach potencjalnych prosumentów, [w:] Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu, 41, 1, p. 39–51.
	2	Kalińska-Kula, M. 2025: Zachowania nabywców w dobie ekologizacji konsumpcji. Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
	3	Romanowski, R. (red.) 2020: Zachowania konsumentki i procesy decyzyjne w gospodarce zrównoważonej. Wydawnictwo Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Poznań.

Literatura uzupełniająca	1	Kasim, A. A. (red.) 2022: Sustainability and Consumer Behaviour. MDPI Books.
--------------------------	---	--

Warunki zaliczenia przedmiotu

Warunkiem zaliczenia kursu pn. Podstawy zarządzania jest zaliczenie wykładu (M04 Egzamin pisemny w formie zadań otwartych lub MO4 Egzamin pisemny w formie zadań otwartych) oraz ćwiczeń (MO8 Kolokwium pisemne w formie zadań otwartych). Dodatkowo pod uwagę brana będzie ocena aktywności studenta na zajęciach. Ocena wyliczana jest wg formuły: Wykład (W): 40% oceny końcowej plus Ćwiczenia (C): 60% oceny końcowej.