

KARTA MODUŁU KSZTAŁCENIA 2019/2020

Informacje ogólne

1 Nazwa modułu kształcenia

Warsztaty z socjologii konsumpcji

2 Nazwa jednostki prowadzącej moduł

Wydział Nauk o Zdrowiu i Nauk Społecznych
Katedra Nauk Humanistycznych i Społecznych
Zakład Socjologii

3 Kod modułu (wypełnia koordynator ECTS)

4 Grupa treści kształcenia kierunkowego

5 Typ modułu obowiązkowy

6 Poziom studiów stopnia I

7 Liczba punktów ECTS 3

8 Poziom przedmiotu zaawansowany

9 Rok studiów, semestr III rok, semestr V - zimowy

10 Liczba godzin w semestrze

11 Liczba godzin w tygodniu

	Wyk.	Ćw.	Lab.	Sem.	Proj.	Wyk.	Ćw.	Lab.	Sem.	Proj.
studia stacjonarne	15	15				1	1			

12 Język wykładowy: polski

13 Wykładowca (wykładowcy)

Olga Filipiak, dr

Informacje szczegółowe

14 Wymagania wstępne

1. Wiedza z zakresu socjologii gospodarki, antropologii kulturowej oraz socjologii kultury.
2. Zaliczone przedmioty z socjologii ogólnej.

15 Cele przedmiotu

- | | |
|----|---|
| C1 | Celem przedmiotu jest wprowadzenie studentów w podstawowe problemy zjawiska konsumpcji oraz roli konsumenta we współczesnym świecie. |
| C2 | Zapoznanie z wiedzą dotyczącą wybranych teorii socjologicznych, ekonomicznych i kulturowych dotyczących zagadnień związanych z socjologią konsumpcji. |
| C3 | Zapoznanie studenta z cechami charakterystycznymi społeczeństwa konsumpcyjnego, kultury konsumentckiej, konsumpcjonizmu oraz ruchu konsumentckiego. |
| C4 | Kształcenie umiejętności rozpoznawania uwarunkowań biologicznych, ekonomicznych, społecznych i kulturowych procesu konsumpcji. |
| C5 | Ćwiczenie umiejętności opisywania głównych tendencji i zmian zachodzących w kulturze konsumentckiej. |
| C6 | Potrafi dokonywać interpretacji pozycji konsumenta w przestrzeni wirtualnej. |

16 Efekty kształcenia w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych

nr	student, który zaliczył przedmiot, potrafi:	odniesienie do celów
----	---	----------------------

			przedmiotu	
EK01	opisywać podstawowe koncepcje socjo-ekonomiczne i kulturowe konsumpcji;		C4, C1, C2	
EK02	wykazać się elementarną wiedzą na temat rozwoju, uwarunkowań, czynników dynamizujących rozwój społeczeństwa konsumpcyjnego i kultury konsumenckiej;		C4, C2	
EK03	wskazać charakterystyczne zmiany zachodzące w sferze konsumpcji biorąc pod uwagę najnowsze trendy i tendencje oraz ich wielopłaszczyznowe skutki;		C3, C5	
EK04	zinterpretować wpływ nowych technologii informacyjno- komunikacyjnych na zachowania konsumenckie;		C6	
EK05	poddać analizie znaczenie ruchu konsumenckiego w warunkach polskich i na świecie;		C3	
EK06	zinterpretować współczesne formy aktywności konsumenckiej;		C5, C6,	
EK07	wykazać się świadomością zagrożeń wynikających z rozprzestrzeniającego się konsumpcjonizmu oraz jego negatywnych skutków dla społeczeństwa;		C5, C3, C6	
17 Treści programowe				
forma zajęć - wykłady		liczba godzin S	liczba godzin NS	odniesienie do efektów kształcenia dla przedmiotu
W1	Konsumpcja, konsument społeczeństwo konsumpcyjne, konsumpcjonizm- ustalenia terminologiczne. Wybrane teorie socjologiczne. Przegląd najważniejszych poglądów dotyczących konsumpcji.	2		EK01. EK02
W2	Wybrane teorie ekonomiczne, socjologiczne konsumpcji, konsumpcja z perspektywy antropologii kulturowej. Konsumpcja jako przedmiot badań interdyscyplinarnych.	1		EK01
W3	Koncepcje społeczeństwa konsumpcyjnego - narodziny i rozwój - społeczeństwo konsumpcyjne XX wieku - czynniki dynamizujące społeczeństwo konsumpcyjne XXI wieku - socjokulturowe uwarunkowania rozwoju społeczeństwa konsumpcyjnego - krytyka i pochwała społeczeństwa konsumpcyjnego.	2		EK02,
W4	Spółeczno- kulturowe uwarunkowania konsumpcji: - rola socjalizacji - moda, reklama, Internet i ich wpływ na zachowani konsumenckie - potrzeby i wartości konsumenckie - styl życia.	1		EK03, EK07
W5	Przemiany konsumpcji we współczesnym świecie: - Charakterystyka konsumpcji w ponowoczesnym społeczeństwie. Syndromy konsumpcjonizmu a współczesna tożsamość	1		EK02, EK03

	konsumencka. Infantylizacja konsumentów jako nowy syndrom konsumpcjonizmu.			
W6	Zakupoholizm- nowa forma uzależnienia w świecie konsumpcji. Malle- współczesna arena konsumpcji.	1		EK03, EK07
W7	Wartości emocjonalne marki a tożsamość konsumencka „Lovemarks” – czy konsument może „pokochać” markę?	1		EK03, EK06
W8	Wybrane aspekty kultury konsumenckiej. Nowe tendencje w sferze konsumpcji.	1		EK03, EK04
W9	Kształtowanie tożsamości konsumenckiej w kontekście relacji społecznych wirtualnych społeczności.	1		EK04, Ek07
W10	Bierność i aktywność konsumencka w Internecie. Typologie współczesnych konsumentów. Profil e-konsumenta. Prosument –nowe forma aktywności konsumenckiej.	1		Ek04, Ek07, EK06
W11	Wirtualne społeczności konsumenckie.	1		EK04, EK05
W12	Zachowania konsumenckie Modele rynkowych zachowań konsumenckich- wybrane zagadnienia.	1		EK01
W13	Ruch konsumencki w Polsce; - ruch konsumencki jako ruch społeczny - cele działania ruchu, geneza, funkcjonowanie - wybrane organizacje konsumenckie - ruch konsumencki w Polsce na tle innych ruchów konsumenckich w Europie i USA.	1		EK05, EK06
suma godzin		15		
	forma zajęć - ćwiczenia	liczba godzin S	liczba godzin NS	odniesienie do efektów kształcenia dla przedmiotu
ĆW1	Zagadnienia wstępne. Omówienie problematyki badawczej socjologii konsumpcji.	2		EK01
ĆW2	Przejawy konsumpcjonizmu we współczesnym świecie. Kultura konsumpcji.	3		EK02, EK03, EK07
ĆW3	Krytyka konsumpcyjnego stylu życia. Konsumpcja etyczna. Świadomość konsumencka.	3		EK07, EK03
ĆW4	Wpływ mody, reklamy, środków masowego przekazu na kształtowanie postaw współczesnych konsumentów. Zagrożenia i tendencje.	2		EK03, EK04
ĆW5	Nowe style życia zdeterminowane rozprzestrzeniającym się konsumpcjonizmem. Tożsamość konsumencka.	2		EK03, EK07

ĆW6	Rozwój kategorii prosument, e- konsument. Konsument w społeczeństwie sieci.	2	EK05, EK06
ĆW 7	Zachowania konsumenckie.	1	EK01
suma godzin		15	

18 Narzędzia/metody dydaktyczne	
1.	wykład
2.	burza mózgów Osborna
3.	referat
4.	Prezentacje multimedialne przygotowane przez wykładowcę i studentów
5.	dyskusja, scenki, góra lodowa, scenki
6.	praca w grupach, case study, quiz, analiza doświadczenia,

19 Sposoby oceny (F – formująca, P – podsumowująca)	
F1.	aktywność na zajęciach
F2	obecność
F..3	przygotowanie prezentacji
F4	prezentowanie własnego stanowiska w odniesieniu do omawianych zagadnień
P1.	kolokwium zaliczeniowe z wykładów oraz prezentacji multimedialnej zaprezentowanej na ćwiczeniach

20 Obciążenie pracą studenta		
forma aktywności	średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności	
	S	NS
Godziny kontaktowe z nauczycielem	30	
Przygotowanie się do ćwiczeń	20	
przygotowanie referatu, dyskusji, prezentacji multimedialnej	20	
przygotowanie do pisemnego zaliczenia przedmiotu (wykładu, ćwiczeń)	5	
SUMA	75	
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	3	

21 Literatura podstawowa i uzupełniająca	
Literatura podstawowa:	
1	Ritzer G., Magiczny świat konsumpcji, Warszawskie Wydawnictwo Literackie Muza SA, Warszawa 2004.
2	Wątroba W., Społeczeństwo konsumpcyjne w dobie globalizacji, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu, Wrocław 2006.
3	Barber B.R., Skonsumowani. Jak rynek psuje dzieci, infantylizuje dorosłych i połyka obywateli, Warszawskie Wydawnictwo Literackie MUZA, Warszawa 2008.
Literatura uzupełniająca:	
1.	Barney D., Społeczeństwo sieci, Wydawnictwo Sic!, Warszawa 2008.
2	Batorski D., Marody M., Nowak A. (red.), Społeczna przestrzeń Internetu, Wydawnictwo

22 Kryteria oceny *

Nr efektu	na ocenę 2 (ndst)	na ocenę 3 (dst)	na ocenę 4 (db)	na ocenę 5 (bdb)
EK01	Nie opisuje podstawowe koncepcje socjo-ekonomiczne i kulturowe dotyczące konsumpcji	opisuje podstawowe koncepcje socjo-ekonomiczne i kulturowe dotyczące konsumpcji	opisuje koncepcje socjo-ekonomiczne i kulturowe dotyczące konsumpcji	Opisuje w szczegółowy sposób koncepcje socjo-ekonomiczne i kulturowe dotyczące konsumpcji
EK02	Nie ma elementarnej wiedzy na temat rozwoju, uwarunkowań, czynników dynamizujących rozwój społeczeństwa konsumpcyjnego i kultury konsumenckiej	ma elementarną wiedzę na temat rozwoju, uwarunkowań, czynników dynamizujących rozwój społeczeństwa konsumpcyjnego i kultury konsumenckiej	ma wiedzę na temat rozwoju, uwarunkowań, czynników dynamizujących rozwój społeczeństwa konsumpcyjnego i kultury konsumenckiej	Ma poszerzoną wiedzę na temat rozwoju, uwarunkowań, czynników dynamizujących rozwój społeczeństwa konsumpcyjnego i kultury konsumenckiej
EK03	Nie potrafi wskazać charakterystyczne zmiany zachodzące w sferze konsumpcji biorąc pod uwagę najnowsze trendy i tendencje oraz ich wielopłaszczyznowe skutki	potrafi wskazać charakterystyczne zmiany zachodzące w sferze konsumpcji biorąc pod uwagę najnowsze trendy i tendencje oraz ich wielopłaszczyznowe skutki	potrafi wskazać charakterystyczne zmiany zachodzące w sferze konsumpcji biorąc pod uwagę najnowsze trendy i tendencje oraz ich wielopłaszczyznowe skutki w dla jednostki i społeczeństwa	potrafi wskazać i zinterpretować charakterystyczne zmiany zachodzące w sferze konsumpcji biorąc pod uwagę najnowsze trendy i tendencje oraz ich wielopłaszczyznowe skutki w odniesieniu do cech społeczeństwa konsumpcyjnego.
EK04	Nie potrafi zinterpretować wpływ nowych technologii informacyjno-komunikacyjnych na zachowania konsumenckie	potrafi zinterpretować wpływ nowych technologii informacyjno-komunikacyjnych na zachowania konsumenckie	potrafi zinterpretować wpływ nowych technologii informacyjno-komunikacyjnych na zachowania konsumenckie w oparciu o analizę wybranych teorii i raportów	potrafi zinterpretować i uzasadnić wpływ nowych technologii informacyjno-komunikacyjnych na zachowania konsumenckie w oparciu o analizę wybranych samodzielnie teorii i raportów
EK05	Nie potrafi zanalizować znaczenie ruchu konsumenckiego w warunkach polskich i na świecie	potrafi zanalizować znaczenie ruchu konsumenckiego w warunkach polskich i na świecie	potrafi zanalizować znaczenie ruchu konsumenckiego w warunkach polskich i na świecie w oparciu o teorie ruchu społecznego	potrafi zanalizować znaczenie ruchu konsumenckiego oraz organizacji konsumenckich w warunkach polskich i na świecie w oparciu o teorie ruchu społecznego

EK06	Nie potrafi zinterpretować współczesne formy aktywności konsumenckiej	potrafi zinterpretować współczesne formy aktywności konsumenckiej	potrafi zinterpretować współczesne formy aktywności konsumenckiej opierając się na wybranych przykładach	potrafi zinterpretować współczesne formy aktywności konsumenckiej odnosząc je do wybranych przykładów oraz teorii socjologicznych
EK07	Nie ma świadomość zagrożeń wynikających z rozprzestrzeniającego się konsumpcjonizmu oraz jego negatywnych skutków dla społeczeństwa.	ma świadomość zagrożeń wynikających z rozprzestrzeniającego się konsumpcjonizmu oraz jego negatywnych skutków dla społeczeństwa.	ma świadomość zagrożeń wynikających z rozprzestrzeniającego się konsumpcjonizmu oraz jego negatywnych skutków dla społeczeństwa. I jednostki	ma świadomość zagrożeń wynikających z rozprzestrzeniającego się konsumpcjonizmu oraz jego negatywnych skutków dla społeczeństwa. I jednostki
Inne przydatne informacje				
23 Inne przydatne informacje o przedmiocie				
1. Aktualne informacje na tablicy ogłoszeń Zakładu Socjologii.				

*do decyzji koordynatora

Tabela podsumowująca.

Efekt kształcenia	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu („kierunkowych”)	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia/metody dydaktyczne	Sposób oceny
EK01	K_ W02, K_ W04	C4, C1, C2	W1,W2.W12, ĆW 1, ĆW7	1,2,3,4,5,6,	F1,F2,F3,F4, P1
EK02	K_ W07, K_ W10	C4, C2	W1, W3, W5, Ć2	1,2,3,4,5,6,	F1,F2,F3,F4, P1
EK03	K_ W07, K_ W10	C3, C5	W4,W5, W6,W7 Ć2, Ć3,Ć4, Ć5	1,2,3,4,5,6,	F1,F2,F3,F4, P1
EK04	K_ U09	C6	W8-11, ĆW 4	1,2,3,4,5,6,	F1,F2,F3,F4, P1
EK05	K_ U09	C3	W11, W13,ĆW6	1,2,3,4,5,6,	F1,F2,F3,F4, P1
EK06	K_ U09	C5, C6,	W7. W10, W13, ĆW6	1,2,3,4,5,6,	F1,F2,F3,F4, P1
EK07	K_ K01, K_ K04	C5, C3, C6	W4, W6, W9-10, ĆW2, ĆW5	1,2,3,4,5,6,	F1,F2,F3,F4, P1