



## Sylabus przedmiotu - część A Antropologia rynku

**72S10-ANTRY**  
**ECTS: 2.00**  
**CYKL: 2022Z**

### TREŚCI MERYTORYCZNE

#### WYKŁAD

Antropologia a ekonomia: przedmiot, zakres i poddyscypliny antropologii, ekonomia – zakres znaczeniowy pojęcia, wzajemne związki pomiędzy sferą kultury a sferą ekonomii. Pojęcie antropologii ekonomii. Antropologiczne ujęcie rynku: model rynku w ujęciu kulturowym, wymiana jako czynnik integracji społecznej, formy wymiany, antropologiczne i ekonomiczne analizy pieniądza. Rynek w historii myśli ekonomicznej: mechanizm rynkowy wg Adama Smitha, prawo rynków Say'a, rewolucja keynesowska – podważanie prawa rynków Say'a, pełna elastyczność rynków wg przedstawicieli nowej szkoły klasycznej, rynek jako mechanizm porządkowania informacji wg przedstawicieli nowej szkoły austriackiej, teoria gier i ryzyko wyboru na rynku. Antropologia wymiany i pieniądza. Filozofia jako prekursorka ekonomii. Istota ekonomii i procesu gospodarowania. Rynek w religiach świata. Dyskusyjne właściwości rynku. Podejście do ryzyka i wartości. Konsument jako osobowość wyalienowana. Internet jako nowa przestrzeń wymiany. Podstawy prognozowania zjawisk rynkowych: filozofia przyszłości, metoda delficka, globalizacja, glokalizacja.

#### ĆWICZENIA

Antropologia ekonomiczna: antropologia, ekonomia, kultura, rynek w ujęciu ekonomicznym, rynek w ujęciu antropologicznym, prawa i paradoksy rynku. Identyfikacja związków między antropologią a ekonomią. Historyczny rozwój rynków. Wpływ postępu technicznego na rozwój rynków. Wartości i etyka w procesie wytwarzania i wymiany. Społeczno-kulturowe uwarunkowania zachowań konsumenckich. Proces globalizacji i rynek w sieci. Uwarunkowania zachowań nabywców a rozwój rynków: uwarunkowania społeczne, uwarunkowania psychologiczne, uwarunkowania ekonomiczne. Analiza konsumenta: zachowania nabywców na rynku, etapy procesu decyzyjnego, uwarunkowania decyzji i zachowań konsumentów, typologia konsumentów, segmentacja rynku. Style zakupowe konsumentów: generacja X, generacja Y, generacja Z.

#### CEL KSZTAŁCENIA

Identyfikacja związków między antropologią a ekonomią. Postrzeganie i analizowanie rynku w ujęciu interdyscyplinarnym. Wykształcenie umiejętności holistycznego postrzegania człowieka jako uczestnika rynku oraz identyfikacji mechanizmów podejmowania indywidualnych decyzji zakupowych. Nabycie umiejętności analizowania zjawisk ekonomicznych oraz ich przyczyn i skutków w kontekście antropologicznym. Umiejętność postrzegania działalności gospodarczej człowieka poprzez pryzmat aspektów kulturowych i antropologicznych. Rozpoznawanie w praktyce znaczenia antropologii w procesie kształtowania porządku społecznoekonomicznego współczesnego świata. Umiejętność przygotowywania planu marketingowego uwzględniającego antropologiczne aspekty funkcjonowania rynku.

**Akty prawne określające efekty uczenia się:**

699/2015

**Dyscypliny:** ekonomia i finanse, filozofia, nauki socjologiczne

**Status przedmiotu:**

Obligatoryjny

**Grupa przedmiotów:** B - przedmioty kierunkowe

**Kod: ISCED** 0229

**Kierunek studiów:** Analiza i kreowanie trendów

**Zakres kształcenia:**

**Profil kształcenia:**

Ogólnoakademicki

**Forma studiów:** Stacjonarne

**Poziom studiów:** Pierwszego stopnia

**Rok/semestr:** 2/3

**Rodzaj zajęć:** Wykład,

Ćwiczenia

**Liczba godzin w**

**semestrze:** Wykład: 15.00,

Ćwiczenia: 15.00

**Język wykładowy:** polski

**Przedmioty**

**wprowadzające:** Ekonomia

**Wymagania**

**wstępne:** Podstawowa wiedza ekonomiczna

**Nazwa jednostki org.**

**realizującej przedmiot:**

Institut Ekonomii i Finansów

**Osoba odpowiedzialna za**

**realizację**

**przedmiotu:** dr Anna

Rutkowska

**e-mail:**

anna.rutkowska@uwm.edu.pl

**Uwagi dodatkowe:**

# OPIS EFEKTÓW UCZENIA SIĘ PRZEDMIOTU W ODNIESIENIU DO OPISU CHARAKTERYSTYK DRUGIEGO STOPNIA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KWALIFIKACJI NA POZIOMACH 6-8 POLSKIEJ RAMY KWALIFIKACJI W ODNIESIENIU DO DYSCYPLIN NAUKOWYCH I EFEKTÓW KIERUNKOWYCH

## Symbole efektów dyscyplinowych:

S/NS1A\_W05+, S/NS1A\_U02+, S/NS1A\_K01++, H/F1A\_W05+, H/F1A\_K01++, S/EF1A\_U08+

## Symbole efektów kierunkowych:

K1A\_U03+, K1A\_W01+, K1A\_K02+, K1A\_K01+, K1A\_U01+

## EFEKTY UCZENIA SIĘ:

### Wiedza:

W1 - Student ma wiedzę na temat związków i wzajemnych zależności między zjawiskami ekonomicznymi, antropologicznymi i społecznymi. Student ma wiedzę o wartościach, zasadach i normach etycznych dotyczących prowadzenia działalności gospodarczej. Student posiada wiedzę o wzajemnych związkach między antropologią a ekonomią, postrzega i analizuje rynek w ujęciu interdyscyplinarnym oraz holistycznie postrzega człowieka jako uczestnika rynku. Student wie, jak analizować zjawiska ekonomiczne oraz identyfikować ich przyczyny i skutki w kontekście lokalnym i globalnym. Student ma wiedzę o kulturowych i antropologicznych aspektach prowadzenia działalności gospodarczej.

### Umiejętności:

U1 - Student posiada umiejętność analizy literatury przedmiotu z zakresu antropologii ekonomicznej. Student umie przygotować prezentację oraz argumentować wypowiedzi o funkcjonowaniu rynku na podstawie wiedzy ekonomicznej i antropologicznej.

### Kompetencje społeczne:

K1 - Student rozumienie potrzeby ciągłego dokształcania się, rozwoju zawodowego i rozszerzania kompetencji. Student jest gotów do świadomego kształtowania jakości więzi społecznych, rozwoju przedsięwzięć gospodarczych i różnych form kultury, a także kształtowania postawy etycznej w procesie podejmowania indywidualnych decyzji rynkowych i zakupowych.

## FORMY I METODY DYDAKTYCZNE:

Wykład(W1;U1;K1;):Prezentacje multimedialne, film edukacyjny  
Ćwiczenia(W1;U1;K1;):Prezentacje multimedialne, konwersatorium, praca w grupach

## FORMA I WARUNKI WERYFIKACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ:

Ćwiczenia: Prezentacja - Prezentacja multimedialna na wybrany temat dotyczący problematyki antropologiczno-ekonomicznej Zespoły 2-osobowe (W1;U1;K1;);

Ćwiczenia: Esej - Dla chętnych: przegląd literatury przedmiotu i esej z zakresu antropologii ekonomicznej (W1;U1;);

Wykład: Prezentacja - Prezentacja multimedialna na temat związany z problematyką antropologii rynku (W1;U1;K1;);

## LITERATURA PODSTAWOWA:

1. Czarkowska L., *Antropologia ekonomiczna, elementy teorii*, Wyd. , R. 2000
2. Cliggett L., Wilk R. R., *Ekonomie i kultury. Podstawy antropologii ekonomicznej*, Wyd. , R. 2011
3. Jachnis A., *Psychologia konsumenta. Psychologiczne i socjologiczne uwarunkowania zachowań konsumenckich*, Wyd. , R. 2007

## LITERATURA UZUPEŁNIAJĄCA:



# Szczegółowy opis przyznanej punktacji ECTS - część B

**72S10-ANTRY**

**ECTS: 2.00**

**CYKL: 2022Z**

## Antropologia rynku

Na przyznaną liczbę punktów ECTS składają się:

1. Godziny kontaktowe z nauczycielem akademickim:

- udział w: Wykład	15.0 h
- udział w: Ćwiczenia	15.0 h
- konsultacje	3.0 h
	<b>OGÓŁEM: 33.0 h</b>

2. Samodzielna praca studenta:

Przygotowanie prezentacji	10.00 h
Zapoznanie z literaturą przedmiotu	7.00 h
	<b>OGÓŁEM: 17.0 h</b>
godziny kontaktowe + samodzielna praca studenta	<b>OGÓŁEM: 50.0 h</b>

1 punkt ECTS = 25-30 h pracy przeciętnego studenta,  
liczba punktów ECTS= 50.0 h : 25.0 h/ECTS = 2.00 ECTS

Średnio: **2.0 ECTS**

- w tym liczba punktów ECTS za godziny kontaktowe z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego	1.32 punktów ECTS
- w tym liczba punktów ECTS za godziny realizowane w formie samodzielnej pracy studenta	0.68 punktów ECTS