



GLOBAL CONSUMER BEHAVIOR Syllabus

Basic information

Field of study Electives		Didactic cycle 2026/27	
Speciality -		Subject code EKOPSW.S.M2.3676.26	
Organizational unit School of Undergraduate and Graduate Studies		Lecture languages English	
Study level graduate studies		Mandatory Elective	
Study form full-time		Block Free choice electives	
Education profile general academic/practical		Department responsible for the subject Department of Consumption Research	
		Subject related to scientific research No	
		Subject shaping practical skills No	
Coordinator	Sławomir Smyczek		
Teacher	Sławomir Smyczek		
Period Semester 2	Form of teaching, number of hours and method of examination • lecture: 14, Credit with grade	Number of ECTS points 3	
Sustainable Development Goals	inclusiveness / inclusive; responsible consumption; relationships with consumers		

Goals

Code	Goal
C1	To develop students knoweladge in area of consumer behavior on international market, including identification of global consumption culture.
C2	To present role of determinants influencing on consumer behavior in global environment
C3	To help students to understand new trends – positive and negative – in consumer behavior on global market.

Recommended requirements

Non

Subject's learning outcomes

Code	Outcomes in terms of	Major learning outcomes for the subject	Examination methods
Knowledge:			
W1	Knows and understands, to a greater extent, theories of consumption and consumer behaviour on global market.	DZR.M_W01	Final test (written) - test, Participation in class discussion
W2	Knows and understand development trends in field of global consumption and consumer behaviour.	DZR.M_W03	Final test (written) - test, Participation in class discussion
Skills:			
U1	Is able to apply the acquired theoretical knowledge in the field of consumption and consumers behaviour to domestic and international business. Is able to formulate strategic recommendations and managerial implications and communicate it in oral and written form during debate and discussions.	DZR.M_U01	End-of-course assessment - group project
Social competences:			
K1	Is ready to use knowledge about consumption and consumer behavior in solving theoretical and practical problems and ask experts in case of difficulties with self-solving problems	DZR.M_K02	End-of-course assessment - group project, Participation in class discussion

Study content

No.	Course content	Subject's learning outcomes	Activities
1.	Consumer decision making-process – global perspective	W1, W2	lecture
2.	New trends in consumer behavior on global market	W2, U1	lecture
3.	Deaterminants of consumer behavior on global market	W1, U1	lecture
4.	Practical implication of global consumer behavior	K1	lecture

Additional information

Activities	Methods of conducting classes
lecture	Lecture using activating techniques

Activities	Examination method	Percentage
lecture	Final test (written) - test	30%
lecture	End-of-course assessment - group project	40%
lecture	Participation in class discussion	30%

Activities	Credit conditions
lecture	Students must get minimum 60% of all methods of assessment.

Literature

Obligatory

1. Solomon M.R. (2020) Consumer Behaviour. Buying, Having and Being, Pearson Education, Inc.
2. Schiffman L.G., Kanuk L.L., (2014) Consumer behavior, Upper Saddle River: Pearson Prentice Hall
3. Mothersbaugh, D.L., Hawkins, D.I. (2020) Consumer Behavior. Building Marketing Strategy, 13th edition, Delbert Hawkins.

Optional

1. Smyczek S. (2012) Consumer Behaviour - International Perspective, Warszawa: Placet
2. Arnould E.J., Price L.L., Zinkhan G.M., (2014) Consumers, New York: McGraw-Hill/Irwin
3. Schiffman L.G., Wisenblit, J.L.. (2020) Consumer behavior, 12th edition, Pearson Education.

Calculation of ECTS points

Activity form	Activity hours*
lecture	14
Preparation of end-of-course assessment - group presentation	30
Literature study	22
Solving tasks and case studies	20
Consultations	2
Re-sit assignement	2
Student workload	Hours 90
Number of ECTS points	ECTS 3

* hour means 45 minutes

Major learning outcomes for the subject

Code	Content
DZR.M_K02	Jest gotów do uznawania roli i znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych w zakresie organizacji i zarządzania oraz wyszukiwania informacji i zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu.
DZR.M_U01	Potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę - formułować i rozwiązywać złożone i nietypowe problemy z zakresu organizacji i zarządzania oraz innowacyjnie wykonywać zadania w nieprzewidywalnych warunkach przez: - właściwy dobór źródeł danych i informacji z nich pochodzących, dokonywanie oceny, krytycznej analizy, syntezy, twórczej interpretacji i prezentacji tych informacji, - dobór oraz stosowanie właściwych metod i narzędzi, w tym zaawansowanych technik informacyjno-komunikacyjnych, - przystosowanie istniejących lub opracowanie nowych metod i narzędzi z zakresu zarządzania.
DZR.M_W01	Zna i rozumie w pogłębionym stopniu - wybrane fakty, obiekty i zjawiska oraz dotyczące ich metody i teorie wyjaśniające złożone zależności między nimi, stanowiące zaawansowaną wiedzę ogólną z zakresu nauki o zarządzaniu i jakości oraz z zakresu dyscyplin uzupełniających: ekonomii i finansów, matematyki i informatyki, komunikacji i nowych mediów tworzących podstawy teoretyczne, uporządkowaną i podbudowaną teoretycznie wiedzę obejmującą kluczowe zagadnienia oraz wybrane zagadnienia z zakresu zaawansowanej wiedzy szczegółowej - właściwe dla programu studiów na kierunku Zarządzanie.
DZR.M_W03	Zna i rozumie ekonomiczne, prawne, etyczne i inne uwarunkowania różnych rodzajów działalności zawodowej menedżerów, globalnych liderów biznesu, pracowników organizacji i przedsiębiorców, w tym zasady ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego.