

Badania rynkowe - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	Badania rynkowe
Kod przedmiotu	14.3-WZ-EkoP-BR
Wydział	Wydział Ekonomii i Zarządzania
Kierunek	Ekonomia
Profil	ogólnoakademicki
Rodzaj studiów	pierwszego stopnia z tyt. licencjata
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2018/2019

Informacje o przedmiocie	
Semestr	4
Liczba punktów ECTS do zdobycia	4
Typ przedmiotu	obieralny
Język nauczania	polski
Sylabus opracował	dr inż. Mariola Michałowska

Formy zajęć					
Forma zajęć	Liczba godzin w semestrze (stacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (stacjonarne)	Liczba godzin w semestrze (niestacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (niestacjonarne)	Forma zaliczenia
Wykład	15	1	9	0,6	Egzamin
Projekt	15	1	9	0,6	Zaliczenie na ocenę

Cel przedmiotu

Zaprezentowanie wiedzy z zakresu badań rynku oraz zdefiniowanie podstawowych pojęć związanych z tym obszarem. Kształtowanie umiejętności: posługiwania się terminologią stosowaną w badaniach rynku, planowania i organizowania badań rynku, gromadzenia wtórnych i pierwotnych źródeł informacji na potrzeby badań rynku, analizy zjawisk rynkowych w czasie, zbierania danych, oceny wyników badań oraz prezentacji danych empirycznych. Kształtowanie umiejętności pracy w grupie.

Wymagania wstępne

Brak.

Zakres tematyczny

Wykład: Przedmiot, cele i procedura badań rynku. Planowanie i organizowanie badań rynku. Wtórne i pierwotne źródła informacji na potrzeby badań rynku. Analiza zjawisk rynkowych w czasie. Metody zbierania danych. Klasyfikacja i zasady budowy instrumentów pomiarowych. Metody oceny wyników badań. Metody prezentacji danych empirycznych. Metody analizy udziałów rynkowych i grup strategicznych. Badania związane z produktem. Badanie cen. Badanie systemu dystrybucji. Badanie skuteczności systemu komunikacji. Badania satysfakcji i lojalności klientów.

Projekt: Obszary badań rynkowych. Diagnoza sytuacji rynkowej podmiotu. Selekcja metod badawczych pod kątem ich przydatności do rozwiązania konkretnego problemu badawczego i zweryfikowania hipotez badawczych. Opracowanie koncepcji badań rynkowych. Skonstruowanie instrumentu pomiarowego. Przeprowadzenie badań rynku. Analiza pozyskanego materiału empirycznego. Prezentacja i ocena wyników badań rynku.

Metody kształcenia

Wykład: wykład konwencjonalny i problemowy, pokaz.

Projekt: dyskusje grupowe, burza mózgów, prace indywidualne, prace grupowe, metoda projektu, studia przypadków, klasyczna metoda problemowa, praca z literaturą przedmiotu.

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągania efektów uczenia się

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Student posiada umiejętność analizowania pozyskanego materiału empirycznego oraz przygotowania prezentacji z wyników badań rynkowych.	K_U06	- projekt - Zadania praktyczne	Projekt
Jest zdolny do pracy w grupie społecznej.	K_K02	- projekt - Zadania do grupowego rozwiązania	Projekt
Student posiada wiedzę z zakresu terminologii stosowanej w badaniach rynku, potrafi definiować podstawowe pojęcia dotyczące rynku	K_W01	- egzamin - ustny, opisowy, testowy i inne - projekt	- Wykład - Projekt
Student posiada zdolność do stosowania wiedzy i umiejętności w praktycznej działalności przedsiębiorstwa w obszarze przeprowadzania badań rynkowych.	K_K08	- projekt - Zadania praktyczne	Projekt

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Zna metody i techniki badań rynkowych.	• K_W09	• egzamin - ustny, opisowy, testowy i inne • projekt	• Wykład • Projekt
Student posiada umiejętność zdiagnozowania sytuacji rynkowej podmiotu, selekcjonowania metod badawczych pod kątem ich przydatności do rozwiązania konkretnego problemu badawczego i zweryfikowania hipotez badawczych, opracowania koncepcji badań rynkowych, skonstruowania instrumentu pomiarowego, przeprowadzenia badań rynku.	• K_U01	• projekt • Zadania praktyczne	• Projekt

Warunki zaliczenia

Wykład: egzamin pisemny, który będzie obejmować materiał z wykładów (K_W01; K_W09). Egzamin będzie w formie testu zawierającego pytania otwarte lub/i zamknięte. Warunkiem otrzymania zaliczenia jest uzyskanie min. 51% z egzaminu. Termin egzaminu: zgodnie z harmonogramem studiów w sesji.

Oceny (punktacja):

51%- 60% - dostateczny (3.0)

61%-70% - dostateczny plus (3.5)

71%-80% - dobry (4.0)

81%-85% - dobry plus (4.5)

86%-100% - bardzo bobry (5.0)

Projekt: na ocenę składać się będą oceny z: projektu (KW_01; KW_09; K_K02; K_K08; KU_01; KU_06) oraz zadań do samodzielnego i grupowego rozwiązania (K_K02; K_K08).

Termin zaliczenia projektu: zgodnie z harmonogramem studiów w semestrze na przedostatnich zajęciach. Warunkiem otrzymania zaliczenia projektu jest uzyskanie min. 51%.

Oceny (punktacja):

51%- 60% - dostateczny (3.0)

61%-70% - dostateczny plus (3.5)

71%-80% - dobry (4.0)

81%-85% - dobry plus (4.5)

86%-100% - bardzo bobry (5.0)

Na ocenę z przedmiotu składa się ocena z projektu (50%) i egzaminu (50%). Warunkiem zaliczenia przedmiotu są pozytywne oceny z projektu i egzaminu.

Literatura podstawowa

1. Kędzior Z. (red.), Badania rynku-metody zastosowania, PWE, Warszawa 2005.
2. Kauf S., Tłuczak A., Badania rynkowe w zarządzaniu łańcuchem dostaw, Difin, Warszawa 2015.
3. Mynarski S., Badania rynkowe w przedsiębiorstwie, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 2001.
4. Wrzosek W., Funkcjonowanie rynku, PWE, Warszawa 2002.

Literatura uzupełniająca

1. Pfaff D., Badania rynku: jak pozyskiwać najistotniejsze dla firmy informacje marketingowe, Wydawnictwo BC.edu, Warszawa 2010.
2. Mynarski S., Analiza danych rynkowych i marketingowych z wykorzystaniem programu Excel, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 2003.
3. Mynarski S., Praktyczne metody analizy danych rynkowych i marketingowych, Wydawnictwo Zakamycze, Kraków 2000.

Uwagi

Zmodyfikowane przez dr inż. Mariola Michałowska (ostatnia modyfikacja: 27-05-2018 09:12)

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ