

Marketing Data Analysis - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	Marketing Data Analysis
Kod przedmiotu	14.2-WP-SOC-ADM
Wydział	Wydział Nauk Społecznych
Kierunek	WNS - oferta ERASMUS / Socjologia
Profil	-
Rodzaj studiów	Program Erasmus drugiego stopnia
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2019/2020
Jednostka obsługująca przedmiot	Wydział Nauk Społecznych

Informacje o przedmiocie	
Liczba punktów ECTS do zdobycia	3
Typ przedmiotu	obowiązkowy
Język nauczania	angielski
Sylabus opracował	dr hab. Dorota Szaban, prof. UZ

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
Ćwiczenia	30	2	-	-	Zaliczenie na ocenę

Cel przedmiotu

Presentation of various methods and techniques of qualitative and quantitative marketing data analysis. The course is step-by-step guide how to deal with data from marketing research and how to present the results of those research.

Wymagania wstępne

Completed any of research methods and data analysis course

Zakres tematyczny

Basic principles of marketing data analysis; Marketing data analysis – correlations, differences; Public marketing databases; Interpretation of collected marketing data; Rules of marketing data analysis. Preparing data for analysis. Preparing report based on marketing data analysis.

Metody kształcenia

Academically supervised student-governed problem oriented project work.

Multimedia learning process – using Power Point presentations

Class/group project.

Problem solving or case studies

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Students who complete the course will obtain the following qualifications: Knowledge: Understanding of marketing research need Knowledge about typical schemes of marketing data analysis Knowledge about the basic principles in scientific work e.g. academic honesty Skills: Can conceptualize, plan and organize own marketing data project work Communicate the reflections and results of the marketing data project work; orally, graphically and in writing. Competencies: Students demonstrate ability to conduct the marketing research and prepare the report and directions how to solve marketing problem		- Individual assessment based on active participation during the course. - Group-Project report plus group oral defense of the project report.	Ćwiczenia

Warunki zaliczenia

Individual assessment based on active participation during the course.

Group-Project report plus group oral defense of the project report.

Literatura podstawowa

1. Gilbert A. Churchill, Basic marketing research, 2000

Literatura uzupełniająca

1. Groves R. M., Fowler F.J. and others, Survey Methodology, 2004.

Uwagi

*The subject can be run every semester, in case there is not enough persons to make a group there will be individual class run during instructor hours.

Zmodyfikowane przez dr Jarosław Wagner (ostatnia modyfikacja: 27-04-2019 17:00)

Wygenerowano automatycznie z systemu SyllabUZ