

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 2020/2021

Informacje o przedmiocie	
Semestr	4
Liczba punktów ECTS do zdobycia	3
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	Zaliczenie na ocenę
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 wiedzę z zakresu terminologii stosowanej w badaniach rynku, potrafi definiować podstawowe pojęcia dotyczące rynku	K_W01	- projekt - zaliczenie - ustne, opisowe, testowe i inne	- 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
Zna metody i techniki badań rynkowych.	K_W09	- projekt - zaliczenie - ustne, opisowe, testowe i inne	- Wykład - Projekt

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
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	• Zadania praktyczne	• Projekt
Jest zdolny do pracy w grupie społecznej.	• K_K02	• projekt • Zadania do grupowego rozwiązania	• Projekt
Student posiada umiejętność analizowania pozyskanego materiału empirycznego oraz przygotowania prezentacji z wyników badań rynkowych.	• K_U06	• projekt • Zadania praktyczne	• Projekt

Warunki zaliczenia

Wykład: zaliczenie pisemne, które będzie obejmować materiał z wykładów (K_W01; K_W09). Zaliczenie będzie w formie testu zawierającego pytania otwarte lub/i zamknięte. Warunkiem otrzymania zaliczenia jest uzyskanie min. 51% z zaliczenia. Termin zaliczenia: zgodnie z harmonogramem studiów na przedostatnich zajęciach.

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 dobry (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 dobry (5.0)

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

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. Woźniakowski, T., Jałowiecki, P., Metodyczne oraz informatyczne aspekty badań rynkowych, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2012.
5. Wrzosek W., Funkcjonowanie rynku, PWE, Warszawa 2002.

Literatura uzupełniająca

1. Dudek H., Krawiec M., Landmesser J., Podstawy analizy statystycznej w badaniach rynku, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2011.
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.
4. Pfaff D., Badania rynku: jak pozyskiwać najistotniejsze dla firmy informacje marketingowe, Wydawnictwo BC.edu, Warszawa 2010.

Uwagi

-

Zmodyfikowane przez dr inż. Mariola Michałowska (ostatnia modyfikacja: 08-05-2020 01:00)