

Analiza statystyczna w badaniach rynku - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	Analiza statystyczna w badaniach rynku
Kod przedmiotu	11.5-WK-liED-ASBR-L-S14_pNadGenRFY0R
Wydział	Wydział Matematyki, Informatyki i Ekonometrii
Kierunek	Computer science and econometrics
Profil	ogólnoakademicki
Rodzaj studiów	drugiego stopnia z tyt. magistra
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2020/2021

Informacje o przedmiocie	
Semestr	3
Liczba punktów ECTS do zdobycia	4
Typ przedmiotu	obowiązkowy
Język nauczania	polski
Sylabus opracował	dr hab. Stefan Zontek, 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
Laboratorium	30	2	-	-	Zaliczenie na ocenę
Wykład	15	1	-	-	Zaliczenie na ocenę

Cel przedmiotu

To familiarize students with fundamental methods used in statistical analysis of market data.

Wymagania wstępne

Passed lectures on: probability theory, descriptive and mathematical statistics.

Zakres tematyczny

Lecture

1. Marketing research. Measuring scales. Availability of data. (2 hours)
 2. Methods of liner ordering of objects. (3 hours)
 - The method of pattern development.
 - The method of standardized sums.
 3. Introduction to classification methods. (4 hours)
 - The method of center of gravity.
 - Wrocław taxonomy.
 - Decision (classification) tree.
 4. Conjoint analysis. (3 hours)
 5. Multivariate scaling. (3 hours)
- Laboratory

1. An introduction-repetition to chosen statistical package. (2 hours)
2. Partition, distinction and preliminary analysis of market data with respect to measuring scales. (2 hours)
3. Repetition with methods of analyzing market data with respect to measuring scales:
 1. methods used in descriptive statistics, (3 hours)
 2. statistical tests, (3 hours)
 3. analysis of relationships. (3 hours)
4. Test. (2 hours)
5. Statistical methods with distinguish dependent variables. (5 hours)
6. Methods of
 1. classification of objects, (4 hours)
 2. linear ordering of objects, (2 hours)
 3. multivariate scaling. (2 hours)
7. Test. (2 hours)

Metody kształcenia

Lecture - traditional. Laboratory – students analyze market data using properly chosen procedures from statistical package.

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
1. Student has theoretical and practical knowledge about statistical methods used in marked research.	• K_W01 • K_W02 • K_W06	• egzamin - ustny, opisowy, testowy i inne	• Wykład • Laboratorium
2. Student understand significance of market research.	• K_W02	• egzamin - ustny, opisowy, testowy i inne	• Wykład • Laboratorium
3. Student can classify data with respect to type of measurements, can properly chose and apply statistical methods using in analyzing market data with respect to its type.	• K_W06 • K_U06	• egzamin - ustny, opisowy, testowy i inne • test	• Wykład • Laboratorium

Warunki zaliczenia

1. Laboratory – tests with tasks on different level of difficulty.
2. On the last lecture students refer statistical methods used in market research. Each student is graded. In the case of negative grade there is a possibility to get another date.
To complete the course one has to obtain positive grades form laboratory and lecture. The course grade consists of a grade from lecture (30%) and a grade from laboratory (70%).

Literatura podstawowa

Stanimir A. - pod red. "Analiza danych marketingowych Problemy, metody, zadania", Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu, Wrocław 2006

Mazurek-Łopacińska K. - pod red. "Badania marketingowe Teoria i praktyka", PWN Warszawa 2005

Walesiak M., Gatnar E. - pod red. "Statystyczna analiza danych z wykorzystaniem programu R", PWN Warszawa 2009

Maddala G.S. "Ekonometria", PWN Warszawa 2006

Aaker D.A., Kumar V., Day G.S. „Marketing Research”, John Wiley & Sons, Inc., New York, 1995.

Literatura uzupełniająca

1. Bieчек P. "Przewodnik po pakiecie R", Oficyna Wydawnicza GiS Wrocław 2011
2. Kopczewska K. "Ekonometria i statystyka przestrzenna z wykorzystaniem programu R CRAN", Wydawnictwa Fachowe CeDeWu Warszawa 2006
3. Koronacki J., Ćwik J. "Statystyczne systemy uczące się", WNT Warszawa 2005
4. Welfe A. "Ekonometria Metody i ich zastosowanie", PWE Warszawa 1998
5. Welfe A. - pod red. "Ekonometria zbiór zadań", PWE Warszawa 1997
6. Dziechciarz J. - pod red. "Ekonometria Metody, przykłady, zadania", Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu Wrocław 2003
7. Zeliaś A. "Metody statystyczne", PWE Warszawa 2000
8. Zeliaś A., Pawelek B., Wanat S. "Metody statystyczne Zadania i sprawdziany", PWE Warszawa 2002

Uwagi

Zmodyfikowane przez dr hab. Stefan Zontek, prof. UZ (ostatnia modyfikacja: 20-10-2020 11:48)

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ