

Analiza rynku - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	Analiza rynku
Kod przedmiotu	04.9-WZ-ZSPD-ANRY
Wydział	Wydział Ekonomii i Zarządzania
Kierunek	Zarządzanie sprzedażą
Profil	ogólnoakademicki
Rodzaj studiów	podyplomowe
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2021/2022

Informacje o przedmiocie	
Semestr	1
Liczba punktów ECTS do zdobycia	2
Typ przedmiotu	obowiązkowy
Język nauczania	polski
Sylabus opracował	dr hab. inż. Piotr Kułyk, 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
Wykład + ćwiczenia + laboratorium	-	-	14 (w tym jako e-learning)	0,93 (w tym jako e-learning)	Zaliczenie na ocenę

Cel przedmiotu

Przekazanie słuchaczom pogłębionej wiedzy z analizy rynku. Zapoznanie ich z procedurą badań rynku, specyfiką analizy rynku, metodami badania zjawisk i procesów rynkowych oraz przykładami ich zastosowań. Dodatkowym celem jest przygotowanie słuchaczy do wykorzystania wtórnych źródeł informacji do analizy zjawisk rynkowych w czasie z wykorzystaniem arkusza kalkulacyjnego Microsoft Excel. Ponadto kształtowanie umiejętności pracy w grupie społecznej.

Wymagania wstępne

-

Zakres tematyczny

Wykład: Istota rynku i jego struktury oraz uwarunkowania. Procedura badań rynku. Informacyjne podstawy analizy rynku. Analiza zjawisk rynkowych w czasie. Metody analizy udziałów rynkowych i grup strategicznych.

Ćwiczenia: Segmentacja rynku i przykłady jej zastosowań. Analiza sezonowości oraz związków przyczynowo - skutkowych.

Laboratorium: projekt na wybrany temat obejmujący: 1) metody analizy zjawisk i procesów rynkowych, w tym m.in.: badanie popytu, badanie podaży, prognozowanie lub 2) metody analizy udziałów rynkowych i grup strategicznych, w tym m.in. określenie pozycji rynkowej przedsiębiorstwa i kierunków jego rozwoju.

Metody kształcenia

Wykład: pokaz, wykład konwencjonalny, dyskusja.

Ćwiczenia: dyskusje grupowe, burza mózgów, prace grupowe, studium przypadków, praca z literaturą przedmiotu.

Laboratorium: projekt, dyskusje grupowe, burza mózgów.

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Słuchacz potrafi samodzielnie pogłębiać nabytą wiedzę i umiejętności w obszarze analizy rynku. Jest świadomy analizy rynku w procesie decyzyjnym. Posiada pogłębioną umiejętność obserwacji i interpretacji zjawisk i procesów zachodzących na rynku przy użyciu różnych technik, metod, analiz. Rozumie potrzebę ciągłego uczenia się.	ZS_U03 ZS_U06	- dyskusja - projekt - zaliczenie - ustne, opisowe, testowe i inne	Wykład + ćwiczenia + laboratorium
Słuchacz potrafi współdziałać i pracować w grupie przyjmując różne role. Jest chętny do prezentowania własnych opinii i poglądów dotyczących analizy rynku oraz potrafi je właściwie uargumentować.	ZS_K02	- dyskusja - projekt - zaliczenie - ustne, opisowe, testowe i inne - zadania grupowe, studia przypadków	Wykład + ćwiczenia + laboratorium

Opis efektu	Symbolo efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Słuchacz posiada pogłębioną wiedzę z zakresu mechanizmu rynkowego, analiz rynkowych, zna metody badawcze oraz przebieg procesu badawczego.	• ZS_W02	• dyskusja • przygotowanie projektu • zaliczenie - ustne, opisowe, testowe i inne	• Wykład + ćwiczenia + laboratorium
Słuchacz potrafi dokonać analizy zjawisk rynkowych w czasie, udziałów rynkowych i grup strategicznych, sezonowości oraz związków przyczynowo - skutkowych. Przeprowadza segmentację rynku, ocenę udziałów rynkowych, stopnia koncentracji rynku oraz ocenia prawidłowość ich przeprowadzenia. Potrafi interpretować zjawiska oraz procesy zachodzące na rynku oraz przedstawić ich wyniki.	• ZS_U01	• dyskusja • projekt • zaliczenie - ustne, opisowe, testowe i inne • zadania grupowe	• Wykład + ćwiczenia + laboratorium

Warunki zaliczenia

Wykład: zaliczenie pisemne (ZS_W02, ZS_U01, ZS_U03, ZS_U06, ZS_K02) , które będzie obejmować materiał z wykładów, ćwiczeń i laboratorium. Zaliczenie będzie w formie pytań otwartych lub/i zamkniętych. Aby uzyskać zaliczenie należy zdobyć minimum 51 punktów.

Ćwiczenia: praca pisemna w formie pytań otwartych lub/i zamkniętych z progami punktowymi (ZS_W02, ZS_U01, ZS_U03, ZS_U06, ZS_K02).

Laboratorium: projekt obejmujący wybór tematu, realizację oraz prezentację jego rezultatów (ZS_W02, ZS_U01, ZS_U03, ZS_U06, ZS_K02). Aby uzyskać zaliczenie należy zdobyć minimum 51 punktów.

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 ćwiczeń (33,33%), wykładu (33,33%) i laboratorium (33,33%). Warunkiem zaliczenia przedmiotu są pozytywne oceny z ćwiczeń, wykładu i laboratorium.

Literatura podstawowa

1. Hague P., Hague N., Morgan C. A., *Badania rynkowe w praktyce*, Helion, Gliwice 2005.
2. Kaczmarczyk S., *Badania marketingowe – metody i techniki*, PWE, Warszawa 2004.
3. Kędzior Z., *Badania rynku. Metody zastosowania*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, PWE, Warszawa 2005.
4. Mruk H. (red.), *Analiza rynku*, PWE, Warszawa 2003.
5. Mynarski S., *Analiza danych rynkowych i marketingowych z wykorzystaniem programu Excel*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 2003.
6. Mynarski S., *Badania rynkowe w przedsiębiorstwie*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 2001.
7. Mynarski S., *Praktyczne metody analizy danych rynkowych i marketingowych*, Kantor Wydawniczy Zamykacze Kraków 2000.

Literatura uzupełniająca

1. Churchill G., *Badania marketingowe*, PWN, Warszawa 2008.
2. Kaden R. J., *Badania marketingowe*, PWE, Warszawa 2008.
3. Mazurek-Łopacińska K., *Badania marketingowe – podstawowe metody i obszary zastosowań*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Wrocław 2006.

Uwagi

-

Zmodyfikowane przez dr Paweł Szudra (ostatnia modyfikacja: 12-07-2021 22:26)

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ