

Statistical Analysis in Market Research - course description

General information	
Course name	Statistical Analysis in Market Research
Course ID	11.5-WK-liED-ASBR-L-S14_pNadGenRFY0R
Faculty	Faculty of Mathematics, Computer Science and Econometrics
Field of study	Informatics and Econometrics
Education profile	academic
Level of studies	Second-cycle studies leading to MS degree
Beginning semester	winter term 2022/2023

Course information	
Semester	3
ECTS credits to win	4
Course type	obligatory
Teaching language	polish
Author of syllabus	- dr Joachim Syga - dr Magdalena Wojciech

Classes forms					
The class form	Hours per semester (full-time)	Hours per week (full-time)	Hours per semester (part-time)	Hours per week (part-time)	Form of assignment
Laboratory	30	2	-	-	Credit with grade
Lecture	15	1	-	-	Credit with grade

Aim of the course

Zapoznanie studenta z podstawowymi metodami analizy statystycznej stosowanymi w badaniach rynkowych. Nabycie przez studenta umiejętności ich odpowiedniego doboru oraz zastosowania w praktyce.

Prerequisites

Rachunek prawdopodobieństwa, statystyka opisowa i matematyczna

Scope

Wykład

1. Badania marketingowe. Skale pomiarowe. Dostępność danych. (2 godz.)
2. Metody porządkowania liniowego obiektów. (3 godz.)
 - Metoda wzorca rozwoju
 - Metoda sum standaryzowanych
3. Wprowadzenie do metod klasyfikacji. (4 godz.)
 - Metoda środków ciężkości
 - Taksonomia wrocławska
 - Drzewa decyzyjne (klasyfikacyjne)
4. Conjoint analysis. (3 godz.)
5. Skalowanie wielowymiarowe. (3 godz.)

Laboratorium

1. Zajęcia wprowadzająco-przypominające dot. wykorzystywanego oprogramowania (pakiet R-project) (2 godz.).
2. Podział, rozróżnienie i wstęp na analiza danych marketingowych ze względu na skalę pomiarową (2 godz.).
3. Przypomnienie metod analizy danych marketingowych ze względu na skalę pomiarową:
 - a) metody stosowane w statystyce opisowej (3 godz.),
 - b) testy statystyczne (3 godz.),
 - c) metody analizy zależności (3 godz.)
4. Sprawdzian (2 godz.).
5. Metody statystyczne z wyróżnionymi zmiennymi zależnymi (5 godz.);
6. Metody analizy współwystępowania:
 - a) metody klasyfikacji zbioru obiektów (4 godz.);
 - b) metody porządkowania liniowego zbioru obiektów (2 godz.),
 - c) skalowanie wielowymiarowe (2 godz.);
7. Sprawdzian (2 godz.)

Teaching methods

Wykład tradycyjny (kreda i tablica tylko do najważniejszych sformułowań, wzorów) z wyjątkiem omawianych przykładów zastosowań prezentowanymi w formie slajdów. Laboratoria odbywają się przy wykorzystaniu sprzętu komputerowego z odpowiednim oprogramowaniem umożliwiającym zastosowanie metod statystycznych w rozwiązywaniu zadań (R-project), studenci w aktywny sposób uczestniczą w poszukiwaniu odpowiednich metod rozwiązania przedstawionych zadań

Learning outcomes and methods of theirs verification

Outcome description	Outcome symbols	Methods of verification	The class form
Student ma teoretyczną i praktyczną wiedzę o metodach statystycznych stosowanych w badaniach rynkowych.	K_W01 K_W02 K_W06 K_W16	- a discussion - an evaluation test - an ongoing monitoring during classes	- Lecture - Laboratory
Student potrafi klasyfikować dane ze względu na rodzaj ich pomiaru; potrafi właściwie dobrać i zastosować metody statystyczne stosowane w analizie danych rynkowych w zależności od rodzaju danych.	K_W06 K_U06	- a discussion - an evaluation test - an ongoing monitoring during classes	- Lecture - Laboratory
Student rozumie istotę badań rynkowych.	K_W02	- a discussion - an evaluation test - an ongoing monitoring during classes	- Lecture - Laboratory

Assignment conditions

- Sprawdziany z zadaniami o zróżnicowanym stopniu trudności, pozwalającymi na ocenę, czystudent osiągnął efekty kształcenia w stopniu minimalnym.
- Na ostatnim wykładzie (wtedy obecność jest obowiązkowa) wskazywani studenci odpowiadają przy tablicy na pytania dotyczące metod statystycznych stosowanych w badaniach rynku. Każdy ze studentów jest przynajmniej raz wywołany, a odpowiedzi są oceniane. W przypadku nie uzyskania oceny pozytywnej, jest możliwość poprawy. Na ocenę z przedmiotu składa się ocena z laboratorium (70%) i ocena z wykładu (30%). Warunkiem zaliczenia przedmiotu. są pozytywne oceny z laboratorium i wykładu.

Recommended reading

- 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 200

Further reading

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

Notes

Modified by dr Alina Szelecka (last modification: 19-05-2022 21:47)

Generated automatically from SylabUZ computer system