

Analiza rynku - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	Analiza rynku
Kod przedmiotu	04.9-WZ-ZarzD-AR-Ć-S15_genNBVT7
Wydział	Wydział Ekonomii i Zarządzania
Kierunek	Zarządzanie / Menadżer personalny
Profil	ogólnoakademicki
Rodzaj studiów	drugiego stopnia z tyt. magistra
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2016/2017

Informacje o przedmiocie	
Semestr	3
Liczba punktów ECTS do zdobycia	4
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	15	1	9	0,6	Egzamin
Ćwiczenia	15	1	9	0,6	Zaliczenie na ocenę

Cel przedmiotu

Rozwijanie kompetencji studentów w zakresie analizy rynku w różnych podmiotach gospodarczych oraz kształtowanie umiejętności praktycznych przygotowujących do wykorzystania wiedzy w pracy zawodowej polegającej na przeprowadzeniu kompleksowej analizy rynku i jej wykorzystania na potrzeby działalności gospodarczej.

Wymagania wstępne

Brak

Zakres tematyczny

Wykład: Wprowadzenie do problematyki badań rynkowych – cele, funkcje i charakterystyka badań rynkowych, rodzaje i metody badawcze, przebieg procesu badawczego, standardy porównawcze; Ujęcie rynku i mechanizmu rynkowego - pojęcie i klasyfikacja rynków, czynniki wpływające na rynek, elementy procesu decyzyjnego, niepewność i ryzyko w sytuacjach rynkowych, faza cyklu życia sektora; Badanie pozycji rynkowej przedsiębiorstwa.

Ćwiczenia: Analiza udziału w rynku, analiza grup strategicznych, analiza konkurencji, stopień koncentracji rynku; Ocena chłonności i pojemności rynku - potrzeba jako podstawa wyznaczania pojemności rynku, wpływ dochodów i cen na kształtowanie się pojemności rynku, podejście czasowe i przestrzenne do problemu pojemności rynków, badanie braków towarowych i popytu niezaspokojonego, analiza popytu kształtującego się; Wyznaczenie segmentów rynku – kryteria i procedura segmentacji, metody gromadzenia i analizy danych w procedurach segmentacji; Analiza rynku w przestrzeni – współczynniki zróżnicowania i koncentracji, standaryzacja cech, metoda rang, prawo grawitacji detalu Reilly'ego.

Metody kształcenia

Wykład - wykład konwencjonalny, wykład problemowy, prezentacja multimedialna

Ćwiczenia - praca w grupach, rozwiązywanie zadań, case study, projekt, prezentacja projektu na zajęciach

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Student definiuje cele funkcje oraz rodzaje analiz rynkowych, zna metody badawcze oraz przebieg procesu badawczego, odróżnia badania rynku od badań marketingowych	- K_W04 - K_W05	- dyskusja - pytania otwarte	- Wykład - Ćwiczenia
Student klasyfikuje różne rodzaje rynków, wskazuje czynniki wpływające na rynek, przedstawia zależności między czynnikami rynkowymi	- K_W04 - K_U06	- projekt - pytania otwarte	- Wykład - Ćwiczenia
Student wyróżnia związki zachodzące między rynkami oraz podmiotami występującymi na rynku	- K_W08 - K_U06	- projekt - pytania otwarte - praca w grupach	- Wykład - Ćwiczenia
Student charakteryzuje główne tendencje rynkowe, dokonuje ich interpretacji, wskazuje ograniczenia w opisie zjawisk rynkowych,	K_U07	- projekt - praca w grupach - case study	Ćwiczenia

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Student przeprowadza ocenę udziałów rynkowych oraz ocenia stopień koncentracji rynku, wyróżnia grupy strategiczne	• K_W08 • K_U06	• projekt • rozwiązywanie zadań	• Ćwiczenia
Student dokonuje wyznacza pojemność rynku, przeprowadza prognozę pojemności rynku, wyróżnia metody prognozowania	• K_W08 • K_U06	• projekt • pytania otwarte • praca w grupach	• Wykład • Ćwiczenia
Student wyróżnia przestrzenne zróżnicowanie rynku, dokonuje standaryzacji cech, ocenia stopień równomierności zjawiska w przestrzeni	• K_W08 • K_U06	• projekt • praca w grupach • pytania otwarte	• Wykład
Student jest świadomy analizy rynku w procesie decyzyjnym, zna ograniczenia interpretacyjne i metodologiczne prowadzonych analiz	• K_U09 • K_K01 • K_K09	• pytania otwarte • praca w grupach	• Ćwiczenia

Warunki zaliczenia

Wykład: egzamin na ocenę

Ćwiczenia: zaliczenie z oceną

Warunki zaliczenia wykładów: egzamin pisemny z tematyki wykładów i wybranych lektur; lista pytań z zakresem tematycznym zostanie przesłana studentom z miesięcznym wyprzedzeniem, pytania otwarte z progami punktowymi, studenci udzielają odpowiedzi na 4 pytania wybrane przez prowadzącego; progi punktowe dla poszczególnych ocen z egzaminu: 8-7,5 punktów – 5,0; 7 punktów – 4,5; 6,5 – 6,0 punktów – 4,0; 5,5 punktów – 3,5; 5,0 – 4,5 punktów – 3,0 [K_W04, K_W05, K_U06, K_K09]. Warunkiem przystąpienia do egzaminu jest pozytywna ocena z ćwiczeń.

Warunki zaliczenia ćwiczeń: systematyczna kontrola wykonania zadań przewidzianych programem ćwiczeń (20%) [K_W08, K_U06, K_U07, K_U05, K_K04]; projekt (70%), prezentacja projektu na zajęciach (10%) (K_W08, K_U06, K_U07, K_U05, K_K04, K_K07, K_K01).

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

Literatura podstawowa

1. Mazurek-Łopacińska K., Badania marketingowe – podstawowe metody i obszary zastosowań, AE Wrocław 2006.
2. Mruk H. (red.), Analiza rynku, PWE, Warszawa 2005.
3. Kaczmarczyk S., Badania marketingowe – metody i techniki. PWE, Warszawa 2002.
4. Churchill G., Badania marketingowe, PWN, Warszawa 2008.
5. Duliniec E., Badania marketingowe w zarządzaniu przedsiębiorstwem, PWN, Warszawa 2000.
6. Hague P., Hague N., Morgan C. A., Badania rynkowe w praktyce, Hellon, Gliwice 2008.

Literatura uzupełniająca

1. Mazurek-Łopacińska K. (red.), Badania marketingowe. Teoria i praktyka, PWN, Warszawa 2005.
2. Kaden R. J., Badania marketingowe, PWE, Warszawa 2008.
3. Kotler P., Marketing, Rebis, Warszawa 2005.
4. Mynarski S., Badania rynkowe w przedsiębiorstwie, Wyd. AE, Kraków 2001.

Uwagi

Zmodyfikowane przez dr hab. inż. Joanna Zarębska, prof. UZ (ostatnia modyfikacja: 19-07-2016 23:32)

Wygenerowano automatycznie z systemu SyllabUZ