

MARKET RESEARCH - course description

General information	
Course name	MARKET RESEARCH
Course ID	14.3-WZ-EkoP-BR-S16
Faculty	Faculty of Economics and Management
Field of study	Economics
Education profile	academic
Level of studies	First-cycle studies leading to Bachelor's degree
Beginning semester	winter term 2016/2017

Course information	
Semester	4
ECTS credits to win	4
Course type	optional
Teaching language	polish
Author of syllabus	dr inż. Mariola Michałowska

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
Lecture	15	1	9	0,6	Exam
Class	15	1	9	0,6	Credit with grade

Aim of the course

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.

Prerequisites

Brak.

Scope

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.

Ćwiczenia: 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.

Teaching methods

Wykład: wykład konwencjonalny i problemowy, pokaz.

Ćwiczenia: dyskusje grupowe, burza mózgów, prace indywidualne, prace grupowe, studia przypadków, klasyczna metoda problemowa, praca z literaturą przedmiotu.

Learning outcomes and methods of theirs verification

Outcome description	Outcome symbols	Methods of verification	The class form
Student posiada wiedzę z zakresu terminologii stosowanej w badaniach rynku, potrafi definiować podstawowe pojęcia dotyczące rynku	K_W01	- an evaluation test - an exam - oral, descriptive, test and other	- Lecture - Class
Zna metody i techniki badań rynkowych.	K_W09	- an evaluation test - an exam - oral, descriptive, test and other	- Lecture - Class
Student posiada umiejętność zdiagnozowania sytuacji rynkowej podmiotu, selekcionowania 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	Class

Outcome description	Outcome symbols	Methods of verification	The class form
Student posiada umiejętność analizowania pozyskanego materiału empirycznego oraz przygotowania prezentacji z wyników badań rynkowych.	• K_U06	• Zadania praktyczne	• Class
Jest zdolny do pracy w grupie społecznej.	• K_K02	• Zadania do grupowego rozwiązania	• Class
Student posiada zdolność do stosowania wiedzy i umiejętności w praktycznej działalności przedsiębiorstwa w obszarze przeprowadzania badań rynkowych.	• K_K08	• Zadania praktyczne	• Class

Assignment conditions

Wykład: egzamin pisemny, który będzie obejmować materiał z wykładów (K_W01; K_W09). Egzamin będzie w formie testu zawierającego pytania otwarte lub/i zamknięte. Warunkiem otrzymania zaliczenia jest uzyskanie min. 51% z egzaminu. Termin egzaminu: zgodnie z harmonogramem studiów w sesji letniej.

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)

Ćwiczenia: na ocenę składać się będą oceny z: kolokwium (KW_01; KW_09), które będzie zawierało pytania otwarte i problemowe, budowy kwestionariusza oraz zadań do samodzielnego i grupowego rozwiązania (K_K02; K_K08).

Termin zaliczenia kolokwium: zgodnie z harmonogramem studiów w semestrze letnim na przedostatnich zajęciach.

Warunkiem otrzymania zaliczenia kolokwium 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 ćwiczeń (50%) i z egzaminu (50%). Warunkiem zaliczenia przedmiotu są pozytywne oceny z ćwiczeń i egzaminu.

Recommended reading

1. Kędzior Z. (red.), Badania rynku-metody zastosowania, PWE, Warszawa 2005.
2. Mynarski S., Badania rynkowe w przedsiębiorstwie, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 2001.
3. Wrzosek W., Funkcjonowanie rynku, PWE, Warszawa 2002.

Further reading

1. Mynarski S., Analiza danych rynkowych i marketingowych z wykorzystaniem programu Excel, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 2003.
2. Mynarski S., Praktyczne metody analizy danych rynkowych i marketingowych, Wydawnictwo Zakamycze, Kraków 2000.

Notes

Modified by dr inż. Mariola Michałowska (last modification: 31-08-2016 20:12)

Generated automatically from SylabUZ computer system