



Karta przedmiotu
Analiza rynku

1. Informacje podstawowe

| | | |
|--|--|---|
| <p>Kierunek studiów zarządzanie i inżynieria produkcji</p> <p>Specjalność: projektowanie usług logistycznych</p> <p>Jednostka zarządzająca kierunkiem studiów Wydział Zarządzania</p> <p>Poziom studiów pierwszego stopnia (inż.)</p> <p>Profil studiów Profil praktyczny</p> <p>Forma studiów studia stacjonarne</p> | <p>Cykl kształcenia (nabór) 2023/24</p> <p>Kod przedmiotu 08ZIP-PPULS.PI40.0728.23</p> <p>Języki wykładowe polski</p> <p>Obligatoryjność Obligatoryjny specjalnościowy</p> <p>Blok zajęciowy Przedmioty specjalnościowe</p> | |
| <p>Wymagania wstępne</p> | <p>Znajomość podstawowych zagadnień z badań marketingowych i mikroekonomii. Wiedza z zakresu tworzenia i rozwoju przedsiębiorstw oraz analizy podstawowych zjawisk społeczno-gospodarczych.</p> | |
| <p>Przedmioty wprowadzające</p> | <p>Podstawy zarządzania, Marketing</p> | |
| <p>Koordynator</p> | <p>Iwona Posadzińska</p> | |
| <p>Okres Semestr 7</p> | <p>Forma zaliczenia Egzamin</p> <p>Forma prowadzenia i godziny zajęć Wykład: 30 Ćwiczenia audytoryjne: 15 Ćwiczenia projektowe: 15</p> | <p>Liczba punktów ECTS 3.0</p> |

2. Efekty uczenia się dla przedmiotu

| Kod | Opis efektów uczenia się | Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się | Odniesienie do charakterystyk PRK |
|-------------------------------|---|---|-----------------------------------|
| Wiedza: | | | |
| W1 | Definiuje elementy rynku, objaśnia podstawowe mechanizmy na rynków | ZIP_P1_K_W03 | P6S_WK |
| W2 | Potrafi scharakteryzować poszczególne rodzaje rynków i objaśnia role instytucji na rynkach. | ZIP_P1_K_W08 | P6S_WG |
| Umiejętności: | | | |
| U1 | Dobiera i oblicza parametry niezbędne do oceny rynków | ZIP_P1_K_U12 | P6S_UW P6S_UW_inż |
| U2 | Analizuje oraz prognozuje sytuacje na wybranym rynku | ZIP_P1_K_U03 | P6S_UO |
| Kompetencje społeczne: | | | |
| K1 | Jest aktywny w poszukiwaniu informacji rynkowych niezbędnych do analizy, jest kreatywny w sposobach analizy rynku prezentacji wyników tej analizy, jest świadomy wagi informacji na rynku | ZIP_P1_K_K11 | P6S_KO |

3. Treści programowe

| Lp. | Treści programowe | Formy zajęć | Efekty uczenia się dla przedmiotu |
|-----|---|---|-----------------------------------|
| 1. | Proces badania - podstawowe pojęcia (dane, informacja, źródła informacji), etapy procesu badania, analiza jako etap procesu badawczego, etapy zbierania danych, wybrane metody zbierania danych, przygotowanie danych do analizy; Rynek jako przedmiot analizy, elementy i składowe rynku, popyt i jego analiza, podaż i jej analiza, cena i jej analiza, cenowa elastyczność popytu, analiza pojemności i chłonności rynku, indeks siły nabywczej, badania i analiza koniunktury, badania konkurencji, analiza udziałów w rynku, badania rynków zagranicznych. | Wykład | W1, W2 |
| 2. | Proces badania rynkowego i jego etapy, elementy i składowe rynku, analiza sytuacji rynkowej przedsiębiorstwa, podstawowe miary pozycji rynkowej przedsiębiorstwa, w tym udział w rynku, wskaźniki satysfakcji i lojalności klientów, utrzymania i utraty klientów, wskaźnik RFM, analiza konkurencji. | Ćwiczenia audytoryjne, Ćwiczenia projektowe | U1, U2, K1 |

4. Metody prowadzenia zajęć, weryfikacji efektów uczenia się i warunki zaliczenia

| | |
|-------------|--|
| Forma zajęć | |
|-------------|--|

| | | |
|--|---------------------------------------|----------------|
| Wykład | Metody prowadzenia zajęć: | |
| | Wykład | |
| | Metody (sposoby) weryfikacji: | Udział: |
| | Egzamin pisemny | 100% |
| | Warunki zaliczenia przedmiotu: | |
| Egzamin pisemny | | |
| Ćwiczenia audytoryjne | Metody prowadzenia zajęć: | |
| | Projekt, Case study | |
| | Metody (sposoby) weryfikacji: | Udział: |
| | Kolokwium | 100% |
| | Warunki zaliczenia przedmiotu: | |
| kolokwium w formie testu z pytaniami zamkniętymi | | |
| Ćwiczenia projektowe | Metody prowadzenia zajęć: | |
| | Projekt | |
| | Metody (sposoby) weryfikacji: | Udział: |
| | Projekt | 100% |
| | Warunki zaliczenia przedmiotu: | |
| Złożenie kompletnego projektu | | |

| Efekt uczenia się dla przedmiotu | Metody (sposoby) weryfikacji | | |
|----------------------------------|------------------------------|-----------|---------|
| | Egzamin pisemny | Kolokwium | Projekt |
| W1 | x | | |
| W2 | x | | |
| U1 | | x | x |
| U2 | | x | x |
| K1 | | x | |

5. Literatura

Literatura podstawowa

1. Mruk H., 2003, pr. zb. Analiza rynku, PWE, Warszawa.
2. M. J. Lutostański, A. Łebkowska, M. Protasiuk, 2016, Badanie rynku, The Market Research Society, Kogan Page. London, eBook.

Literatura uzupełniająca

1. Kaczmarczyk S., 2014, Badania marketingowe. Podstawy metodyczne., PWE Warszawa.
2. Kaczmarczyk S., 2007, Zastosowania badań marketingowych, PWE, Warszawa (rozd. 6,8,9).
3. Wrzosek W., 2002, Funkcjonowanie rynku, PWE, Warszawa.

6. Nakład pracy studenta - bilans godzin i punktów ECTS

| Aktywność studenta | | Obciążenie studenta Liczba godzin |
|---|---------------------------|--------------------------------------|
| Zajęcia prowadzone z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego lub innych osób prowadzących zajęcia | Wykład | 30 |
| | Ćwiczenia audytoryjne | 15 |
| | Ćwiczenia projektowe | 15 |
| Praca własna studenta | Studiowanie literatury | 5 |
| | Przygotowanie do zajęć | 5 |
| | Przygotowanie do egzaminu | 10 |
| | Konsultacje | 10 |
| Łączny nakład pracy studenta | | 90 |
| Liczba punktów ECTS | | 3 |

* Godzina (dydaktyczna) oznacza 45 minut