



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 niestacjonarne</p>	<p>Cykl kształcenia (nabór) 2023/24</p> <p>Kod przedmiotu 08ZIP-PPULN.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 makroekonomii.</p>	
<p>Przedmioty wprowadzające</p>	<p>Marketing, Makroekonomia</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: 20 Ćwiczenia audytoryjne: 10 Ćwiczenia projektowe: 10</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	Charakteryzuje 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. Kaczmarczyk S., 2007, Zastosowania badań marketingowych, PWE, Warszawa (rozdz. 6,8,9).
2. Mruk H., 2003, pr. zb. Analiza rynku, PWE, Warszawa.
3. Kaczmarczyk S., 2014, Badania marketingowe. Podstawy metodyczne, PWE, Warszawa

Literatura uzupełniająca

1. 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	20
	Ćwiczenia audytoryjne	10
	Ćwiczenia projektowe	10
Praca własna studenta	Konsultacje	10
	Studiowanie literatury	10
	Inne (przygotowanie do egzaminu)	15
Łączny nakład pracy studenta		75
Liczba punktów ECTS		3

* Godzina (dydaktyczna) oznacza 45 minut