

SYLABUS

Nazwa programu kształcenia: WPIA+WNEiZ-EP-O-II-S-16/17Z-DEiP					
Nazwa przedmiotu: Analiza danych rynkowych (SPECJALNO CI / MODUŁY)				Kod przedmiotu: 14.3WIA73AIIJ2866_46S	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Katedra Marketingu					
Nazwa kierunku Ekonomiczno-prawny					
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki		Specjalność: Doradztwo ekonomiczne i prawne	
Status przedmiotu / modułu: fakultatywny			Język przedmiotu / modułu: język polski		
Rok	Semestr	Forma zajęć	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
2	3	wiczenia	15	ZO	2
Razem			15		2
Koordynator przedmiotu / modułu:		dr hab. AUGUSTYNA BURLITA			
Prowadzący zajęcia:		dr hab. AUGUSTYNA BURLITA			
Cele przedmiotu / modułu:		Zapoznanie studentów z zagadnieniami dotyczącymi metod analizowania danych rynkowych i ich wykorzystywania w procesie zarządzania organizacją.			
Wymagania wstępne:		Student posiada wiedzę w zakresie statystyki, analizy rynku i zarządzania organizacją oraz posiada umiejętność gromadzenia i przetwarzania informacji, a także samodzielnie wypracowywania wniosków i ich wykorzystania w procesie zarządzania organizacją, potrafi też pracować samodzielnie, ma wpojone nawyki kształcenia ustawicznego, jest odpowiedzialny za powierzone zadania.			
EFEKTY KSZTAŁCENIA					
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu	Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru
wiedza	1	EP1	01- student zna zakres, rodzaje, proces i metody analizy danych rynkowych	K_W06	S2A_W06
umiejętności	1	EP2	02 - student posiada pogłębioną umiejętność wyszukiwania danych, przeprowadzenia analizy oraz krytycznej interpretacji i oceny zjawisk rynkowych	K_U03	S2A_U03
TRECI PROGRAMOWE				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: Analiza danych rynkowych					
Forma zajęć: wiczenia					
1. wiczenia. Analiza sprzedaży - rozwijanie zadań.				3	4
2. wiczenia. Analiza potrzeb, preferencji i zachowań nabywców.				3	4
3. wiczenia. Analiza sytuacji rynkowej przedsiębiorstwa (analiza obrotów, ocena pozycji konkurencyjnej, ocena skuteczności działań).				3	3
4. wiczenia. Analiza cen				3	2
5. wiczenia Zaliczenie przedmiotu.				3	2
Metody kształcenia		Rozwijanie zadań, praca w grupach			
Metody weryfikacji efektów kształcenia					Nr efektu kształcenia z sylabusu
		KOŁOKWIUM			EP1,EP2

Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie pisemne - student otrzymuje do rozwizania 3 zadania. Za ka de zadanie mo na uzyska 5 punktów. Ł czna punktów to 15. Zasady oceniania s nast puj ce: -14-15 pkt. -ocena bdb. ((5,0); - 13 pkt. - ocena db. plus (4,5); -11-12 pkt. - ocena db. (4,0); -10 pkt. - ocena dst. plus (3,5); -8-9 pkt. - ocena dst. (3,0); -0-7 pkt. - ocena ndst. (2,0).
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu
	Ocena ko cowa wyznaczona zostanie na podstawie oceny uzyskanej z kolokwium (80% oceny ko cowej) oraz aktywno ci na zaj ciach w rozwizywaniu konkretnych problemów zwi zanych z analizowaniem danych rynkowych (20% oceny ko cowej).
Literatura podstawowa	A. Bielecka (2011): Statystyka dla mened erów, Oficyna Ekonomiczna, Warszawa
	B. Pułaska-Turyna (2011): Statystyka dla ekonomistów, Difin, Warszawa
	M. Strzy ewska, M. Rószkiewicz (2002): Analizy marketingowe, Difin, Warszawa
	S. Mynarski (2000): Praktyczne metody analizy danych rynkowych i marketingowych, Zakamycze, Kraków
Literatura uzupełniają ca	M. Rószkiewicz (2002): Metody ilo ciowe w badaniach marketingowych, PWN, Warszawa
	P. Hague, N. Hague, C. Morgan (2005): Badania rynku w praktyce, Wydawnictwo Helion, Gliwice

NAKŁAD PRACY STUDENTA

	Liczba godzin
Zaj cia dydaktyczne	15
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2
Przygotowanie si do zaj	5
Studiowanie literatury	8
Udział w konsultacjach	10
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	10
Inne	0
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	50
Liczba punktów ECTS	2