

Opis zajęć (syllabus): Analiza rynku

Nazwa zajęć:	Analiza rynku	ECTS	4
Nazwa zajęć w j. angielskim:	Market analysis		
Zajęcia dla kierunku studiów:	Ekonomia		

Język wykładowy: polski		Poziom studiów: 1	
Forma studiów: stacjonarne i niestacjonarne	Status zajęć: kierunkowy - obowiązkowy	Numer semestru: 5 semestr zimowy	
Rok akademicki, od którego obowiązuje opis (rocznik):		2020/2021	Numer katalogowy: EKR-E-1SZ-5-01-KO-2020

Koordynator zajęć:	prof. dr hab. Jarosław Gołębiowski		
Prowadzący zajęcia:	dr inż. Aleksandra Wicka, adiunkt dr Dariusz Strzębicki, adiunkt		
Jednostka realizująca:	Katedra Polityki Rozwoju i Marketingu		
Jednostka zlecająca:	Wydział Ekonomiczny		
Założenia, cele i opis zajęć:	a. Zapoznanie studentów z przedmiotem, celami i procedurą badań rynku. b. Wyrobienie umiejętności pozyskiwania informacji ze źródeł wtórnych i pierwotnych. c. Zapoznanie z metodami i wyrobienie umiejętności analizy zjawisk i procesów rynkowych. d. Nabycie umiejętności prezentacji wyników badań rynku. Wykład Pojęcie i struktura rynku. Przedmiot, cele i procedura badań rynku. Znaczenie w badaniach rynku informacji wtórnych. Metody i techniki ilościowych badań rynku. Metody i techniki jakościowych badań rynku. Metodyka badań panelowych. Organizacja i instytucje badań rynku. Etyczne aspekty badań rynku. Ćwiczenia Informacyjne podstawy analiz rynkowych. Projektowanie i badań rynku. Metody prezentacji i oceny wyników badań. Przekroje analizy rynku (analiza zjawisk rynkowych w czasie, analiza związków przyczynowo-skutkowych, analiza rynku w przestrzeni). Analiza środowiska makroekonomicznego. Analiza popytu i zachowań konsumentów na rynkach dóbr konsumpcyjnych i inwestycyjnych. Metody analizy udziałów rynkowych i konkurencji. Analiza cen. Rynek a interwencjonizm państwowy. Badania strukturalne i koniunkturalne rynków międzynarodowych.		
Formy dydaktyczne, liczba godzin:	a. wykład - liczba godzin: stacj: 15, niestacj. 8 b. ćwiczenia audytoryjne - liczba godzin: stacj: 30, niestacj. 16		
Metody dydaktyczne:	dyskusja, projekt badawczy, konsultacje		
Wymagania formalne i założenia wstępne:	mikroekonomia, statystyka		
Efekty uczenia się:	Wiedza - Zna i rozumie: 1. definiuje i charakteryzuje podstawowe kategorie i elementy rynku 2. wskazuje, opisuje i potrafi wybrać metody zbierania i analizy danych rynkowych	Umiejętności - Potrafi: 3. projektuje, organizuje i koordynuje badania różnych zjawisk i procesów rynkowych 4. interpretować, krytycznie oceniać i prezentować wyniki badań rynku	Kompetencje - Jest gotów do: 5. współdziałania i pracy w zespole podejmując rolę lidera
Sposób weryfikacji efektów uczenia się:	kolokwium na ćwiczeniach (efekty: 1, 2), egzamin pisemny (efekty: 1, 2), ocena wykonania zadania projektowego (efekty: 2, 3, 4), ocena aktywności w trakcie zajęć (efekty: 3, 4, 5)		
Forma dokumentacji osiągniętych efektów uczenia się:	prace pisemne		
Elementy i wagi mające wpływ na ocenę końcową:	kolokwium na ćwiczeniach - 10%, egzamin pisemny - 50%, ocena wykonania zadania projektowego - 35%, ocena aktywności w trakcie zajęć - 5%		
Miejsce realizacji zajęć:	sala dydaktyczna (wykładowa/ćwiczeniowa)		
Literatura podstawowa i uzupełniająca:			
1. Kaczmarczyk S., 2011, Badania marketingowe. Podstawy metodyczne, PWE, Warszawa. 2. Mruk H., 2003, Analiza rynku, PWE, Warszawa. 3. Wrzosek W., 2002, Funkcjonowanie rynku. PWE, Warszawa. 4. Rembisz W., Idzik M., 2007, Rynek rolny w ujęciu funkcjonalnym, Wyższa Szkoła Finansów i Zarządzania, Warszawa.			

Uwagi:

Wskaźniki ilościowe charakteryzujące moduł/przedmiot:

Szacunkowa sumaryczna liczba godzin pracy studenta (kontaktowych i pracy własnej) niezbędna dla osiągnięcia zakładanych dla zajęć efektów uczenia się - na tej podstawie należy wypełnić pole ECTS:	112/106
Łączna liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia:	1.88/1.04 ECTS

Tabela zgodności kierunkowych efektów uczenia się z efektami przedmiotu:

Kategoria efektu	Efekty uczenia się dla zajęć:	Odniesienie do efektów dla programu studiów dla kierunku	Oddziaływanie zajęć na efekt kierunkowy*)
Wiedza	1. definiuje i charakteryzuje podstawowe kategorie i elementy rynku	EK1_KW01	2
	2. wskazuje, opisuje i potrafi wybrać metody zbierania i analizy danych rynkowych	EK1KW03	3
Umiejętności	3. projektuje, organizuje i koordynuje badania różnych zjawisk i procesów rynkowych	EK1_KU01	2
	4. interpretować, krytycznie oceniać i prezentować wyniki badań rynku	EK1_KU02	2
Kompetencje	5. współdziałania i pracy w zespole podejmując rolę lidera	EK1_KK02	2

*) 3 – zaawansowany i szczegółowy, 2 – znaczący, 1 – podstawowy