

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W NOWYM SĄCZU

KARTA PRZEDMIOTU

obowiązuje studentów rozpoczynających studia w roku akademickim 2016/2017

Instytut Ekonomiczny

Kierunek studiów: Ekonomika i organizacja przedsiębiorstw

Profil: Praktyczny

Forma studiów: Stacjonarne

Kod kierunku: EiOP

Stopień studiów: II

Specjalności: Ekonomika i organizacja przedsiębiorstw

1 PRZEDMIOT

| | |
|----------------------|-----------------------|
| NAZWA PRZEDMIOTU | Badania rynkowe |
| KOD PRZEDMIOTU | IE EiOP PIIS B4 16/17 |
| KATEGORIA PRZEDMIOTU | Przedmioty kierunkowe |
| LICZBA PUNKTÓW ECTS | 2 |
| SEMESTRY | 1 |

2 RODZAJ ZAJĘĆ, LICZBA GODZIN W PLANIE STUDIÓW

| SEMESTR | WYKŁAD | CWICZENIA | LABORATORIUM | PROJEKT | SEMINARIUM |
|---------|--------|-----------|--------------|---------|------------|
| 1 | 15 | 15 | | | |

3 CELE PRZEDMIOTU

Cel 1 Przekazanie wiedzy z zakresu podstawowych terminów odnoszących się do problematyki badań rynku.

Cel 2 Umiejętność aplikowania zdobytej wiedzy w praktyce.

4 WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

a Podstawowa wiedza, umiejętności i kompetencje zdobyte na przedmiotach: mikroekonomia, statystyka i marketing



5 EFEKTY KSZTAŁCENIA

EK1 Wiedza: Przekazanie wiedzy odnoszącej się do podstawowych zagadnień związanych z problematyką badań rynku.

EK2 Umiejętności: Umiejętność aplikowania zdobytej wiedzy w praktyce.

EK3 Kompetencje społeczne: Wykazuje się aktywnością, kreatywnością na zajęciach.

6 TREŚCI PROGRAMOWE

WYKŁAD

| LP | TEMATYKA ZAJĘĆ OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH | LICZBA GODZIN |
|----|---|---------------|
| W1 | Wprowadzenie do problematyki badań rynku | 2 |
| W2 | Badania rynkowe i marketingowe | 1 |
| W3 | Rodzaje badań i metody badawcze | 1 |
| W4 | Etapy projektowania badań rynku | 2 |
| W5 | Zachowania nabywców indywidualnych | 4 |
| W6 | Badania struktury rynku i sposobów kształtowania pozycji rynkowej przedsiębiorstw | 2 |
| W7 | Badania instrumentów marketingu-mix (produktów, cen, dystrybucji i promocji) | 3 |
| | RAZEM | 15 |

CWICZENIA

| LP | TEMATYKA ZAJĘĆ OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH | LICZBA GODZIN |
|----|--|---------------|
| C1 | Procedura badania marketingowego | 4 |
| C2 | Rodzaje pytań. Skale | 2 |
| C3 | Projektowanie badania marketingowego | 4 |
| C4 | Badania instrumentów marketingu-mix | 4 |
| C5 | Kolokwium zaliczeniowe | 1 |
| | RAZEM | 15 |

7 METODY DYDAKTYCZNE

M1 Prezentacje multimedialne

M2 Wykłady

M3 Ćwiczenia projektowe



8 OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

| FORMA AKTYWNOŚCI | ŚREDNIA LICZBA GODZIN NA ZREALIZOWANIE AKTYWNOŚCI |
|--|---|
| Godziny kontaktowe z nauczycielem akademickim, w tym: | |
| Godziny wynikające z planu studiów | 30 |
| Konsultacje przedmiotowe | 5 |
| Egzaminy i zaliczenia w sesji | 3 |
| Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego wynikające z nakładu pracy studenta, w tym: | |
| Przygotowanie się do zajęć, w tym studiowanie zalecanej literatury | 4 |
| Opracowanie wyników | 3 |
| Przygotowanie raportu, projektu, prezentacji, dyskusji | 5 |
| SUMARYCZNA LICZBA GODZIN DLA PRZEDMIOTU WYNIKAJĄCA Z CAŁEGO NAKŁADU PRACY STUDENTA | 50 |
| SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU | 2 |

9 SPOSOBY OCENY

OCENA FORMUJĄCA

F1 Kolokwium

F2 Egzamin

KRYTERIA OCENY

| EFEKT KSZTAŁCENIA 1 | | MIEJSCE WERYFIKACJI | OPIS WERYFIKACJI EK 1 |
|---------------------|---|---------------------|--|
| NA OCENĘ 3 | Student zna w stopniu dostatecznym podstawowe zagadnienia związane z badaniami rynku | wykład, ćwiczenia | Średnia z ocen z kolokwium z ćwiczeń i z egzaminu z wykładów |
| NA OCENĘ 4 | Student zna w stopniu dobrym podstawowe zagadnienia związane z badaniami rynku | | |
| NA OCENĘ 5 | Student zna w stopniu bardzo dobrym podstawowe zagadnienia związane z badaniami rynku | | |
| EFEKT KSZTAŁCENIA 2 | | MIEJSCE WERYFIKACJI | OPIS WERYFIKACJI EK 2 |
| NA OCENĘ 3 | Student potrafi aplikować zdobyta wiedzę w praktyce w stopniu dostatecznym. | ćwiczenia | Ocena z ćwiczeń |
| NA OCENĘ 4 | Student potrafi aplikować zdobyta wiedzę w praktyce w stopniu dobrym. | | |
| NA OCENĘ 5 | Student potrafi aplikować zdobyta wiedzę w praktyce w stopniu bardzo dobrym. | | |
| EFEKT KSZTAŁCENIA 3 | | MIEJSCE WERYFIKACJI | OPIS WERYFIKACJI EK 3 |
| NA OCENĘ 3 | Student uczestniczy w zajęciach, wykazuje się w stopniu dostatecznym aktywnością, kreatywnością na wykładach i ćwiczeniach. | wykład, ćwiczenia | Średnia z ocen z aktywności z ćwiczeń i z wykładów |



| | | | |
|------------------|--|--|--|
| NA OCENĘ 4 | Student uczestniczy w zajęciach, wykazuje się w stopniu dobrym aktywnością, kreatywnością na wykładach i ćwiczeniach. | | |
| NA OCENĘ 5 | Student uczestniczy w zajęciach, wykazuje się w stopniu bardzo dobrym aktywnością, kreatywnością na wykładach i ćwiczeniach. | | |

OCENA DO INDEKSU (OCENA PODSUMOWUJĄCA)

Ocena do indeksu jest średnią uzyskaną z zaliczenia i z egzaminu.

10 MACIERZ REALIZACJI PRZEDMIOTU

| EFEKTY KSZTAŁCENIA DLA PRZEDMIOTU | ODNIESIENIE DO EFEKTÓW KIERUNKOWYCH | CELE PRZEDMIOTU | TREŚCI PROGRAMOWE | METODY DYDAKTYCZNE |
|--|---|-----------------|---------------------------------------|-----------------------|
| EK1 | EiOP_W02, EiOP_W08 | Cel1 | W1, W2, W3, W4, W5, W6, W7, C1 | M1, M2 |
| EK2 | EiOP_U07, EiOP_U06 | Cel2 | C1, C2, C3, C4, C5 | M1, M3 |
| EK3 | EiOP_K02 | Cel1, Cel2 | W1, W2, W3, W4, W5, W6, W7, C3, C4 | M2, M3 |

11 WYKAZ LITERATURY

LITERATURA PODSTAWOWA:

[1] K. Mazurek-Łopacińska – *Badania marketingowe. Teoria i praktyka*, Warszawa, 2005, Wyd. Nauk. PWN

LITERATURA UZUPEŁNIAJĄCA:

[1] P. Hague, N. Hague, C.-A. Morgan — *Badania rynkowe w praktyce*, Gliwice, 2005, Hellion

12 INFORMACJE O NAUCZYCIELACH AKADEMICKICH

OSOBA ODPOWIEDZIALNA ZA KARTĘ

dr hab. Agata Niemczyk (kontakt: niemczya@uek.krakow.pl)

OSOBY PROWADZĄCE PRZEDMIOT

dr hab. Agata Niemczyk (kontakt: niemczya@uek.krakow.pl)

13 ZATWIERDZENIE KARTY PRZEDMIOTU DO REALIZACJI

(miejscowość, data) (odpowiedzialny za przedmiot) (kierownik zakładu) (dyrektor instytutu)



PRZYJMUJĘ DO REALIZACJI (data i podpisy osób prowadzących przedmiot)

.....

PWSZ w Nowym Sączu