

POLITECHNIKA KRAKOWSKA IM. TADEUSZA KOŚCIUSZKI

KARTA PRZEDMIOTU

obowiązuje studentów rozpoczynających studia w roku akademickim 2014/2015

Wydział Mechaniczny

Kierunek studiów: Zarządzanie i Inżynieria Produkcji

Profil: Ogólnoakademicki

Forma studiów: stacjonarne

Kod kierunku: Z

Stopień studiów: I

Specjalności: Inżynieria zarządzania

1 INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

NAZWA PRZEDMIOTU	Metody i narzędzia analizy rynku
NAZWA PRZEDMIOTU W JĘZYKU ANGIELSKIM	Methods and tools of market analysis
KOD PRZEDMIOTU	Z344
KATEGORIA PRZEDMIOTU	Przedmioty specjalnościowe
LICZBA PUNKTÓW ECTS	5.00
SEMESTRY	7

2 RODZAJ ZAJĘĆ, LICZBA GODZIN W PLANIE STUDIÓW

SEMESTR	WYKŁAD	ĆWICZENIA	LABORATORIUM	LABORATORIUM KOMPUTERO- WE	PROJEKT	SEMINARIUM
7	15	0	0	15	15	0

3 CELE PRZEDMIOTU

Cel 1 Zapoznanie się z metodami i narzędziami analizy rynku, badaniami marketingowymi, statystycznymi metodami analizy danych.

Cel 2 Zdobycie umiejętności wnioskowania statystycznego oraz poprawnego formułowania wniosków.

4 WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

1 brak

5 EFEKTY KSZTAŁCENIA

EK1 Wiedza Student, który zaliczył przedmiot jest w stanie zdefiniować podstawowe pojęcia z analizy rynku, wymienić i scharakteryzować rodzaje badań marketingowych oraz ich metody i narzędzia.

EK2 Wiedza Student, który zaliczył przedmiot potrafi zaplanować i przeprowadzić badanie marketingowe oraz przeprowadzić statystyczną analizę danych.

EK3 Umiejętności Student, który zaliczył przedmiot potrafi: sporządzić ankietę, przeprowadzić badanie ankietowe i dokonać jego analizy.

EK4 Umiejętności Student, który zaliczył przedmiot potrafi: obsługiwać program do analizy statystycznej, analizować wykresy dotyczące analizy rynku oraz sporządzić raport z wykonanego badania.

EK5 Kompetencje społeczne Student, który zaliczył przedmiot potrafi określić cele społeczne i ekonomiczne dla postawionego problemu badawczego.

6 TREŚCI PROGRAMOWE

WYKŁAD		
LP	TEMATYKA ZAJĘĆ OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH	LICZBA GODZIN
W1	Podstawowe zagadnienia badania rynku	2
W2	Rodzaje badań marketingowych i metody badawcze	4
W3	Planowanie badań i analiza rynku	4
W4	Analiza danych ankietowych	2
W5	Metody statystyczne w marketingu i badaniach rynku	3

PROJEKT		
LP	TEMATYKA ZAJĘĆ OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH	LICZBA GODZIN
P1	Przeprowadzenie badania ankietowego, analiza danych i sporządzenie raportu.	13
P2	Zaprezentowanie wyników badań.	2

LABORATORIUM KOMPUTEROWE		
LP	TEMATYKA ZAJĘĆ OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH	LICZBA GODZIN
K1	Wprowadzenie do planowania badań i analizy danych oraz obsługi programu.	2
K2	Operacje zarządzania danymi.	4
K3	Metoda reprezentacyjna w badaniach ankietowych: metody doboru próby, liczebność, elementy opisowej analizy danych, testowanie hipotez.	4
K4	Wybrane zagadnienia wnioskowania statystycznego.	2
K5	Wprowadzenie do analizy współzależności w badaniach ankietowych.	2
K6	Odrabianie zajęć.	1

7 NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

N1 Wykłady

N2 Ćwiczenia projektowe

N3 Ćwiczenia laboratoryjne

N4 Praca w grupach

N5 Prezentacje multimedialne

8 OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

FORMA AKTYWNOŚCI	ŚREDNIA LICZBA GODZIN NA ZREALIZOWANIE AKTYWNOŚCI
Godziny kontaktowe z nauczycielem akademickim, w tym:	
Godziny wynikające z planu studiów	0
Konsultacje przedmiotowe	20
Egzaminy i zaliczenia w sesji	5
Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego wynikające z nakładu pracy studenta, w tym:	
Przygotowanie się do zajęć, w tym studiowanie zalecanej literatury	30
Opracowanie wyników	30
Przygotowanie raportu, projektu, prezentacji, dyskusji	20
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN DLA PRZEDMIOTU WYNIKAJĄCA Z CAŁEGO NAKŁADU PRACY STUDENTA	105
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	5.00

9 SPOSOBY OCENY

OCENA FORMUJĄCA

F1 Kolokwium

F2 Projekt zespołowy

F3 Sprawozdanie z ćwiczenia laboratoryjnego

OCENA PODSUMOWUJĄCA

P1 Średnia ważona ocen formujących

WARUNKI ZALICZENIA PRZEDMIOTU

W1 Ocena do indeksu to $0,3 \cdot \text{ocena z wykonanego projektu zespołowego} + 0,3 \cdot \text{ocena z laboratorium komputerowego} + 0,4 \cdot \text{kolokwium}$

OCENA AKTYWNOŚCI BEZ UDZIAŁU NAUCZYCIELA

B1 Test

B2 Projekt indywidualny

B3 Projekt zespołowy

KRYTERIA OCENY

EFEKT KSZTAŁCENIA 1	
NA OCENĘ 2.0	-
NA OCENĘ 3.0	Student potrafi zdefiniować podstawowe pojęcia z analizy rynku, wymienić rodzaje badań marketingowych, metody i narzędzia.
NA OCENĘ 3.5	-
NA OCENĘ 4.0	-
NA OCENĘ 4.5	-
NA OCENĘ 5.0	-
EFEKT KSZTAŁCENIA 2	
NA OCENĘ 2.0	-
NA OCENĘ 3.0	Student potrafi zaplanować i przeprowadzić badanie marketingowe.
NA OCENĘ 3.5	-
NA OCENĘ 4.0	-
NA OCENĘ 4.5	-
NA OCENĘ 5.0	-
EFEKT KSZTAŁCENIA 3	
NA OCENĘ 2.0	-
NA OCENĘ 3.0	Student potrafi sporządzić ankietę i przeprowadzić badanie ankietowe oraz dokonać jego podstawowej analizy.
NA OCENĘ 3.5	-
NA OCENĘ 4.0	-
NA OCENĘ 4.5	-
NA OCENĘ 5.0	-
EFEKT KSZTAŁCENIA 4	
NA OCENĘ 2.0	-
NA OCENĘ 3.0	Student potrafi obsługiwać program do analizy statystycznej i potrafi zinterpretować podstawowe analizy.
NA OCENĘ 3.5	-
NA OCENĘ 4.0	-
NA OCENĘ 4.5	-

NA OCENĘ 5.0	-
EFEKT KSZTAŁCENIA 5	
NA OCENĘ 2.0	-
NA OCENĘ 3.0	Student potrafi określić podstawowe cele społeczne i ekonomiczne dla postawionego problemu badawczego.
NA OCENĘ 3.5	-
NA OCENĘ 4.0	-
NA OCENĘ 4.5	-
NA OCENĘ 5.0	-

10 MACIERZ REALIZACJI PRZEDMIOTU

EFEKT KSZTAŁCENIA	ODNIESIENIE DANEGO EFEKTU DO SZCZEGÓŁOWYCH EFEKTÓW ZDEFINIOWANYCH DLA PROGRAMU	CELE PRZEDMIOTU	TREŚCI PROGRAMOWE	NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE	SPOSOBY OCENY
EK1	K1_W17	Cel 1 Cel 2	W1 W2 W3 W4 W5 P1 P2 K1 K2 K3 K4 K5 K6	N1 N2 N3 N4 N5	F1 F2 F3 P1
EK2	K1_W17, K1_U15	Cel 1 Cel 2	W1 W2 W3 W4 W5 P1 P2 K1 K2 K3 K4 K5 K6	N1 N2 N3 N4 N5	F1 F2 F3 P1
EK3	K1_W17, K1_U16	Cel 1 Cel 2	W1 W2 W3 W4 W5 P1 P2 K1 K2 K3 K4 K5 K6	N1 N2 N3 N4 N5	F1 F2 F3 P1
EK4	K1_W17	Cel 1 Cel 2	W1 W2 W3 W4 W5 P1 P2 K1 K2 K3 K4 K5 K6	N1 N2 N3 N4 N5	F1 F2 F3 P1
EK5	K1_W05, K1_K03	Cel 1 Cel 2	W1 W2 W3 W4 W5 P1 P2 K1 K2 K3 K4 K5 K6	N1 N2 N3 N4 N5	F1 F2 F3 P1

11 WYKAZ LITERATURY

LITERATURA PODSTAWOWA

- [1] | **E.Babbie, A.Kloskowska-Dudzińska** — *Badania społeczne w praktyce*, Warszawa, 2005, PWN
[2] | **A.A.Aczel** — *Statystyka w zarządzaniu*, Warszawa, 2006, PWN

LITERATURA UZUPEŁNIAJĄCA

- [1] | **T.A.Grzeszczyk** — *Metody oceny projektów z dofinansowaniem Unii Europejskiej*, Warszawa, 2006, Agencja Wydawnicza Placet
[2] | **J. Gawlik, A. Kielbus, S.Motyka** — *Poradnik dla Beneficjentów Ostatecznych - Opracowanie wieloparametrowego systemu monitoringu i oceny efektywności wdrażania Regionalnej Strategii Innowacji Województwa Małopolskiego i innowacyjnych projektów, będących jej składowymi*, Kraków, 2007, Sekcja Poligrafii Politechniki Krakowskiej

12 INFORMACJE O NAUCZYCIELACH AKADEMICKICH

OSOBA ODPOWIEDZIALNA ZA KARTĘ

dr inż. Anna, Renata Kielbus (kontakt: kielbus.anna@gmail.com)

OSOBY PROWADZĄCE PRZEDMIOT

1 dr inż. Anna, Renata Kielbus (kontakt: kielbus@mech.pk.edu.pl)

13 ZATWIERDZENIE KARTY PRZEDMIOTU DO REALIZACJI

(miejscowość, data)

(odpowiedzialny za przedmiot)

(dziekan)

PRZYJMUJĘ DO REALIZACJI (data i podpisy osób prowadzących przedmiot)

.....