

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Market Research and Analysis for Logistics and Mobility (Ćw. audytoryjne), PG_00153807						
Kierunek studiów	Logistics and Mobility (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2024 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu			2024/2025		
Poziom kształcenia	II stopnia	Grupa zajęć			Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów		
Forma studiów	stacjonarne	Sposób realizacji			na uczelni		
Rok studiów	1	Język wykładowy			angielski		
Semestr studiów	2	Liczba punktów ECTS			2.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	Forma zaliczenia			zaliczenie		
Jednostka prowadząca							
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr Aleksander Jagiełło				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu		dr Aleksander Jagiełło				
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	0.0	15.0	0.0	0.0	0.0	15
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów		Udział w konsultacjach		Praca własna studenta	RAZEM
	Liczba godzin pracy studenta	15		0.0		0.0	15
Cel przedmiotu	<p>Student zna metodologię badań rynkowych i marketingowych</p> <p>Student posiada umiejętność projektowania i przeprowadzania badań marketingowych i rynkowych</p> <p>Student rozumie proces badań marketingowych i rynkowych</p> <p>Student rozumie wpływ informacji na decyzje zarządcze</p> <p>Student posiada umiejętność interpretacji wyników badań oraz ich prezentacji</p> <p>Student zna zasady analizy rynku TSL</p> <p>Student posiada umiejętność samodzielnej oceny rynku TSL</p>						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[LMMU2_W03] ma fundamentalną wiedzę na temat relacji pomiędzy podmiotami gospodarczymi i organizacjami funkcjonującymi w sferze krajowej, międzynarodowej i międzykulturowej; rozumie znaczenie logistyki i mobilności dla ich funkcjonowania	ma dogłębną wiedzę na temat relacji między zjawiskami ekonomicznymi, podmiotami i przedsiębiorstwami transportowymi oraz instytucjami publicznymi	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny [SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[LMMU2_K05] prawidłowo identyfikuje, diagnozuje i rozstrzyga dylematy oraz różne warianty rozwiązań związane z wykonywaniem zawodu	prawidłowo identyfikuje, diagnozuje i rozwiązuje dylematy oraz alternatywne rozwiązania	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja
	[LMMU2_W08] ma fundamentalną wiedzę o procesach podstawowych i logistycznych zachodzących w przedsiębiorstwach oraz organizacjach gospodarczych i na styku z obszarami pokrewnymi, a także o procesach zmian instytucji publicznych, zna metody badania prawidłowości rządzących tymi zmianami, uwzględniając wpływ na nie interesariuszy zewnętrznych	zna metody badań marketingowych	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny [SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[LMMU2_W06] zna w pogłębionym stopniu statystyczne i ekonometryczne metody i narzędzia opisu oraz modelowania makro- i mikroekonomicznego procesów i systemów logistycznych i mobilności	zna metody i narzędzia statystyczne oraz ekonometryczne do opisu struktur ekonomicznych przedsiębiorstw transportowych	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja
	[LMMU2_U02] potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę do opisu i analizy przyczyn oraz przebiegu procesów i systemów logistycznych i mobilności, a także potrafi formułować własne opinie oraz krytycznie dobierać dane i metody analizy w oparciu o dorobek nauk ekonomicznych i społecznych	potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę do opisywania i analizowania przyczyn i przebiegu procesów i zjawisk ekonomicznych oraz społecznych, a także formułować własne opinie i krytycznie dobierać dane oraz metody analizy	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/raport [SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[LMMU2_U01] potrafi twórczo interpretować i wyjaśniać zjawiska ekonomiczne i społeczne oraz zachodzące między nimi relacje, wykorzystując nabytą wiedzę z zakresu ekonomii, finansów, nauk o zarządzaniu, logistyki i mobilności	potrafi kreatywnie interpretować i wyjaśniać zjawiska ekonomiczne i społeczne oraz relacje między nimi	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/raport [SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[LMMU2_U04] potrafi prognozować i modelować złożone procesy gospodarcze i społeczne, a także procesy i systemy logistyczne i mobilności z wykorzystaniem ilościowych i jakościowych metod i narzędzi wypracowanych przez nauki ekonomiczne (w tym statystykę i ekonometrię)	potrafi prognozować złożone procesy ekonomiczne i społeczne, wykorzystując metody ilościowe i jakościowe	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/raport [SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[LMMU2_U03] potrafi analizować przyczyny i przebieg procesów i systemów logistycznych i mobilności, formułować własne opinie na ten temat, stawiać hipotezy badawcze oraz dobierać i stosować metody ich weryfikacji	potrafi analizować przyczyny i przebieg procesów i zjawisk ekonomicznych oraz społecznych, formułować własne opinie na ten temat, konstruować hipotezy badawcze oraz dobierać i stosować metody ich weryfikacji	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/raport [SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny

Treści przedmiotu

1] Projektowanie badań marketingowych i rynkowych

Specyfika badań rynkowych i marketingowych

Różnice w potrzebach informacyjnych firm z sektora TFL

Metody doboru próby z populacji

2] Narzędzia stosowane w badaniach

Konstrukcja narzędzi pomiarowych

Konstrukcja kwestionariuszy

3] Metody zbierania danych w badaniach rynkowych

Wywiady

Ankiety

Inne metody

4] Analiza otoczenia rynkowego firm z sektora TFL

Specyfika otoczenia rynkowego firm z sektora TFL

Identyfikacja trendów

Metody scenariuszowe

5] Analiza rynku dla sektora TFL

Ocena wielkości rynku

Ocena pojemności rynku

Analiza rynku konkurencyjnego

6] Analiza sytuacji rynkowej firm z sektora TFL

Ocena pozycji rynkowej firmy

Ocena konkurencyjności firmy

Ocena potencjału rozwojowego przedsiębiorstwa

7] Wpływ marketing-mix na rynek TFL

Badania dotyczące usług

	<p>Badania dotyczące cen</p> <p>Badania dotyczące dystrybucji</p> <p>Badania dotyczące promocji</p>		
Wymagania wstępne i dodatkowe	znajomość podstawowych zagadnień badań marketingowych, znajomość podstawowych zagadnień marketingu		
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	Projekt grupowy	51.0%	50.0%
	Test	51.0%	50.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	<p>1. A. C. Burns, Ann F. Veeck, Marketing research, 9th Edition, Pearson 2020.</p> <p>2. D. Maison, Qualitative Marketing Research. Understanding Consumer Behaviour, Routledge 2019.</p>	
	Uzupełniająca lista lektur	<p>3. Barry J. Babin, William G. Zikmund, Exploring Marketing Research, Cengage Learning, 2015.</p> <p>4. Robert J. Kaden, Guerrilla Marketing Research: Marketing Research Techniques That Can Help Any Business Make More Money, Kogan Page, London and Philadelphia, 2006.</p> <p>5. Naresh K. Malhotra, David F. Birks: Marketing Research: An Applied Approach 3rd Edition, Trans-Atlantic Publications 2008.</p> <p>6. Wołek M., Jagiełło A., Wolański M., Multi-criteria analysis in the decision-making process on the electrification of public transport in cities in Poland: a case study analysis. Energies, 2021</p>	
	Adresy eZasobów		
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania			
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy		

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.