

## Karta przedmiotu

|                                          |                                                                                                                                                                                                    |                                                           |                                      |                        |                                                                                       |                       |       |
|------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|--------------------------------------|------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-------|
| Nazwa i kod przedmiotu                   | Analityka rynkowo-marketingowa (wykład), PG_00171462                                                                                                                                               |                                                           |                                      |                        |                                                                                       |                       |       |
| Kierunek studiów                         | Ekonomia (O)                                                                                                                                                                                       |                                                           |                                      |                        |                                                                                       |                       |       |
| Data rozpoczęcia studiów                 | październik 2025 r.                                                                                                                                                                                |                                                           | Rok akademicki realizacji przedmiotu |                        | 2026/2027                                                                             |                       |       |
| Poziom kształcenia                       | II stopnia                                                                                                                                                                                         |                                                           | Grupa zajęć                          |                        | Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów<br>Grupa zajęć specjalnościowych |                       |       |
| Forma studiów                            | stacjonarne                                                                                                                                                                                        |                                                           | Sposób realizacji                    |                        | na uczelni                                                                            |                       |       |
| Rok studiów                              | 2                                                                                                                                                                                                  |                                                           | Język wykładowy                      |                        | polski<br>polski                                                                      |                       |       |
| Semestr studiów                          | 3                                                                                                                                                                                                  |                                                           | Liczba punktów ECTS                  |                        | 2.0                                                                                   |                       |       |
| Profil kształcenia                       | ogólnoakademicki                                                                                                                                                                                   |                                                           | Forma zaliczenia                     |                        | zaliczenie                                                                            |                       |       |
| Jednostka prowadząca                     | Rektor -> Wydział Ekonomiczny -> Katedra Ekonomiki i Funkcjonowania Przedsiębiorstw Transport                                                                                                      |                                                           |                                      |                        |                                                                                       |                       |       |
| Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców) | Odpowiedzialny za przedmiot                                                                                                                                                                        |                                                           | dr Małgorzata Ławreszuk              |                        |                                                                                       |                       |       |
|                                          | Prowadzący zajęcia z przedmiotu                                                                                                                                                                    |                                                           | dr Małgorzata Ławreszuk              |                        |                                                                                       |                       |       |
| Formy zajęć                              | Forma zajęć                                                                                                                                                                                        | Wykład                                                    | Ćwiczenia                            | Laboratorium           | Projekt                                                                               | Seminarium            | RAZEM |
|                                          | Liczba godzin zajęć                                                                                                                                                                                | 15.0                                                      | 0.0                                  | 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                                                        |                                      | 10.0                   |                                                                                       | 25.0                  | 50    |
| Cel przedmiotu                           | Celem przedmiotu jest uzyskanie wiedzy z zakresu tworzenia, analizy wyników, przedstawiania, interpretowania badań marketingowych oraz uzyskanie wiedzy i narzędzi do sporządzania badań rynkowych |                                                           |                                      |                        |                                                                                       |                       |       |
|                                          | Cele dodatkowe to: znajomość analityki rynkowej oraz nabycie umiejętności przeprowadzania badań marketingowych                                                                                     |                                                           |                                      |                        |                                                                                       |                       |       |

| Efekty uczenia się przedmiotu | Efekt kierunkowy                                                                                                                                                                                                       | Efekt z przedmiotu                                                                                             | Sposób weryfikacji i oceny efektu       |
|-------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|
|                               | [EKONMU2_W03] ma pogłębioną wiedzę o relacjach między zjawiskami, podmiotami i organizacjami gospodarczymi oraz instytucjami publicznymi funkcjonującymi w sferze krajowej, międzynarodowej i międzykulturowej         | znajomość powiązań przyczynowo-skutkowych w przedsiębiorstwach na podstawie badań rynku i badań marketingowych | [SW5] realizacja zadania problemowego   |
|                               | [EKONMU2_U01] potrafi twórczo interpretować i wyjaśniać zjawiska gospodarcze i społeczne oraz relacje między tymi zjawiskami, korzystając z posiadanej wiedzy z zakresu ekonomii, finansów i nauk o zarządzaniu        | rozwijanie umiejętności analitycznych studenta                                                                 | [SU5] realizacja zadania problemowego   |
|                               | [EKONMU2_U03] potrafi analizować przyczyny i przebieg procesów i zjawisk gospodarczych i społecznych, formułować własne opinie na ten temat, stawiać hipotezy badawcze oraz dobierać i stosować metody ich weryfikacji | nabycie umiejętności przeprowadzania badań rynku                                                               | [SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja |
|                               | [EKONMU2_W05] ma rozszerzoną wiedzę o człowieku jako producencie i konsumentcie i poszerzoną wiedzę o człowieku jako twórcy kultury i struktur społecznych                                                             | badania marketingowe rozwijają wiedzę na temat świadomości konsumentckiej                                      | [SW5] realizacja zadania problemowego   |
|                               | [EKONMU2_W04] zna różne rodzaje więzi gospodarczych i społecznych oraz występujące między nimi prawidłowości, ma pogłębioną wiedzę w zakresie więzi gospodarczych i finansowych łączących przedsiębiorstwa             | znajomość zbierania danych, ich pomiaru w podmiotach gospodarczych                                             | [SW5] realizacja zadania problemowego   |
|                               | [EKONMU2_K03] inspirowuje i organizuje przygotowywanie projektów ekonomiczno-społecznych, w zgodzie z ideą zrównoważonego rozwoju, potrafiąc godzić wymagania prawne, ekonomiczne, ekologiczne, polityczne i społeczne | przygotowanie projektów biznesowych w oparciu o badanie marketingowe                                           | [SK5] realizacja zadania problemowego   |
|                               | [EKONMU2_K05] prawidłowo identyfikuje, diagnozuje i rozstrzyga dylematy oraz różne warianty rozwiązań związane z wykonywaniem zawodu                                                                                   | umiejętność prognozowania tendencji rynkowych                                                                  | [SK5] realizacja zadania problemowego   |

|                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                              |                         |
|---------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| Treści przedmiotu                                             | <p>1. Analityka rynkowa<br/>wprowadzenie i teoretyczne aspekty analizy danych o rynku - zbieranie, przetwarzanie i analiza; czynniki wspierające decyzje biznesowe</p> <p>2. Badanie wielkości rynku<br/>określanie rynku docelowego; profil i liczba potencjalnych klientów; segmentacja rynku; wartość sprzedaży w danym segmencie</p> <p>3. Metody scenariuszowe w prognozowaniu tendencji rynkowych<br/>wzrost potencjalnych przyszłych scenariuszy działalności na rynku; planowanie strategiczne; strategie przedsiębiorstw jako długotrwały plan działania przedsiębiorstwa na danym rynku.</p> <p>4. Analityka marketingowa<br/>Analiza skuteczności działań marketingowych oraz weryfikacja przyjętych narzędzi do osiągnięcia sukcesu rynkowego; identyfikacja trendów i preferencji konsumentów.</p> <p>5. Pomiar jako element badań marketingowych<br/>Proces zbierania danych ilościowych i jakościowych; badania marketingowe jako podstawowe narzędzie przy budowaniu strategii rynkowej przedsiębiorstw</p> <p>6. Metody pomiaru pierwotnego<br/>Badania bezpośrednie, np. ankiety, wywiady, zogniskowane wywiady grupowe obserwacje, testy rynkowe; informacja jako istotny zasób w przedsiębiorstwie</p> <p>7. Metody analizy danych oraz prezentacja wyników<br/>Statystyki, wykresy, raporty; przekształcanie danych w czytelne wnioski, narzędzia i zasady prezentacji wyników; edycyjne i merytoryczne wskazówki dotyczące prezentacji wyników</p> <p>8. Badanie klientów<br/>potrzeby, zachowania klientów oraz czynniki i bodźce na nie oddziałujące; badanie satysfakcji klienta, sposoby budowania lojalności i relacji z klientami</p> |                                                                              |                         |
| Wymagania wstępne i dodatkowe                                 | <p>wiedza z zakresu:- zasad wykorzystywanych przy przy przeprowadzaniu i stawianiu diagnoz ekonomicznych,- programowania systemów funkcjonalnych przedsiębiorstw wspomaganych merytoryczną wiedzą oprowadzeniu badań ekonomiczno-finansowych</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                              |                         |
| Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się | Sposób oceniania (składowe)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Próg zaliczeniowy                                                            | Składowa oceny końcowej |
|                                                               | projekt badań rynkowych                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 51.0%                                                                        | 100.0%                  |
| Zalecana lista lektur                                         | <p>Podstawowa lista lektur</p> <p>1. Badanie rynku: Jak zrozumieć konsumenta? red. naukowa M. J. Lutostanski, A. Łebkowska, M. Protasiuk, Warszawa 2021.2. M. Jarocka, J. Hartenberger-Liszek, K. Szałucki, Problemy finansowania badań rynkowych przedsiębiorstw, [w:] Efektywność finansowa przedsiębiorstw w perspektywie podstawowych zagadnień teorii i praktyki diagnozowania ekonomicznego i funkcjonowania przedsiębiorstw, Wyd. Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2017</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                              |                         |
|                                                               | Uzupełniająca lista lektur                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 1. A. C. Burns, Ann F. Veeck, Marketing research, 9th Edition, Pearson 2020. |                         |
|                                                               | Adresy eZasobów                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Adresy na platformie eNauczanie:                                             |                         |

|                                                                         |                                                          |
|-------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
| Przykładowe zagadnienia/<br>przykładowe pytania/<br>realizowane zadania | projekt badania wybranego rynku z zadaniami problemowymi |
| Praktyki zawodowe<br>w ramach przedmiotu                                | Nie dotyczy                                              |

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.