

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Market Research and Analysis for Logistics and Mobility (Ćw. audytoryjne), PG_00174103						
Kierunek studiów	Logistics and Mobility (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2025 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu		2025/2026		
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		12.0		23.0	50
Cel przedmiotu	Student zna metodologię badań rynkowych i marketingowych						
	Student posiada umiejętność projektowania i przeprowadzania badań marketingowych i rynkowych						
	Student rozumie proces badań marketingowych i rynkowych						
	Student rozumie wpływ informacji na decyzje zarządcze						
	Student posiada umiejętność interpretacji wyników badań oraz ich prezentacji						
	Student zna zasady analizy rynku TSL						
	Student posiada umiejętność samodzielnej oceny rynku TSL						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[LMMU2_W06] zna 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/ dyskusja
	[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/ dyskusja [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/ dyskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[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/ dyskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[LMMU2_W03] ma pogłębioną 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/ dyskusja [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/ dyskusja
	[LMMU2_W08] ma pogłębioną 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/ dyskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport
	[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/ dyskusja [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
-------------------	---

	Badania dotyczące cen		
	Badania dotyczące dystrybucji		
	Badania dotyczące promocji		
	Wszelkie wątpliwości w zakresie poruszanych zagadnień będzie można rozwiązać podczas konsultacji.		
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	1. A. C. Burns, Ann F. Veeck, Marketing research, 9th Edition, Pearson 2020. 2. D. Maison, Qualitative Marketing Research. Understanding Consumer Behaviour, Routledge 2019.	
	Uzupełniająca lista lektur	3. Barry J. Babin, William G. Zikmund, Exploring Marketing Research, Cengage Learning, 2015. 4. Robert J. Kaden, Guerrilla Marketing Research: Marketing Research Techniques That Can Help Any Business Make More Money, Kogan Page, London and Philadelphia, 2006. 5. Naresh K. Malhotra, David F. Birks: Marketing Research: An Applied Approach 3rd Edition, Trans-Atlantic Publications 2008. 6. Wolek 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	
	Adresy eZasobów		
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania			
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy		

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.