Uniwersytet Gdański

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Market Research and Analysis for Logistics and Mobility , PG_00200440		
Kierunek studiów	Logistics and Mobility (O)		
Data rozpoczęcia studiów	październik 2026 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu	2026/2027
Poziom kształcenia	II stopnia	Grupa zajęć	Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem - profil ogólnoakademicki
Forma studiów	stacjonarne	Sposób realizacji	na uczelni
Rok studiów	1	Język wykładowy	angielski
Semestr studiów	2	Liczba punktów ECTS	3.0
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	Forma zaliczenia	egzamin
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Ekonomiczny -> Katedra Rynku Transportowego		
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot	dr hab. Marcin Wołek, prof. UG	
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu	dr hab. Marcin Wołek, prof. UG dr Aleksander Jagiełło	

Formy zajęć							
	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	15.0	15.0	0.0	30.0	0.0	60
	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	60	0.0	15.0	75

Cel przedmiotu
Poznanie przez studenta metodyki badań rynkowych i marketingowych na potrzeby przedsiębiorstw logistycznych. Nabycie umiejętności projektowania i przeprowadzenia badań marketingowych i rynkowych. Zrozumienie przez studenta procesu badań marketingowych i rynkowych oraz wpływu informacji na decyzje zarządcze przedsiębiorstw logistycznych. Nabycie umiejętności interpretacji wyników badań i przedstawiania rezultatów. Poznanie przez studenta zasad przeprowadzania analiz rynku transportu i logistyki. Nabycie przez studenta umiejętności samodzielnej oceny rynku transportu i logistyki.

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[LMMU2_K05] prawidłowo identyfikuje, diagnozuje i rozstrzyga dylematy oraz różne warianty rozwiązań związane z wykonywaniem zawodu	Umiejętność identyfikacji, diagnozy oraz rozstrzygnięcia dylematów związanych z wykonywaniem zawodu wykorzystującego narzędzia badawcze rynku transportu i logistyki.	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja
	[LMMU2_W03] ma wiedzę na temat relacji pomiędzy podmiotami gospodarczymi i organizacjami funkcjonującymi w sferze krajowej, międzynarodowej i międzykulturowej; rozumie znaczenie logistyki i mobilności dla ich funkcjonowania	Umiejętność definiowania i rozwiązywania problemów w ujęciu interdyscyplinarnym w odniesieniu do rynku transportowo-logistycznego.	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport
	[LMMU2_W08] ma 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	Umiejętność analizy procesów zachodzących w przedsiębiorstwach transportowo-logistycznych oraz ich otoczeniu z wykorzystaniem narzędzi i metod badań marketingowych oraz rynkowych.	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SW5] realizacja zadania problemowego
	[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	Umiejętność interpretacji wyników badań marketingowych i rynkowych w odniesieniu do sektora transportu i logistyki.	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [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)	Umiejętność wykorzystania narzędzi i metod badań marketingowych oraz rynkowych.	[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	Umiejętność doboru właściwych metod i narzędzi badań marketingowych i rynkowych w odniesieniu do sektora transportu i logistyki.	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [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	Umiejętność analizy procesów zachodzących w przedsiębiorstwach transportowo-logistycznych oraz ich otoczeniu z wykorzystaniem narzędzi i metod badań marketingowych oraz rynkowych.	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny [SU5] realizacja zadania problemowego
	[LMMU2_W06] zna w pogłębionym stopniu statystyczne i ekonometryczne metody i narzędzia opisu oraz modelowania makro- i mikroekonomicznego procesów i systemów logistycznych i mobilności	Umiejętność identyfikacji odpowiednich metod statystycznych dla konkretnego badania.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny [SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja

Treści przedmiotu	1) Projektowanie badań marketingowych i rynkowych na potrzeby przedsiębiorstw logistycznych [Specyfika badań rynkowych i marketingowych. Potrzeby informacyjne przedsiębiorstw. Dobór próby] 2) Instrumenty stosowane w badaniach na potrzeby logistyki [Konstrukcja narzędzi pomiarowych. Budowa kwestionariusza]. 3) Metody pozyskiwania danych [Wywiady. Ankiety. Inne metody] 4) Analiza otoczenia rynkowego przedsiębiorstw logistycznych [Specyfika otoczenia rynkowego przedsiębiorstw logistycznych. Identyfikacja trendów. Metody scenariuszowe]. 5) Analiza rynku na potrzeby logistyki [Ocena wielkości rynku. Ocena pojemności rynku. Ocena konkurencji na rynku]. 6) Analiza sytuacji rynkowej przedsiębiorstwa logistycznego [Ocena pozycji rynkowej przedsiębiorstwa. Ocena konkurencyjności przedsiębiorstwa. Ocena potencjału rozwojowego przedsiębiorstwa]. 7) Badanie oddziaływania instrumentów marketingowych na rynek [Badanie usługi. Badanie cen. Badanie dystrybucji. Badanie promocji. Treścią projektu zaliczeniowego będzie jeden z powyższych tematów. Wszelkie wątpliwości w zakresie poruszanych zagadnień będzie można rozwiać podczas konsultacji.
Wymagania wstępne i dodatkowe	Znajomość podstawowej problematyki ekonomicznej, znajomość podstawowej problematyki marketingowej.

Sposoby i kryteria oceniania osiąganych efektów uczenia się

Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
Projekt	51.0%	50.0%
egzamin pisemny	51.0%	50.0%

Zalecana lista lektur

Podstawowa lista lektur	R.E. Plank, D. J. Lichtenthal, D. A. Reid: Fundamentals of Business Marketing Research. United Kingdom: Routledge, 1st edition 2020 R. Venkatesan, Paul W. Farris, R. T. Wilcox: Marketing Analytics: Essential Tools for Data-Driven Decisions. Charlottesville: University of Virginia Press, 2021
Uzupełniająca lista lektur	H. Kunreuther, M-K Erwann, N. A. Doherty: At war with the weather: managing large-scale risks in a new era of catastrophes. At war with the weather: managing large-scale risks in a new era of catastrophes. MIT Press, Cambridge, Massachusetts 2009
Adresy eZasobów	

Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	Etapy procesu badań marketingowych Specyfika badań rynkowych i marketingowych. Metody doboru próby Proces budowy kwestionariusza]. Ocena wielkości rynku. Ocena pojemności rynku. Metody oceny konkurencji na rynku.
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.