

Nazwa przedmiotu:	BADANIA MARKETINGOWE			
Forma: Laboratorium	Godzin: 15 Semestr: 5 Rok: III	Forma zaliczenie: zal. na ocenę	ECTS	
Wydział: ZIF	Kierunek: Zarządzanie	Tryb: stacjonarny Rodzaj: licencjackie		
Specjalność: Logistyka, Zarządz. w biznesie, Zarządz. małym i śr. p-twem				
Tytuł, stopień	Imię i nazwisko lub nazwa katedry	e-mail	telefon	Pok/bud
dr	Pracownicy Katedry Ekonometrii		3680339	309

1. Wymagania wstępne

Znajomość ogólnych zasad obsługi komputera

2. Program przedmiotu

apoznanie z możliwością zastosowania komputera do omawiania i opracowywania wybranych zagadnień z badań rynkowych i marketingowych, w szczególności analizy pozycji produktu, usługi, przedsiębiorstwa na tle konkurencji – również z wykorzystaniem metod klasyfikacji i porządkowania liniowego (w tym zastosowanie diagramu Czekanowskiego), tworzenia map percepcji, możliwości wykorzystania ich w procesie pozycjonowania produktów, określania segmentów rynku oraz szukania nisz rynkowych, współczynnik koncentracji Lorenza.

3. Metodyka zajęć

Ćwiczenia z zastosowaniem technik aktywizujących studentów (forma warsztatowa), studia przypadków. Zastosowanie technik audiowizualnych (prezentacje multimedialne).

4. Cel dydaktyczny przedmiotu

Przypomnienie teoretycznych podstaw z zakresu badań marketingowych, przedstawienie możliwości zastosowanie komputera i metod klasyfikacyjnych oraz porządkowania do zagadnień związanych z badaniami marketingowymi

Wykaz literatury podstawowej (do 4 pozycji)

1. Mynarski S. "Praktyczne metody analizy danych rynkowych i marketingowych", Zakamycze 2000
2. Kaczmarczyk S., "Badania marketingowe. Metody i techniki", PWE 1999
3. Gatnar E., Walesiak M., "Metody statystycznej analizy wielowymiarowej w badaniach marketingo
4. Pocięcha J., "Metody statystyczne w badaniach marketingowych", PWN 1996

Wykaz literatury uzupełniającej (do 4 pozycji)

1. Hague P. "Badania marketingowe : planowanie, metodologia i ocena wyników", Gliwice 2006
2. Badania marketingowe : podstawowe metody i obszary zastosowań, red. Krystyna Mazurek-Łopacińska, AE