|  |  |
| --- | --- |
|  | KARTA PRZEDMIOTU – UNIWERSYTET EKONOMICZNY W KRAKOWIE |
|  |  |

Kierunek: Finanse i rachunkowość

|  |  |
| --- | --- |
| Nazwa przedmiotu | **Badania rynkowe** |
| Język prowadzenia przedmiotu | polski |
| Kod/Specjalność | Finanse i rachunkowość/ Doradztwo biznesowe |
| Kategoria przedmiotu | specjalnościowy |
| Profil studiów | ogólnoakademicki |
| Poziom PRK | 6 Studia pierwszego stopnia (stacjonarne) |
| Rok studiów/semestr | Rok 3/ Semestr 6 |
| Forma zajęć/liczba godzin | |  |  |  | | --- | --- | --- | |  | Wykłady | Inne | | Stacjonarne: | 15 | Ćwiczenia 15 | | Niestacjonarne: | - | - | |
| Dyscypliny | |  |  | | --- | --- | | Nazwa | Liczba punktów ECTS | | Ekonomia i finanse | 3 | |  |  | |
| Wykładowca odpowiedzialny za przedmiot na kierunku | Dr hab. Elżbieta Kubińska, prof. UEK |
| Cele przedmiotu | |  |  | | --- | --- | | Kod | Opis | | C1  C2  C3 | Zapoznanie studentów z pojęciami związanymi z badaniami rynkowymi.  Wypracowanie umiejętności powiązania zdobytych wiadomości z praktyką w procesie decyzyjnym,  Zapoznanie studentów z uwarunkowaniami i zasadami stosowania procesu badawczego. | |  |  | |
| Realizowane efekty uczenia się | |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | Kod | Kat. | Opis | Odniesienie do efektów kierunkowych | | E1 | Wiedza | Zna narzędzia zbierania informacji od obiektów badania i potrafić je projektować.  Rozumie rolę badań rynkowych w procesie decyzyjnym.  Zna podstawowe zasady realizacji badań rynkowych. | P6S\_WG  FiR\_W02 Absolwent zna metody oraz narzędzia matematyczne, statystyczne i ekonometryczne niezbędne do analizy zjawisk w zakresie ekonomii, finansów i rachunkowości | | E2 | Umiejętności | Umie sporządzać raport z badań i wykorzystywać wyniki badania w procesie decyzyjnym.  Posiada umiejętność tworzenia projektu badania rynkowego.  Posiada umiejętność określania problemu badawczego, definiowania obiektów badania i doboru próby badawczej. | P6S\_UW  FiR\_U02 Absolwent posiada umiejętność gromadzenia informacji na temat przeszłych, obecnych i przyszłych zdarzeń gospodarczych w przedsiębiorstwie | | E3 | Kompetencje | Ma świadomość znaczenia zachowania się w sposób profesjonalny i etyczny przy prowadzeniu badań rynkowych. | P6S\_KK  FiR\_K02 Absolwent ma świadomość znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych z zakresu ekonomii, finansów i rachunkowości i jest gotów do korzystania z opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu | |
| Sposoby weryfikacji efektów uczenia się | egzamin pisemny, egzamin ustny, kolokwium, praca pisemna, test wyboru, projekt grupowy, projekt indywidualny, prezentacja, inne |
| Treści przedmiotu | |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | Kod | Opis | Liczba godzin stacjonarne | Liczba godzin niestacjonarne | | W1  W2  W3  W4  W5  W6  Cw1  Cw2  Cw3  Cw4  Cw5 | Rola badań rynkowych w biznesie. Organizacja badań rynkowych,  Metody i techniki badań rynkowych Projektowanie badań rynkowych  Badanie źródeł wtórnych  Projektowanie ankiety, wywiadu itp.  Sprawozdanie z badań  Kodeks badań marketingowych  Analiza i prezentacja danych marketingowych i rynkowych;  Projektowanie ankiety  Analiza wyników badań – testy parametryczne  Analiza wyników badań – testy nieparametryczne  Raport z badań | 2  4  2  3  2  2  3  3  3  3  3 |  | |
| Metody prowadzenia zajęć | wykład audytoryjny, ćwiczenia przedmiotowe, grywalizacja, nauczanie problemowe, ćwiczenia laboratoryjne, |
| Nakład pracy studenta (liczba godzin kontaktowych, pracy on-line i pracy samodzielnej) | |  |  |  | | --- | --- | --- | | Rodzaj aktywności | Liczba godzin | | | stacjonarne | niestacjonarne | | Udział w zajęciach dydaktycznych w bezpośrednim kontakcie z prowadzącym | 30 |  | | Udział w konsultacjach | 10 |  | | Udział w kolokwiach/egzaminie | 5 |  | | Praca własna studenta | 30 |  | | E-learning | 0 |  | | Inne | 0 |  | | Suma godzin | 75 |  | | Liczba punktów ECTS | 3 | | |
| Macierz realizacji przedmiotu | |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | Przedmiot. efekt uczenia się | Odniesienie do efektów kierunkowych | Cele przedmiotu | Treści  przedmiotu | Metody/  narzędzia  dydaktyczne | Sposoby weryfikacji efektu | | E1 W | FiR\_W02 | C1 | W1, W3  Cw1 | wykład audytoryjny, nauczanie problemowe, | Egzamin testowy | | E2 U | FiR\_U02 | C2, C3 | W2, W4, W5  Cw2, Cw3, Cw4 | wykład audytoryjny, ćwiczenia przedmiotowe, grywalizacja, nauczanie problemowe, ćwiczenia laboratoryjne, | Egzamin testowy oraz projekt zespołowy | | E3 K | FiR\_K02 | C3 | W6, Cw5 | ćwiczenia przedmiotowe, nauczanie problemowe, | Projekt zespołowy | |
| Literatura podstawowa | Duliniec, Elżbieta, *Badania marketingowe w zarządzaniu przedsiębiorstwem,* Wyd. 2 zm., Warszawa : Wydawnictwo Naukowe PWN, 1999.  Haque P., Haque N., Morgan C-A., *Badania rynkowe w praktyce,* Wydawnictwo Helion, Gliwice, 2005. |
| Literatura uzupełniająca | Armand Dayan, *Badania rynku,* Wydawca: Assimil Polska, Kraków, 1999 |
| Forma i warunki zaliczenia przedmiotu | Egzamin testowy oraz projekt zespołowy (maksymalnie 3 osoby w zespole) |
| Osoby prowadzące przedmiot | dr hab. prof. UEK Elżbieta Kubińska, dr Renata Żaba-Nieroda |
| Informacje dodatkowe |  |