|  |  |
| --- | --- |
|  | 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 |
| C1C2C3 | 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\_UWFiR\_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\_KKFiR\_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 |
| W1W2W3W4W5W6Cw1Cw2Cw3Cw4Cw5 | Rola badań rynkowych w biznesie. Organizacja badań rynkowych, Metody i techniki badań rynkowych Projektowanie badań rynkowychBadanie źródeł wtórnychProjektowanie ankiety, wywiadu itp.Sprawozdanie z badańKodeks badań marketingowychAnaliza i prezentacja danych marketingowych i rynkowych;Projektowanie ankietyAnaliza wyników badań – testy parametryczneAnaliza wyników badań – testy nieparametryczneRaport z badań | 24232233333 |  |

 |
| 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 | Treściprzedmiotu | Metody/narzędziadydaktyczne | Sposoby weryfikacji efektu |
| E1 W | FiR\_W02 |  C1 | W1, W3Cw1 | wykład audytoryjny, nauczanie problemowe,  |  Egzamin testowy |
| E2 U | FiR\_U02 | C2, C3 | W2, W4, W5Cw2, 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 |  |