

Tytuł Badania marketingowe	Kod 1011101231011140223
Kierunek Logistyka - studia stacjonarne I stopnia	Rok / Semestr 2 / 3
Specjalność -	Przedmiot obieralny
Godziny Wykłady: 30 Ćwiczenia: 15 Laboratoria: - Projekty / seminaria: -	Liczba punktów 5
Język prowadzenia przedmiotu polski	

Prowadzący:

dr Ewa Więcek-Janka
e-mail: Ewa.Więcek.Janka@put.poznan.pl
tel. +48-61-6653403
ul. Strzelecka 11
60-965 Poznań

Wydział:

Wydział Inżynierii Zarządzania
ul. Strzelecka 11
60-965 Poznań
tel. (61) 665-33-74, fax.
e-mail: office_fem@put.poznan.pl

Miejsce przedmiotu w programie studiów:

przedmiot obieralny

Założenia i cele przedmiotu:

Zdobycie wiedzy dotyczącej pozyskiwania informacji rynkowych. Umiejętność prowadzenia badań i analizowania otrzymanych wyników

Treści programowe przedmiotu (opis przedmiotu):

Wstęp do badań marketingowych, teoretyczne ujęcie problematyki gromadzenia Metody zbierania danych ze źródeł pierwotnych i wtórnych. Metody redukcji i analizy danych. Metody prezentacji i oceny badania. Organizacja badań marketingowych. Przykładowe obszary badań marketingowych. Analiza danych oraz prezentacja danych. Firmy badawcze - metody doboru firmy badawczej.

Przedmioty wprowadzające i wymagane wiadomości wstępne:

Podstawowa wiedza z zakresu marketingu

Forma zajęć i metody dydaktyczne:

wykład, ćwiczenia

Forma i warunki zaliczenia przedmiotu – wymagania i system oceniania:

Egzamin, projekty, prezentacje

Bibliografia podstawowa:

1. K. Mazurek-Łopocińska Badania marketingowe WAE Warszawa 1996
2. J. Pocięcha Metody statystyczne w badaniach marketingowych PWN Warszawa 1996
3. M. Walesiak Metody analizy danych marketingowych PWE Warszawa 1997
4. St. Kaczmarczyk Badania marketingowe, metody i techniki PWE Warszawa 1996

Bibliografia uzupełniająca: