

|   |   |
|---|---|
| Tytuł<br><b>Analiza rynku</b>   | Kod<br><b>10111053410111401418</b>            |
| Kierunek<br><b>Zarządzanie - studia niestacjonarne II stopnia</b>                         | Rok / Semestr<br><b>2 / 4</b>                 |
| Specjalność<br>-  | Przedmiot<br><b>obieralny</b>                 |
| Godziny<br>Wykłady: <b>10</b> Ćwiczenia: <b>10</b> Laboratoria: -    Projekty / semina: - | Liczba punktów<br><b>2</b>                    |
|   | Język prowadzenia przedmiotu<br><b>polski</b> |

#### Prowadzący:

dr inż. Marek Goliński  
Katedra Marketingu i Sterowania Ekonomicznego  
ul. Strzelecka 11  
60-965 Poznań  
tel. +48 61 665 34 03, fax. +48 61 665 33 75  
e-mail: marek.golinski@put.poznan.pl

#### 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:

Tryb:  
Niestacjonarne  
Stopień: II stopnia  
Kierunek: Zarządzanie  
Specjalność Zarządzanie przedsiębiorstwem  
Przedmiot obieralny

#### Założenia i cele przedmiotu:

Zdobycie wiedzy i umiejętności prowadzenia analizy rynku na poziomie mikro i makro

#### Treści programowe przedmiotu (opis przedmiotu):

Równowaga rynku. Modele rynku. Miejsce mechanizmu rynkowego w procesach gospodarczych. Analiza pojemności i chłonności rynku. Miejsce i rola informacji w zarządzaniu. Decyzje w warunkach niepewności i ryzyka, jako główny motyw analizy rynku. Źródła informacji wykorzystywane w analizie rynku. Analiza zachowań nabywców. Kryteria segmentacji. Analiza trendu i sezonowości. Metody analizy rynku (strukturalne-koniunkturalne; ekonometryczne, marketingowe, heurystyczne, taksonomiczne). System decyzyjny w gospodarce. Modelowanie i prognozowanie zjawisk rynkowych. Analiza przestrzenna rynku.

#### Przedmioty wprowadzające i wymagane wiadomości wstępne:

Znajomość badań marketingowych i podstaw marketingu

#### Forma zajęć i metody dydaktyczne:

Ćwiczenia - analiza i opis poszczególnych obszarów analizy rynku w odniesieniu do wybranego przykładu, opracowywane na podstawie "karty opisu zadania"  
Wykład poparty multimedialnymi przykładami

#### Forma i warunki zaliczenia przedmiotu – wymagania i system oceniania:

ćwiczenia ocena kompletu "kart opisu zadania"  
wykłady - egzamin pisemny

#### Bibliografia podstawowa:

**Wydział Inżynierii Zarządzania**

1. Mruk H Analiza rynku PWE Warszawa 2002
2. Karcz, K., Z. Kędzior Badania marketingowe w praktyce PWE Warszawa 2007
3. Wrzosek W Funkcjonowanie rynku PWE Warszawa 2002
4. Churchill G.A Badania marketingowe. Podstawy metodologiczne PWN Warszawa 2002
5. Kaczmarczyk S Badania marketingowe, metody i techniki PWE Warszawa 2003

**Bibliografia uzupełniająca:**