



KARTA OPISU PRZEDMIOTU - SYLABUS

Nazwa przedmiotu

Analiza rynku i konkurencji [S1DSwB1>ARiK]

Przedmiot

Kierunek studiów

Data Science w biznesie

Rok/Semestr

2/3

Studia w zakresie (specjalność)

–

Profil studiów

ogólnoakademicki

Poziom studiów

pierwszego stopnia

Język oferowanego przedmiotu

polski

Forma studiów

stacjonarne

Wymagalność

obligatoryjny

Liczba godzin

Wykład

15

Laboratorium

0

Inne

0

Ćwiczenia

15

Projekty/seminaria

0

Liczba punktów ECTS

3,00

Koordynatorzy

dr inż. Katarzyna Ragin-Skorecka

katarzyna.ragin-skorecka@put.poznan.pl

Wykładowcy

Wymagania wstępne

Wymagania wstępne do przedmiotu Analiza rynku i konkurencji obejmują podstawową wiedzę z zakresu marketingu, umiejętność analitycznego myślenia oraz interpretacji danych rynkowych. Studenci powinni znać podstawowe narzędzia statystyczne oraz wykazywać umiejętność pracy z arkuszami kalkulacyjnymi, takimi jak MS Excel.

Cel przedmiotu

Celem przedmiotu Analiza rynku i konkurencji jest wyposażenie studentów w umiejętność oceny atrakcyjności rynku i pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstwa. Przedmiot rozwija kompetencje w zakresie analizy struktury branży, segmentacji klientów, oceny strategii konkurentów oraz kształtowania polityki cenowej. Zdobyta wiedza pozwoli na podejmowanie decyzji w dynamicznym otoczeniu rynkowym.

Przedmiotowe efekty uczenia się

Wiedza:

1. Charakteryzuje strukturę rynku oraz kluczowe czynniki wpływające na konkurencyjność przedsiębiorstw i ich pozycję strategiczną [DSB1_W09].
2. Opisuje metody analizy rynku, segmentacji klientów oraz oceny pozycji konkurencyjnej, uwzględniając

techniki big data i metody portfelowe [DSB1_W01].

3. Wyjaśnia zastosowanie benchmarkingu, analizy cenowej i metod portfelowych w ocenie pozycji rynkowej przedsiębiorstwa [DSB1_W04].

Umiejętności:

1. Analizuje strukturę rynku i konkurencji, identyfikując kluczowe siły rynkowe oraz dynamikę branży na podstawie dostępnych danych [DSB1_U01].
2. Przeprowadza segmentację klientów, wykorzystując metody analizy danych oraz techniki eksploracji informacji [DSB1_U03].
3. Tworzy mapy grup strategicznych oraz ocenia strategię konkurencyjne przedsiębiorstw na podstawie danych rynkowych [DSB1_U05].
4. Stosuje benchmarking i analizę cenową do oceny pozycji rynkowej oraz formułowania rekomendacji strategicznych [DSB1_U07].
5. Interpretuje wyniki analizy rynku i konkurencji w celu wsparcia procesów decyzyjnych w strategii biznesowej [DSB1_U10].

Kompetencje społeczne:

1. Uwzględnia konsekwencje strategicznych decyzji rynkowych, dbając o etyczne aspekty konkurencji i odpowiedzialne wykorzystanie danych rynkowych [DSB1_K03].
2. Współpracuje w zespołach badawczych i analitycznych, integrując różne źródła danych w celu opracowania strategii rynkowych [DSB1_K02].

Metody weryfikacji efektów uczenia się i kryteria oceny

Efekty uczenia się przedstawione wyżej weryfikowane są w następujący sposób:

Wykład: Ocena formująca: obecność i aktywność podczas zajęć dydaktycznych, wyniki rozwiązywanych zadań poznawczych, udział w dyskusji. Ocena podsumowująca: wynik sprawdzianu pisemnego.

Ćwiczenia: Ocena formująca: obecność i aktywność podczas zajęć dydaktycznych, wyniki rozwiązywanych poszczególnych zadań, udział w dyskusji. Ocena podsumowująca: prezentacja na forum grupy.

Treści programowe

Wykład: Podstawowe zagadnienia analizy rynku i konkurencji oraz ich znaczenie w strategii przedsiębiorstw. Czynniki wpływające na strukturę rynku i konkurencyjność podmiotów. Metody oceny atrakcyjności rynku i pozycji konkurencyjnej. Segmentacja klientów i analiza zachowań nabywców. Techniki identyfikacji grup strategicznych i oceny strategii konkurencji. Wykorzystanie benchmarkingu i analizy cenowej w ocenie pozycji rynkowej.

Ćwiczenia: Analiza struktury rynku i konkurencji na podstawie dostępnych danych. Identyfikacja kluczowych czynników wpływających na atrakcyjność sektora. Segmentacja klientów przy wykorzystaniu narzędzi analitycznych. Budowa map grup strategicznych. Zastosowanie metod porównawczych w ocenie działań konkurencji. Analiza cenowa jako element strategii rynkowej i jej praktyczne zastosowanie.

Tematyka zajęć

Wykład: Wprowadzenie do analizy rynku i konkurencji - znaczenie i zastosowanie w strategii biznesowej. Struktura rynku i jego kluczowe determinanty. Identyfikacja czynników kształtujących konkurencyjność. Ocena sił rynkowych i dynamiki branży. Metody portfelowe w analizie potencjału rynku. Segmentacja klientów z uwzględnieniem big data - kryteria i techniki segmentacyjne. Mapa grup strategicznych jako narzędzie wizualizacji pozycji rynkowej. Benchmarking jako metoda oceny konkurencji i identyfikacji najlepszych praktyk. Analiza polityki cenowej na tle konkurencji - strategię cenowe i ich wpływ na pozycję rynkową.

Ćwiczenia: Analiza struktury konkurencji na wybranym rynku. Identyfikacja i ocena sił rynkowych w praktyce. Budowa mapy grup strategicznych na podstawie danych rynkowych. Segmentacja klientów przy wykorzystaniu dostępnych źródeł informacji i narzędzi analitycznych. Praktyczne zastosowanie metod portfelowych do oceny atrakcyjności sektora. Benchmarking konkurencji na podstawie dostępnych raportów i danych. Analiza cenowa na tle konkurencji - interpretacja danych i formułowanie rekomendacji strategicznych.

Metody dydaktyczne

Wykład - wykład problemowy lub konwersatoryjny, wspierany dyskusją.

Ćwiczenia - ćwiczenia audytoryjne obejmujące rozwiązywanie zadań poznawczych, analizę przypadków, dyskusję oraz realizację projektu grupowego.

Literatura

Podstawowa:

1. Niemiec, A., & Sierpińska-Sawicz, A. (2024). Metody monitorowania makro-i mikrootoczenia przedsiębiorstwa. Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu.

2. Grzebyk, M., & Kryński, Z. (2011). Konkurencja i konkurencyjność przedsiębiorstw. Ujęcie teoretyczne.

Uzupełniająca:

1. Ragin-Skorecka, K., Grzelczak, A., & Motała, D. (2017). Podstawy zarządzania nie tylko dla logistyków. Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej.

Bilans nakładu pracy przeciętnego studenta

| | Godzin | ECTS |
|--|--------|------|
| Łączny nakład pracy | 75 | 3,00 |
| Zajęcia wymagające bezpośredniego kontaktu z nauczycielem | 32 | 1,00 |
| Praca własna studenta (studia literaturowe, przygotowanie do zajęć laboratoryjnych/ćwiczeń, przygotowanie do kolokwίων/egzaminu, wykonanie projektu) | 43 | 2,00 |