

KARTA PRZEDMIOTU

1. Informacje wstępne

Nazwa przedmiotu	Analiza rynku
Wydział	Wydział Zarządzania, Mediów i Technologii
Kierunek	Zarządzanie
Specjalność/Ścieżka specjalizacyjna	—
Poziom PRK	6 PRK
Poziom kształcenia	studia pierwszego stopnia
Forma studiów	studia niestacjonarne
Grupa zajęć	—
Liczba punktów ECTS	2
Rodzaj przedmiotu	obowiązkowy
Liczba godzin ogółem	12 godz.
Cykl dydaktyczny	2024/2025 zimowy
Semestr studiów	6
Rok studiów	3
Profil kształcenia	ogólnoakademicki
Rok realizacji	2026/2027
Język wykładowy	polski
Osoba odpowiedzialna za przedmiot	prof. UAFM dr hab. Dariusz Fatuła (e-mail: dfatula@uafm.edu.pl)

Semestr, liczba punktów ECTS, rodzaj zajęć, liczba godzin w planie studiów

Semestr	Konwersatoria
6	12 godz. 2 ECTS

2. Cele przedmiotu

C1	Poznanie obszarów analiz rynkowych, zrozumienie mechanizmów funkcjonowania rynku, ze szczególnym uwzględnieniem równowagi rynkowej; Zrozumienie specyfiki funkcjonowania rynków branżowych, poznanie metod analizy pojemności, chłonności i dynamiki zjawisk rynkowych, zapoznanie z modelami funkcjonowania rynków;
----	---

3. Wymagania wstępne

zaliczenie min jednego z przedmiotów ilościowych (np. matematyka, statystyka) na wcześniejszych semestrach

4. Opis efektów uczenia się

W1	Wiedza: będzie znał metody analiz rynkowych, wymieni źródła danych konieczne do ich przeprowadzenia, opanuje metody przedstawiania wyników analiz w czytelny i jednoznaczny sposób	
U1	Umiejętności: będzie umiał samodzielnie zgromadzić niezbędne dane i przeprowadzić analizę na wybranym rynku, obliczy wskaźniki i je zinterpretuje, uzasadni cele i obszary analiz. Przedstawi wyniki analiz rynkowych w czytelny i jednoznaczny sposób.	
K1	Kompetencje społeczne: jest otwarty na dyskusje o zjawiskach rynkowych, nie ulega stereotypom błędnej lub powierzchownej interpretacji wyników analiz danych, jest świadomy konieczności stałego uaktualniania wiedzy, poznawania nowych metod i docierania do źródeł danych rynkowych.	

5. Treści programowe

Konwersatoria (12 godz.)

Kod	Tematyka zajęć (nr semestru: 6)
Kon1	Istota, cele i obszary analiz rynkowych
Kon2	Analiza mechanizmu rynkowego Specyfika rynków branżowych
Kon3	Analiza elastyczności podaży i popytu Aktualne przejawy paradoksów rynkowych
Kon4	Modele przestrzenne rynku
Kon5	Analiza udziału i konkurencyjności przedsiębiorstwa na rynku - metoda Sterna-Tyszyńskiego
Kon6	Analiza chłonności rynku Badanie wpływu aktywizacji sprzedaży na popyt
Kon7	Analiza trendów i wahań sezonowych Prognozy zjawisk rynkowych

6. Metody dydaktyczne

Konwersatoria	
M1	Analiza przypadków
M6	Dyskusja
M10	Konwersatorium
M17	Prezentacja multimedialna
M18	Rozwiązywanie zadań
M19	Studium przypadku
M20	Wykłady

7. Nakład pracy studenta

Forma aktywności studenta	Obciążenie studenta
---------------------------	---------------------

Konwersatoria	12 godz.
W tym metodą e-learning:	0 godz.

Praca własna studenta	
	38 godz.

Całkowite obciążenia	
Sumaryczna liczba godzin dla przedmiotu wynikająca z całego nakładu pracy studenta	50 godz.
Sumaryczna liczba punktów ECTS dla przedmiotu	2 ECTS

8. Kryteria oceny

Warunki zaliczenia przedmiotu:

Aktywność na zajęciach, rozwiązywanie zadań, test zaliczeniowy

Konwersatoria	
Na ocenę 5:	na min. 90% punktów, 4 aktywności na zajęciach
Na ocenę 4,5:	na min. 80% punktów, 3 aktywności na zajęciach
Na ocenę 4:	na min. 70% punktów, 2 aktywności na zajęciach
Na ocenę 3,5:	na min. 60% punktów, 1 aktywność na zajęciach
Na ocenę 3:	test na min. 51% punktów

9. Literatura

Literatura podstawowa

1. Michał Makowski — Gromadzenie i analiza danych rynkowych w praktyce, Warszawa, 2018, CeDeWu
Wayne L. Winston — Analiza Marketingowa....Excela, Gliwice, 2014, Helion

Publikacje prowadzącego

1. Udostępniana na platformie prezentacja z wyjaśnieniami i przykładami do rozwiązywania zadań

Pomoce dodatkowe

Publikowane okresowo zadania do samodzielnego rozwiązywania na platformie e-learningowej