*Załącznik nr 1.5 do Zarządzenia Rektora UR nr 12/2019*

**SYLABUS**

**dotyczy cyklu kształcenia2022-2025**

Rok akademicki 2024/2025

1. Podstawowe informacje o przedmiocie

|  |  |
| --- | --- |
| Nazwa przedmiotu | Metody ilościowe w analizie rynku |
| Kod przedmiotu\* | FiR/I/FiB/C-1.1a |
| Nazwa jednostki prowadzącej kierunek | Kolegium Nauk Społecznych |
| Nazwa jednostki realizującej przedmiot | Instytut Ekonomii i Finansów KNS |
| Kierunek studiów | Finanse i Rachunkowość |
| Poziom studiów | Pierwszy |
| Profil | Ogólnoakademicki |
| Forma studiów | Stacjonarne |
| Rok i semestr/y studiów | III / 5 |
| Rodzaj przedmiotu | Specjalnościowy do wyboru |
| Język wykładowy | polski |
| Koordynator | dr Jolanta Wojnar |
| Imię i nazwisko osoby prowadzącej / osób prowadzących | dr Jolanta Wojnar |

\* *opcjonalni*e, *zgodnie z ustaleniami w Jednostce*

1.1.Formy zajęć dydaktycznych, wymiar godzin i punktów ECTS

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Semestr  (nr) | Wykł. | Ćw. | Konw. | Lab. | Sem. | ZP | Prakt. | Inne (jakie?) | **Liczba pkt. ECTS** |
| 5 |  |  |  | 30 |  |  |  |  | 3 |

1.2. Sposób realizacji zajęć

 zajęcia w formie tradycyjnej lub z wykorzystaniem platformy Ms Teams

☐ zajęcia realizowane z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość

1.3 Forma zaliczenia przedmiotu (z toku) (egzamin, zaliczenie z oceną, zaliczenie bez oceny)

Zaliczenie z oceną

2.Wymagania wstępne

|  |
| --- |
| Znajomość elementarnych metod i narzędzi matematycznych, statystycznych i ekonometrycznych niezbędnych do analizy zjawisk gospodarczych w skali mikro i makro-ekonomicznej oraz znajomość podstawowych procedur programu Excel. |

3.cele, efekty uczenia się , treści Programowe i stosowane metody Dydaktyczne

3.1 Cele przedmiotu

|  |  |
| --- | --- |
| C1 | Zapoznanie studentów z wybranymi metodami statystycznymi wykorzystywanymi do analizy procesów rynkowych. |
| C2 | Wykształcenie umiejętności doboru właściwych metod i narzędzi ekonometrycznych do analizy rynku. |
| C3 | Wypracowanie umiejętności analizowania i interpretowania rezultatów badań. |
| C4 | Nabycie przez studentów umiejętności korzystania z profesjonalnego oprogramowania statystycznego. |

**3.2 Efekty uczenia się dla przedmiotu**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| EK (efekt uczenia się) | Treść efektu uczenia się zdefiniowanego dla przedmiotu | Odniesienie do efektów kierunkowych [[1]](#footnote-1) |
| EK­\_01 | Definiuje podstawowe pojęcia z zakresu analizy rynku i badań marketingowych, oraz zna odpowiednie metody i techniki analityczne pozwalające pozyskiwać i analizować dane dotyczące procesów rynkowych. | K\_W01  K\_W03 |
| EK\_02 | Potrafi przeprowadzić analizę danych za pomocą odpowiednio dobranych metod statystycznych i modelowania ekonometrycznego, wykorzystując wybrane narzędzia programu EXCEL i pakietu STATISTICA. | K\_U08  K\_U09  K\_U11 |
| EK\_03 | Jest gotów do rozwiązywanie problemów poznawczych i praktycznych oraz formułowania różnych założeń badawczych dotyczących procesów rynkowych. Pokazuje praktyczne wykorzystanie narzędzi analizy ilościowej w realizacji określonych zadań z zakresu nauk ekonomicznych. Potrafi wykrywać, analizować i interpretować prawidłowości i zależności w badaniach rynkowych i marketingowych. | K\_K01  K\_K02 |

**3.3Treści programowe**

1. Problematyka wykładu
2. Problematyka ćwiczeń laboratoryjnych

|  |
| --- |
| Treści merytoryczne |
| Badanie marketingowe: metody doboru i określenie liczebności próby, skale pomiarowe (nominalne, porządkowe, przedziałowe, ilorazowe), kodowanie i przetwarzanie danych. |
| Analiza struktury zjawisk rynkowych. Miary tendencji centralnej, zróżnicowania, asymetrii i koncentracji – krzywa Lorenza, wskaźnik koncentracji Giniego. |
| Uogólnianie wyników badań częściowych na całą populację. Estymacja przedziałowa parametrów populacji. Istotność statystyczna – wybrane parametryczne i nieparametryczne testy statystyczne. Analiza wariancji klasyfikacja jednoczynnikowa. |
| Analiza współzależności zjawisk rynkowych. Miary zależności cech ilościowych i jakościowych |
| Analiza procesu produkcyjnego – funkcja Cobba-Douglasa. Ekonometryczna analiza popytu – funkcje Törnquista, elastyczność funkcji |
| Metody taksonomiczne w badaniach rynku – metody klasyfikacji, metody porządkowania. Rodzaje zmiennych diagnostycznych (stymulanty, destymulanty i nominanty). Kryteria doboru zmiennych. Wskaźniki syntetyczne. Grupowanie obiektów, sporządzanie rankingów. |
| Analiza dyskryminacyjna. Dobór potencjalnych zmiennych diagnostycznych, formułowanie reguł klasyfikacyjnych i ocena zdolności dyskryminacyjnej modelu. |

3.4 Metody dydaktyczne

Ćwiczenia obejmują wprowadzenie teoretyczne z wykorzystaniem prezentacji multimedialnej, rozwiązywanie zadań, analizę danych rynkowych ilustrujących omawiane zagadnienia (w oparciu o techniki komputerowe), interpretację otrzymanych wyników.

4. METODY I KRYTERIA OCENY

4.1 Sposoby weryfikacji efektów uczenia się

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Symbol efektu | Metody oceny efektów uczenia się  (np.: kolokwium, egzamin ustny, egzamin pisemny, projekt, sprawozdanie, obserwacja w trakcie zajęć) | Forma zajęć dydaktycznych  (w, ćw, …) |
| EK\_ 01 | kolokwium | ćwiczenia |
| EK\_ 02 | kolokwium, ocena efektywności pracy w trakcie zajęć | ćwiczenia |
| EK\_ 03 | kolokwium | ćwiczenia |

4.2 Warunki zaliczenia przedmiotu (kryteria oceniania)

|  |
| --- |
| Ćwiczenia:  Zaliczenie ćwiczeń (z oceną) na podstawie dwóch prac pisemnych obejmujących indywidualne rozwiązywanie zadań, przy wykorzystaniu arkuszy kalkulacyjnych i pakietów komputerowych oraz ocena aktywności na zajęciach.  Podstawą uzyskania zaliczenia jest otrzymanie pozytywnej oceny z obu prac pisemnych |

**5. CAŁKOWITY NAKŁAD PRACY STUDENTA POTRZEBNY DO OSIĄGNIĘCIA ZAŁOŻONYCH EFEKTÓW W GODZINACH ORAZ PUNKTACH ECTS**

|  |  |
| --- | --- |
| **Forma aktywności** | **Średnia liczba godzinna zrealizowanie aktywności** |
| Godziny kontaktowe wynikające z harmonogramu studiów | 30 |
| Inne z udziałem nauczyciela akademickiego  (udział w konsultacjach) | 5 |
| Godziny niekontaktowe – praca własna studenta (przygotowanie do zajęć) | 40 |
| SUMA GODZIN | 75 |
| **SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS** | 3 |

*\* Należy uwzględnić, że 1 pkt ECTS odpowiada 25-30 godzin całkowitego nakładu pracy studenta.*

6. PRAKTYKI ZAWODOWE W RAMACH PRZEDMIOTU

|  |  |
| --- | --- |
| wymiar godzinowy |  |
| zasady i formy odbywania praktyk |  |

7. LITERATURA

|  |
| --- |
| Literatura podstawowa:  1. Rószkiewicz M., Metody ilościowe w badaniach marketingowych, Wydawnictwo naukowe  PWN, Warszawa 2012.  2. Wolny R., Metody ilościowe w badaniach rynku, Wydawnictwo AE, Katowice 2009.  3. Mynarski S., Analiza danych rynkowych i marketingowych z wykorzystaniem programu  STATISTICA, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków, 2003. |
| Literatura uzupełniająca:  1. Walesiak M., Metody analizy danych marketingowych, PWN, Warszawa 2002.  2. Kaczmarczyk S., Badania marketingowe. Metody i techniki, PWE, Warszawa 2002. |

Akceptacja Kierownika Jednostki lub osoby upoważnionej

1. W przypadku ścieżki kształcenia prowadzącej do uzyskania kwalifikacji nauczycielskich uwzględnić również efekty uczenia się ze standardów kształcenia przygotowującego do wykonywania zawodu nauczyciela. [↑](#footnote-ref-1)