

Nazwa przedmiotu		Badania i analiza rynku na potrzeby logistyki				Kod ECTS	14.3.E.SL.3590				
						Pkt.ECTS	3				
Jednostka prowadząca przedmiot		KRT	Nazwa kierunku		Ekonomia	Nazwa specjalności		LOG;			
Nazwisko prowadzącego		dr Aleksander Jagiełło, prof. UG dr hab. Krzysztof Grzelec, prof. UG dr hab. Marcin Wołek									
Forma zajęć/Liczba godzin											
Wykład	0	Ćwiczenia	0	Konwersatoria	30	Laboratoria komputerowe	0	Seminaria	0	Lektoraty	0
Forma aktywności						Rok i rodzaj studiów:		1 SS2,			
Godziny z udziałem nauczyciela akademickiego (w tym konsultacje, egzaminy i inne):				60		Semestr:		2,			
Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego (samodzielna praca studenta):				15		Status przedmiotu:		Obligatoryjny			
Sumaryczna liczba godzin:				75		Język wykładowy:		polski			
Sposób realizacji zajęć		Zajęcia w sali dydaktycznej.									
Metody dydaktyczne		Wykłady z prezentacjami multimedialnymi, Ćwiczenia z wykorzystaniem metod aktywizujących, Dyskusja na zajęciach konwersatoryjnych, Projekty indywidualne, Aktywność w grupach, współpraca, Studia przypadków,									
Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymogami wstępnymi											
Wymagania formalne		Instrumentarium badań ekonomicznych. Zastosowania ekonometrii. Prognozowanie procesów ekonomicznych									
Wymagania wstępne		Znajomość podstawowej problematyki ekonomicznej, znajomość podstawowej problematyki marketingowej.									
Sposób i forma zaliczenia oraz kryteria oceny											
Sposób zaliczenia		Egzamin									
Kryteria oceny		Na ocenę końcową składają się punkty za: <ul style="list-style-type: none"> • egzamin pisemny (max 15 pkt) • projekt grupowy (max 15 pkt) Procent wiedzy wymaganej dla uzyskania oceny: <ul style="list-style-type: none"> • bardzo dobrej - 100% - 91%, • dobrej plus - 90% - 81%, • dobrej - 80% - 71%, • dostatecznej plus - 70% - 61%, • dostatecznej - 60% - 51%, • niedostatecznej - 50% i mniej 									
Cele przedmiotu											
Celem przedmiotu jest: <ul style="list-style-type: none"> • Poznanie przez studenta metodyki badań rynkowych i marketingowych na potrzeby przedsiębiorstw logistycznych • Nabycie umiejętności projektowania i przeprowadzenia badań marketingowych i rynkowych • Zrozumienie przez studenta procesu badań marketingowych i rynkowych oraz wpływu informacji na decyzje zarządcze przedsiębiorstw logistycznych • Nabycie umiejętności interpretacji wyników badań i przedstawiania rezultatów • Poznanie przez studenta zasad przeprowadzania analiz rynku TSL • Nabycie przez studenta umiejętności samodzielnej oceny rynku TSL 											
Efekty uczenia się											
Wiedza		E2_W03	ma pogłębioną wiedzę o relacjach między zjawiskami, podmiotami i organizacjami gospodarczymi działającymi w sektorze TSL								
		E2_W06	zna statystyczne i ekonometryczne metody i narzędzia opisu oraz modelowania makro- i mikroekonomicznego struktur gospodarczych związanych z sektorem TSL oraz procesów w nich zachodzących								

	E2_W08	ma pogłębioną wiedzę o procesach zachodzących w przedsiębiorstwach z sektora TSL oraz organizacjach gospodarczych i na styku z obszarami pokrewnymi
--	--------	---

Weryfikacja efektów uczenia się - Wiedza

Efekty	egzamin pisemny	egzamin ustny	kolokwium	esej/referat /portfolio	zadania / prace domowe	prezentacja indywidualna	prezentacja grupowa	aktywność na zajęciach	udział w dyskusji	projekt indywidualny	projekt grupowy
E2_W03	X							X	X		X
E2_W06	X							X	X		X
E2_W08	X							X	X		X

Umiejętności	E2_U01	potrafi twórczo interpretować i wyjaśniać zjawiska gospodarcze i społeczne zachodzących w sektorze TSL oraz relacje między tymi zjawiskami
	E2_U02	potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę do opisu i analizowania przyczyn i przebiegu procesów i zjawisk gospodarczych i społecznych zachodzących w sektorze TSL oraz potrafi formułować własne opinie i krytycznie dobierać dane i metody analiz
	E2_U03	potrafi analizować przyczyny i przebieg procesów i zjawisk gospodarczych zachodzących w sektorze TSL formułować własne opinie na ten temat, stawiać hipotezy badawcze oraz dobierać i stosować metody ich weryfikacji
	E2_U04	potrafi prognozować oraz modelować złożone procesy gospodarcze zachodzące w sektorze TSL z wykorzystaniem metod i narzędzi ilościowych i jakościowych

Weryfikacja efektów uczenia się - Umiejętności

Efekty	egzamin pisemny	egzamin ustny	kolokwium	esej/referat /portfolio	zadania / prace domowe	prezentacja indywidualna	prezentacja grupowa	aktywność na zajęciach	udział w dyskusji	projekt indywidualny	projekt grupowy
E2_U01	X							X	X		X
E2_U02	X							X	X		X
E2_U03	X							X	X		X
E2_U04	X							X	X		X

Kompetencje	E2_K05	prawidłowo identyfikuje, diagnozuje i rozstrzyga dylematy oraz różne warianty rozwiązań związane z wykonywaniem zawodu powiązanego z sektorem TSL
--------------------	--------	---

Weryfikacja efektów uczenia się - Kompetencje

Efekty	egzamin pisemny	egzamin ustny	kolokwium	esej/referat /portfolio	zadania / prace domowe	prezentacja indywidualna	prezentacja grupowa	aktywność na zajęciach	udział w dyskusji	projekt indywidualny	projekt grupowy
E2_K05	X							X	X		X

Treści programowe

- 1) Projektowanie badań marketingowych i rynkowych na potrzeby przedsiębiorstw logistycznych
 Specyfika badań rynkowych i marketingowych
 Potrzeby informacyjne przedsiębiorstw
 Dobór próby
- 2) Instrumenty stosowane w badaniach na potrzeby logistyki
 Konstrukcja narzędzi pomiarowych
 Budowa kwestionariusza
- 3) Metody pozyskiwania danych
 Wywiady
 Ankiety
 Inne metody
- 4) Analiza otoczenia rynkowego przedsiębiorstw logistycznych

Specyfika otoczenia rynkowego przedsiębiorstw logistycznych
Identyfikacja trendów
Metody scenariuszowe
5) Analiza rynku na potrzeby logistyki
Ocena wielkości rynku
Ocena pojemności rynku
Ocena konkurencji na rynku
6) Analiza sytuacji rynkowej przedsiębiorstwa logistycznego
Ocena pozycji rynkowej przedsiębiorstwa
Ocena konkurencyjności przedsiębiorstwa
Ocena potencjału rozwojowego przedsiębiorstwa
7) Badanie oddziaływania instrumentów marketingowych na rynek
Badanie usługi
Badanie cen
Badanie dystrybucji
Badanie promocji

Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej

Literatura obowiązkowa:

- K. Mazurek-Łopacińska, *Badania marketingowe. Teoria i praktyka*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2016
- E. Skawińska, W. Popławski *Badania marketingowe w zarządzaniu organizacją*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2020
- M. Wołek, A. Jagiełło, M. Wolański, Jak analizować efektywność finansową i ekonomiczną napędów alternatywnych? *Biuletyn Komunikacji Miejskiej*, 2018

Literatura uzupełniająca:

- J. Twaróg, *Mierniki i wskaźniki logistyczne*, Instytut Logistyki i Magazynowania, Poznań 2005
- M. Frankowska, M. Jedliński, *Efektywność systemu dystrybucji*, Warszawa: Polskie Wydawnictwa Ekonomiczne, 2011
- K. M. Staszyńska, *Marka, Konsument, Badacz. Spotkania na rynku*, Wolters Kluwer Polska, 2021
- M. Wołek, A. Jagiełło, M. Wolański, Multi-criteria analysis in the decision-making process on the electrification of public transport in cities in Poland: a case study analysis. *Energies*, 2021

Kontakt

aleksander.jagiello@ug.edu.pl, krzysztof.grzelec@ug.edu.pl,
marcin.wolek@ug.edu.pl,