**Nazwa przedmiotu:**

Analiza rynku

**Koordynator przedmiotu:**

dr inż. Jaksa Michael

**Status przedmiotu:**

Obowiązkowy

**Poziom kształcenia:**

Studia II stopnia

**Program:**

Zarządzanie

**Grupa przedmiotów:**

kierunkowe

**Kod przedmiotu:**

-

**Semestr nominalny:**

1 / rok ak. 2020/2021

**Liczba punktów ECTS:**

2

**Liczba godzin pracy studenta związanych z osiągnięciem efektów uczenia się:**

2 ECTS:
10h przygotowanie do ćwiczeń + 27h przygotowanie projektu + 18h wykonanie ćwiczeń + 5h konsultacje projektu = 60h

**Liczba punktów ECTS na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich:**

0,8 ECTS:
18h uczestniczenie w ćwiczeniach + 5h konsultacje projektu = 23h

**Język prowadzenia zajęć:**

polski

**Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach zajęć o charakterze praktycznym:**

2 ECTS:
10h przygotowanie do ćwiczeń + 27h przygotowanie projektu + 18h wykonanie ćwiczeń + 5h konsultacje projektu = 60h

**Formy zajęć i ich wymiar w semestrze:**

|  |  |
| --- | --- |
| Wykład:  | 0h |
| Ćwiczenia:  | 18h |
| Laboratorium:  | 0h |
| Projekt:  | 0h |
| Lekcje komputerowe:  | 0h |

**Wymagania wstępne:**

Wiedza z zarządzania strategicznego i marketingowego.
Zdolność myślenia analitycznego, uczenia się przez umiejętność pracy zespołowej, umiejętność krytycznego spojrzenia na organizację i problemy, które występują na rynku.

**Limit liczby studentów:**

- od 25 osób do limitu miejsc w sali laboratoryjnej (ćwiczenia)

**Cel przedmiotu:**

Celem przedmiotu jest, aby po jego zaliczeniu student:
- posiadał wiedzę z zakresu metod analizowania i budowania konkurencyjności, relacji między podmiotami gospodarczymi a innymi instytucjami społecznymi tworzącymi ich otoczenie w skali krajowej i międzynarodowej, metod i technik budowania konkurencyjności polskiego przedsiębiorstwa na rynku europejskim,
- potrafił ocenić skuteczność przedsiębiorstwa wchodzenia na rynki przy pomocy metod analizy, które pozna na zajęciach, określić niezbędne zmiany w swoim przedsiębiorstwie konieczne w kontekście konkurowania na nowych rynkach i w nowych sektorach,
- potrafił zaadaptować się i działać w nowych warunkach i sytuacjach
związanych np. z odmiennością kulturową danej grupy.

**Treści kształcenia:**

B.Ćwiczenia:
1. Charakterystyka rynku, konkurenta, kooperanta, klienta, relacje pomiędzy uczestnikami rynku. (4 h.)
2. Segmentacja rynku, w tym segmentacja w oparciu na konsumentach oraz na produktach. Przeprowadzenie segmentacji rynku metodami analitycznymi, w tym metodą bezwzględnych różnic przeciętnych diagramu Czekanowskiego. (4 h)
3. Analiza pojemności rynku z uwzględnieniem określonych grup konsumentów oraz sum pojemności cząstkowych. (2 h)
4. Analiza udziału przedsiębiorstwa w rynku dla pojedynczego rynku i produktu w czasie. Metoda podstawień łańcuchowych. Analiza efektu zmiany ceny, udziału oraz popytu. (3 h)
5. Analiza chłonności rynku oraz udziałów rynkowych.
(3h)
6. Metody ustalania ceny, analiza punktu krytycznego, metoda marży cenowej
7. Analiza progu rentowności, elastyczność cenowa i mieszana popytu. (3 h)
8. Przykłady badania zachowań konsumentów. Wskaźnik satysfakcji konsumenta. (4 h)
9. Mapa grup strategicznych. (2 h)
10. Ocena słabych i mocnych stron przedsięwzięcia. (2 h)

**Metody oceny:**

B. Ćwiczenia:
1. Ocena formatywna: ocena udziału i aktywności w trakcie zajęć, ocena poprawności wykonania ćwiczeń, ocena projektu końcowego zawierający rozwiązania opracowane na przykładzie polskiego przedsiębiorstwa analizowany na ćwiczeniach.
Elementy ćwiczeń są dyskutowane na każdych ćwiczeniach.
- oceniana jest wartość merytoryczna ćwiczeń, ich poprawność metodyczna i kreatywność w odpowiedzi na temat oraz sposób uzasadnienia, terminowość wykonania prac, redakcja prac ćwiczeniowych oraz wynik rozmowy zaliczeniowej członków zespołu z prowadzącym; ocena ćwi-czeń w zakresie 0-5 pkt na osobę;
- projekt końcowy wykonywany przez zespół, projekt oceniany jest w zakresie 0-35 pkt na osobę.
2. Ocena sumatywna: suma punktów uzyskanych za wykonane ćwicze-nia oraz ocena za projekt końcowy. Do zaliczenia wymagane jest oddanie projektu z wszystkimi ćwiczeniami (analizami) oraz student zebrał ponad 50% możliwych punków, co daje ocenę >=3.
Przedmiot uznaje się za zaliczony, jeśli ocena z ćwiczeń jest >=3.

**Egzamin:**

nie

**Literatura:**

Obowiązkowa:
1. Rosa G., Smalec A., Sondej T., 2010, Analiza i funkcjonowanie rynku. Ćwiczenia i zadania. Szczecin: Wydawnictwo Uniwersytetu Szczecińskiego.
2. Mruka H., 2003, Analiza rynku. Warszawa: PWE.
Uzupełniająca:
1. Stankiewicz M.J., 2002, Konkurencyjność przedsiębiorstwa. Budo-wanie konkurencyjności przedsiębiorstwa w warunkach globalizacji. Toruń: Dom Organizatora.
2. Thomas R.J., 2001, Prawdziwe historie nowych produktów, Warszawa: Prószyński i S-ka.

**Witryna www przedmiotu:**

www.olaf.wz.pw.edu.pl

**Uwagi:**

-

## Efekty przedmiotowe

### Profil ogólnoakademicki - wiedza

**Efekt Z2\_W01:**

w pogłębionym stopniu teorie naukowe właściwe dla nauk o zarządzaniu oraz kierunki ich rozwoju, a także zaawansowaną metodologię badań ze szczególnym uwzględnieniem uwarunkowań zarządzania projektami

Weryfikacja:

Odpowiedź ustna w trakcie wykonywanych ćwiczeń

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

**Efekt Z2\_W09:**

główne trendy rozwojowe w zakresie nauk o zarządzaniu

Weryfikacja:

Odpowiedź ustna w trakcie wykonywanych ćwiczeń

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

### Profil ogólnoakademicki - umiejętności

**Efekt Z2\_U01:**

identyfikować, interpretować i wyjaśniać złożone zjawiska i procesy społeczne oraz relacje między nimi z wykorzystaniem wiedzy z zakresu zarządzania

Weryfikacja:

weryfikacja wykonania ćwiczeń, projekt

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

**Efekt Z2\_U04:**

identyfikować, interpretować i wyjaśniać złożone zjawiska i procesy społeczne oraz relacje między nimi z wykorzystaniem wiedzy z zakresu prawnych uwarunkowań funkcjonowania przedsiębiorstw i organizacji

Weryfikacja:

weryfikacja wykonania ćwiczeń, projekt

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

### Profil ogólnoakademicki - kompetencje społeczne

**Efekt Z2\_K03:**

student jest gotów do wypełniania zobowiązań wobec organizacji oraz inspirowania i organizowania działalności na rzecz organizacji

Weryfikacja:

ocena współpracy na zajęciach i sposobu realizacji zadania zespołowego

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

**Efekt Z2\_K05:**

myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy

Weryfikacja:

ocena współpracy na zajęciach i sposobu realizacji zadania zespołowego

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**