

Przedmiot:

Badania marketingowe

- zasady współpracy

Cele kursu

Zdobycie wiedzy i umiejętności:

- Swobodne posługiwanie się aparatem pojęciowym z zakresu badań marketingowych.
- Znajomość potrzeb informacyjnych przedsiębiorstw.
- Podstawowa znajomość metodologii badań marketingowych.
- Umiejętność prowadzenia studiów źródeł wtórnych, przygotowania scenariusza badań jakościowych (IDI), kwestionariusza do badań ilościowych (CAWI), przeprowadzenia badań oraz opracowania raportu z badań marketingowych.

Program

1. BADANIA MARKETINGOWE - WPROWADZENIE
2. SIM I RODZAJE BADAŃ MARKETINGOWYCH
3. BADANIA JAKOŚCIOWE I PROJEKTOWANIE SCENARIUSZA IDI
4. BADANIA FOCUS GROUP
5. BADANIA ILOŚCIOWE
6. PROJEKTOWANIE KWESTIONARIUSZA CAWI
7. BADANIA PRODUKTÓW
8. BADANIA CEN
9. BADANIA DYSTRYBUCJI
10. BADANIA KOMUNIKACJI MARKETINGOWEJ
11. RAPORT Z BADAŃ MARKETINGOWYCH
12. BADANIA MARKETINGOWE W NAUCE
13. KOLOKWIUM - TEST
- 14-15. PREZENTACJE WYNIKÓW BADAŃ MARKETINGOWYCH

Literatura podstawowa

(1) *Badania marketingowe. Teoria i praktyka.* Red. naukowa K. Mazurek - Łopacińska, PWN, Warszawa 2011.

(2) *Start i rozwój przedsiębiorstw. Jak rozpocząć własną działalność gospodarczą i osiągnąć sukces?* Red.: M. Szczepaniec, P. Kulawczuk, M. Sierpińska, 2024.

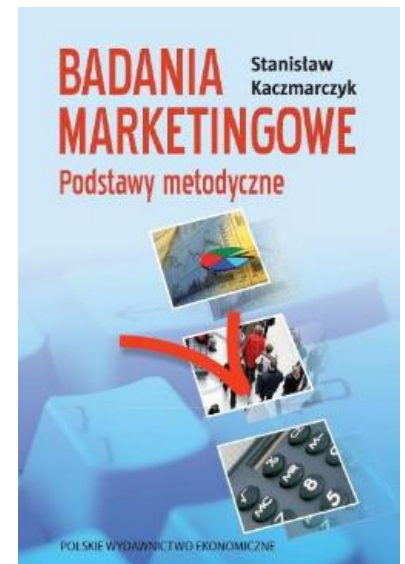
(3) Materiały wykładowe.



Literatura uzupełniająca

(1) S. Kaczmarczyk, *Badania marketingowe. Podstawy metodyczne*, PWE, Warszawa 2011.

(2) G.A. Churchill, *Badania marketingowe. Podstawy metodologiczne*, PWN Warszawa 2002



Materiały do pobrania – slajdy z wykładów



Strefa edukacyjna

O NAS ARTYKUŁY STREFA EDUKACYJNA

ARTYKUŁY 8 października 2017 - by koniunktura

Jak uzdrowić finanse publiczne?

Artykuły

- 01 | Jak uzdrowić finanse publiczne?
- 02 | Ekonomia solidarności

Przydatne linki

GUS

NBP

OECD

EUROSTAT

Materiały do pobrania - e-book na stronie Wyd. UG



Start i rozwój biznesu. Jak rozpocząć własną działalność gospodarczą i osiągnąć sukces? Red. Szczepaniec M., Kulawczuk P., Sierpińska M., 2023.

<https://wydawnictwo.ug.edu.pl/produkt/start-i-rozwoj-przedsiębiorstw-jak-rozpozacz-wlasna-dzialalnosc-gospodarcza-i-osiagnac-sukces/>

Warunki zaliczenia przedmiotu

Wykłady:

Test zaliczeniowy: 25 pytań (waga 50%)

Projekt grupowy pt.: *Raport z badań marketingowych** (waga 50%)

Ćwiczenia:

Scenariusz wywiadu pogłębionego (waga 25%)

Kwestionariusz do badań ilościowych (waga 25%)

Projekt grupowy pt.: *Raport z badań marketingowych** (waga 50%)

** dla firmy z branży chemicznej, farmaceutycznej lub biotechnologii*

*Raport z badań marketingowych rynku X**

Przykładowe rynki:

Rynek preparatów przeciwbólowych
Rynek preparatów przeciw przeziębieniu
Rynek preparatów witaminowych
Rynek preparatów na gardło /lub na kaszel/
Rynek suplementów diety

Rynek past do zębów
Rynek mydła
Rynek środków do pielęgnacji i stylizacji włosów
Rynek kremów do twarzy
Rynek perfum / wód toaletowych
Rynek dezodorantów

Rynek płynów do mycia naczyń /lub tabletek do zmywarek/
Rynek środków do czyszczenia kuchni
Rynek środków do czyszczenia łazienki
Rynek środków do czyszczenia podłóg

Rynek olejów silnikowych
Rynek płynów do spryskiwaczy
Rynek akumulatorów

Rynek nawozów sztucznych

Oceny

| % punktów | Ocena |
|------------------|--------------|
| 91 – 100 | 5,0 |
| 81 – 90 | 4,5 |
| 71 – 80 | 4,0 |
| 61 – 70 | 3,5 |
| 51 – 60 | 3,0 |