Uniwersytet Gdański

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Analiza rynku turystycznego, PG_00183877						
Kierunek studiów	Krajoznawstwo i turystyka historyczna (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2026 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu	2027/2028			
Poziom kształcenia	II stopnia		Grupa zajęć	Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów			
Forma studiów	stacjonarne		Sposób realizacji	na uczelni			
Rok studiów	2		Język wykładowy	polski			
Semestr studiów	4		Liczba punktów ECTS	2.0			
Profil kształcenia	ogólnoakademicki		Forma zaliczenia	zaliczenie			
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Zarządzania -> Katedra Statystyki						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot	dr Anna Gierusz-Matkowska					
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	15.0	0.0	0.0	0.0	0.0	15
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów		Udział w konsultacjach	Praca własna studenta		RAZEM
	Liczba godzin pracy studenta	15		2.0	33.0		50
Cel przedmiotu	Student powinien zrozumieć istotę i znaczenie badań rynkowych. Powinien umieć zorganizować badanie rynkowe i poprawnie stosować analizy rynkowe do rozwiązywania prostych problemów. Powinien posiadać umiejętność objaśniania celowości stosowania poszczególnych metod oraz interpretacji otrzymanych wyników w odniesieniu do zjawisk rynkowych.						

Efekty uczenia się przedmiotu

Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
[KiTHMU2_U05] Stosuje poprawnie w mowie i w piśmie terminologię fachową właściwą w dyscyplinach historia oraz nauki o zarządzaniu i jakości	Student interpretuje wyniki analizy różnych aspektów rynku	[SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny
[KiTHMU2_K09] Jest zdolny do okazywania zrozumienia dla świata wartości i postaw ludzi w różnych okresach i kontekstach historycznych, geograficznych, społecznych i gospodarczych	Student dyskutuje na temat różnych aspektów badania rynku w grupie	[SK3] opracowanie tekstowe/ praca pisemna
[KiTHMU2_W09] Zna i rozumie w pogłębionym zakresie wybrane zagadnienia związane z funkcjonowaniem rynku turystycznego oraz różnymi formami przedsiębiorczości w turystyce	Student rozróżnia metody doboru próby oraz dobiera odpowiednie metody analizy rynku do danego problemu	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny
[KiTHMU2_K05] Potrafi myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy	Student ocenia zasadność wykorzystania różnych metod badań rynkowych do podejmowania decyzji biznesowych	[SK4] test/egzamin - ustny lub pisemny
[KiTHMU2_U07] Potrafi dobrać metody i sposoby prezentacji posiadanej wiedzy efektywnie komunikując się ze zróżnicowanymi grupami odbiorców w języku polskim i obcym	Student uzasadnia wybór metody analizy rynku dla danego problemu	[SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny

Treści przedmiotu

Zagadnienia wstępne: pojęcie rynku, rynek w ujęciu technicznym, geograficznym i ekonomicznym. Istota i pojęcie badań rynkowych i marketingowych. Klasyfikacja badań i ich funcje. Obszary badań rynkowych. Użytkownicy wyników badań rynkowych. Źródła pozyskiwania informacji i danych do badań rynkowych.

Organizacja badań rynkowych. Etapy badań: 1/ projektowanie badania - postawienie problemu badawczego, analiza sytuacji, określenie zadania badawczego, postawienie hipotez; 2/ gromadzenie danych - analiza danych wtórnych, określenie metod zbierania danych pierwotnych; metody doboru próby do badań rynkowych i marketingowych. Nieprobabilistyczne techniki wyboru próby. Losowy wybór próby - podstawowe plany próbkowe uzyskiwania prób reprezentatywnych. Czynniki wpływajace na jakość badań rynkowych i marketingowych. 3/ opracowanie wyników badań - redukcja danych, analiza i interpretacja danych, prezentacja i ocena wyników.

Charakterystyka podstawowych typów analiz rynkowych. Pojęcie pojemności i chłonności rynku. Przestrzenne aspekty analiz rynkowych.
Zagadnienia koncentracji i lokalizacji przestrzennej. Pojęcie i mierniki koncentracji i lokalizacji.
Analiza zasięgu i potencjału rynkowego. Rozwój modeli grawitacji w badaniach rynkowych, problem odległości i masy w modelowaniu procesów rynkowych, prawo grawitacji handlu detalicznego Reillygo, zasięg rynków konkurujących ośrodków. Zastosowanie wielowymiarowej analizy danych w badaniach rynkowych.

Wymagania wstępne i dodatkowe

Brak

Sposoby i kryteria oceniania osiąganych efektów uczenia się

Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
dziennik uczenia się	51.0%	30.0%
zaliczenie pisemne z pytaniami otwartymi i testowymi	51.0%	70.0%

Zalecana lista lektur

Podstawowa lista lektur

A. Balicki, Analiza rynku, Wyd. WSZ, Gdańsk 2002

S. Mynarski, Badania rynkowe w przedsiębiorstwie, Wyd. AE, Kraków, 2001

	Uzupełniająca lista lektur	H. Mruk, Analiza rynku, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa, 2003. M. Szreder, Metody i techniki sondażowych badań opinii, PWE, Warszawa, 2004, K. Mazurek-Łopacińska, Badania marketingowe; Teoria i praktyka, PWN, Warszawa, 2005, K. Mazurek-Łopacińska, Badania marketingowe, podstawowe metody i obszary zastosowań, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu, Wrocław, 1997 G.A. Churchill, Badania marketingowe. Podstawy metodologiczne, PWN, Warszawa 2002 E. Duliniec, Badania marketingowe w zarządzaniu przedsiębiorstwem, PWN, Warszawa 2002 J. Kowal, Metody statystyczne w badaniach sondażowych rynku, PWN, 1998, S. Mynarski, Praktyczne metody analizy danych rynkowych i marketingowych, Kantor Wydawniczy Zakamycze 2000 M. Rószkiewicz, Metody ilościowe w badaniach marketingowych, PWN, Warszawa, 2002, J. Pociecha, Metody statystyczne w badaniach marketingowych, PWN, Warszawa, 1996 M. Walesiak, Metody analizy danych marketingowych, PWN, Warszawa, 1996 Z. Kędzior, K. Karcz, Badania marketingowe w praktyce, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa, 1996, J. Martyniuk-Pęczek, O. Martyniuk, A. Gierusz, Determinants of SME location in a suburban area: Evidence from the Gdańsk-Gdynia-Sopot metropolitan area, DOI:10.5379/urbani-izziv-en-2017-28-01-004 Raporty: Polskiego Towarzystwa Badaczy Rynku i Opinii: https://www.ptbrio.pl/ Roczniki Statystyczne: Budżety gospodarstw domowych: https://stat.gov.pl/
	Adresy eZasobów	
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania		
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.