



DALYKO (MODULIO) APRAŠAS

Dalyko (modulio) pavadinimas	Kodas
Statistinė tyrimo duomenų analizė	

Dėstytojas (-ai)	Padalinys (-iai)
Koordinuojantis: Prof. Dr. Vytautas Dikčius Kitas (-i):	Ekonomikos fakultetas

Studijų pakopa	Dalyko (modulio) tipas
Antroji	Privalomas

Igyvendinimo forma	Vykdyimo laikotarpis	Vykdyimo kalba (-os)
Auditorinė	Rudens semestras	Lietuvių kalba

Reikalavimai studijuojančiajam
Išankstiniai reikalavimai: Marketingas, Statistika

Dalyko (modulio) apimtis kreditais	Visas studento darbo krūvis	Kontaktinio darbo valandos	Savarankiško darbo valandos
5	130	48	82

Dalyko (modulio) tikslas: studijų programos ugdomos kompetencijos		
Dalyko (modulio) studijų siekiniai	Studijų metodai	Vertinimo metodai
Studentai išmanys tyrimo duomenų įtakojančius veiksnius.	Probleminis dėstymas, savankiškos studijos	Testas raštu
Studentai žinos duotimų tipus ir gebės parinkti tinkamas statistikos technikas jiems analizuoti.		
Studentai gebės tinkamai paruošti tyrimo duomenis analizei	Paskaitos (probleminis dėstymas), savarankiškas medžiagos studijavimas, laboratoriniai naudojant SPSS programą, atvejo analizė, individualios užduotys	Testas raštu, individualus tyrimo projektas, grupinis tyrimo projektas
Studentai supras statistikos technikas rezultatų skirtumams įvertinti ir gebės jas taikyti savarankiškai analizuojant duomenis.		
Studentai supras statistikos technikas ryšiams tarp kintamųjų įvertinti ir gebės jas taikyti savarankiškai analizuojant duomenis.		
Studentai supras statistikos technikas kintamųjų jungimui į faktorius ir gebės jas taikyti savarankiškai analizuojant duomenis.		
Studentai supras statistikos technikas duomenų jungimui į klasterius ir gebės jas taikyti savarankiškai analizuojant duomenis.		
Studentai gebės taikyti statistikos žinias savarankiškose tyrimuose.		

Temos	Kontaktinio darbo valandos						Savarankiškų studijų laikas ir užduotys		
	Paskaitos	Konsultacijos	Seminarai	Pratybos	Laboratoriniai darbai	Praktika	Visas kontaktinis darbas	Savarankiškas darbas	Užduotys
1. Duomenų vertinimo skalės, jų skirtumai. Imties dydžio įtaka rezultatų tikslumui.	1			1			2	5	Literatūros studijavimas
2. Duomenų kodavimas, tikrinimas ir paruošimas analizei.	1			3			4	8	Literatūros studijavimas
3. Statistinių testų klasifikavimas ir tinkamo kriterijaus pasirinkimas.	1			2			3	5	Literatūros studijavimas
4. Statistinių testų naudojimas siekiant įvertinti skirtumus tarp atsakymų turint vieną imtį.	1			3			4	5	Literatūros studijavimas.
5. Statistinių testų naudojimas, siekiant įvertinti skirtumus tarp atsakymų turint dvi imtis.	1			4			5	8	Literatūros studijavimas, praktinė užduotis
6. Statistinių testų naudojimas, siekiant įvertinti skirtumus tarp atsakymų turint daugiau nei dvi imtis	1			4			5	8	Literatūros studijavimas, praktinė užduotis
7. Dispersinės analizės naudojimas, siekiant įvertinti įvairių marketingo veikslių poveikio skirtumus.	1			4			5	8	Literatūros studijavimas, praktinė užduotis
8. Regresinė analizė ir jos naudojimas.	1			6			7	9	Literatūros studijavimas, praktinė užduotis
9. Faktorinė analizė ir jos panaudojimas kintamųjų grupavimui į faktorius.	1			5			6	8	Literatūros studijavimas, praktinė užduotis
10. Rinkos segmentavimas naudojant dalinę, hierarchinę klasterinę analizę bei klasifikavimo medžius.	1			1			3	8	Literatūros studijavimas.
11. Daugiaparametrinis vertinimas (multidimensional scaling) ir jo panaudojimas įvaizdžio vertinimui.	1			1			2	5	Literatūros studijavimas.
12. Conjoint analizė ir jos panaudojimas prekės savybių vystymui.	1			1			2	5	Literatūros studijavimas.
Iš viso	12			36			48	82	

Vertinimo strategija	Svoris proc.	Atsiskaitymo laikas	Vertinimo kriterijai
Testas raštu	50	Sesijos metu	50 uždarų klausimų, kurių kiekvieno vertė – 1 taškas
1 praktinė užduotis „Skirtumų skaičiavimas“	20	Sesijos metu	20 taškų
2 praktinė užduotis „Ryšių vertinimas“	30	Sesijos metu	30 taškų
Egzaminas			Galutinis pažymys sudaromas sumuojant testo ir praktinių užduočių vertinimo taškus. 92-100 taškai - puikiai, 10 85-94 taškai - labai gerai, 9 75-84 taškai - gerai, 8 65-74 taškai - vidutiniškai, 7 55-64 taškai - patenkinamai, 6 46-54 taškai - silpnai, 5 mažiau, nei 46 taškai - nepatenkinamai, netenkinami minimalūs reikalavimai, 4, 3, 2, 1.

Autorius	Leidimo metai	Pavadinimas	Periodinio leidinio Nr. ar leidinio tomas	Leidimo vieta ir leidykla ar internetinė nuoroda
Privalomoji literatūra				
Janssens, Wijen, De Pelsmacker, Van Kenhove.	2008	Marketing research with SPSS.		Prentice Hall
Field A.	2009	Discovering Statistics Using SPSS.	3rd ed.	Sage Publications
Malhorta N.K.	2010	Marketing research.	6th ed	Pearson Education Ltd.
Papildoma literatūra				
Hair J. F., Black B., Babin B., Anderson R. E., Tatham R. L.	2005	Multivariate Data Analysis.		Pearson Education,
Pukėnas K.	2005	Sportinių tyrimų duomenų analizė SPSS programa.		Lietuvos kūno kultūros akademija