

# Geomarketing

semestr: 2

2 punkty ECTS

liczba godzin wykł.: 0

ćw.: 18

Katedra Gospodarki Przestrzennej i  
Architektury Krajobrazu

Ćwiczenia: Wielokryterialny charakter badań geomarketingowych; kryteria i narzędzia oceny lokalizacji; identyfikowanie potencjalnych konfliktów przestrzennych, mocnych i słabych stron lokalizacji i obszarów Wyznaczanie stref zasięgu i dostępności obiektów w przestrzeni - routing. Przestrzenna analiza konkurencji z wykorzystaniem VGI (Volunteer Geographic Information). Ocena potencjału otoczenia obiektów- sprzężenia zwrotne występujące w przestrzeni. Modelowanie potencjalnych lokalizacji obiektów