



UNIWERSYTET
IM. ADAMA MICKIEWICZA
W POZNANIU

Analizy i badania w komunikacji marketingowej

Sylabus zajęć

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Dziennikarstwo i komunikacja społeczna		Cykl dydaktyczny 2024/25	
Specjalność Zarządzanie komunikacją w biznesie		Kod zajęć 14DKSZKBN.21S.13492.24	
Jednostka organizacyjna Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa		Języki wykładowe polski	
Poziom studiów studia drugiego stopnia		Obligatoryjność Obowiązkowy specjalnościowy	
Forma studiów studia niestacjonarne		Blok zajęciowy Przedmioty specjalnościowe	
Profil studiów profil praktyczny			
Koordynator zajęć	Aleksandra Kaniewska-Sęba		
Prowadzący zajęcia	Aleksandra Kaniewska-Sęba		
Okres Rok 1	Forma zajęć / liczba godzin / forma zaliczenia • Ćwiczenia: 20, Egzamin		Liczba punktów ECTS 4

Cele kształcenia dla zajęć

Kod	Cel
C1	zapoznanie studentów z najnowszą wiedzą na temat badań i analiz marketingowych w komunikacji marketingowej
C2	ukazanie roli badań i analiz przy planowaniu i ocenianiu działań z zakresu komunikacji marketingowej
C3	przygotowanie studentów do podejmowania decyzji w zakresie badań i analiz w komunikacji marketingowej
C4	przygotowanie studentów do współpracy z agencjami badań rynku

Efekty uczenia się dla zajęć

Kod	Efekty uczenia się dla zajęć w zakresie	Efekty uczenia się dla kierunku	Metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się dla zajęć
Wiedzy - Student/ka:			
W1	zna specyfikę procesu badań marketingowych w komunikacji marketingowej	DKS_K2_W01, DKS_K2_W02, DKS_K2_W03	Test, Rozwiązywanie case studies podczas zajęć (praca w grupach)
W2	ma wiedzę o metodach wykorzystywanych w badaniach marki i komunikacji marketingowej	DKS_K2_W01, DKS_K2_W02, DKS_K2_W03, DKS_K2_W08	Test, Rozwiązywanie case studies podczas zajęć (praca w grupach)
W3	ma wiedzę o wskaźnikach marketingowych przydatnych w planowaniu i ocenie narzędzi komunikacji marketingowej	DKS_K2_W01, DKS_K2_W02, DKS_K2_W03, DKS_K2_W08	Test, Rozwiązywanie case studies podczas zajęć (praca w grupach)
Umiejętności - Student/ka:			
U1	potrafi samodzielnie lub we współpracy z agencją badawczą zaprojektować i przeprowadzić badania z zakresu komunikacji marketingowej	DKS_K2_U01, DKS_K2_U03, DKS_K2_U05, DKS_K2_U11	Test, Rozwiązywanie case studies podczas zajęć (praca w grupach)
U2	umie dobrać i wykorzystać odpowiednie wskaźniki marketingowe do oceny działań z zakresu komunikacji marketingowej	DKS_K2_U01, DKS_K2_U03, DKS_K2_U05, DKS_K2_U11	Test, Rozwiązywanie case studies podczas zajęć (praca w grupach)
Kompetencji społecznych - Student/ka:			
K1	jest chętny do samodzielnego i zespołowego rozwiązywania problemów z zakresu badań i analiz komunikacji marketingowej	DKS_K2_K01, DKS_K2_K02, DKS_K2_K03, DKS_K2_K06	Test, Rozwiązywanie case studies podczas zajęć (praca w grupach)
K2	rozumie znaczenie postępowania zgodnego z zasadami etyki	DKS_K2_K02, DKS_K2_K05	Rozwiązywanie case studies podczas zajęć (praca w grupach)

Treści programowe dla zajęć

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
1.	Proces badań marketingowych w odniesieniu do komunikacji marketingowej - od definiowania problemu badawczego po realizację badania i analizę jego wyników	W1, W2, W3, U1, U2, K1, K2	Ćwiczenia
2.	Współpraca z agencją badań rynku	W1, W2, U1, K1, K2	Ćwiczenia
3.	Badanie wizerunku marki z wykorzystaniem zogniskowanych wywiadów grupowych i technik projekcyjnych	W1, W2, U1, K1, K2	Ćwiczenia
4.	Badanie wizerunku marki na podstawie mapy percepcji	W1, W2, U1, K1, K2	Ćwiczenia

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
5.	Pomiar satysfakcji, lojalności i skłonności do rekomendacji marki	W1, W3, U1, U2, K1, K2	Ćwiczenia
6.	Testowanie narzędzi komunikacji marketingowej - badania typu low involvement i neuromarketingowe	W1, W2, U1, K1, K2	Ćwiczenia
7.	Testowanie narzędzi komunikacji marketingowej z wykorzystaniem eksperymentów (testy A/B)	W1, W2, U1, K1, K2	Ćwiczenia
8.	Ocena skuteczności i efektywności komunikacji marketingowej - dobór metod badawczych i wskaźników marketingowych	W1, W2, W3, U1, U2, K1, K2	Ćwiczenia

Informacje dodatkowe

Forma zajęć	Metody i formy prowadzenia zajęć
Ćwiczenia	Wykład z prezentacją multimedialną wybranych zagadnień, Wykład konwersatoryjny, Metoda analizy przypadków, Rozwiązywanie zadań praktycznych

Forma zajęć	Warunki zaliczenia zajęć
Ćwiczenia	bardzo dobry (bdb; 5,0): wiedza, bardzo dobrze opanowane umiejętności oraz wykształcone kompetencje personalne i społeczne dobry plus (+db; 4,5): pogłębiona wiedza, dobrze wyuczone umiejętności oraz wykształcone kompetencje personalne i społeczne dobry (db; 4,0): dobra wiedza, dobrze wyuczone umiejętności oraz wykształcone kompetencje personalne i społeczne dostateczny plus (+dst; 3,5): zadawalająca wiedza, wyuczone umiejętności oraz kompetencje personalne i społeczne dostateczny (dst; 3,0): podstawowa wiedza, opanowane najważniejsze umiejętności oraz wykształcone podstawowe kompetencje personalne i społeczne niedostateczny (ndst; 2,0): niezadawalająca wiedza, nieopanowane umiejętności oraz niewykształcone kompetencje personalne i społeczne

Literatura

Obowiązkowa

1. Kaczmarczyk S., Badania marketingowe. Podstawy metodyczne, PWE, 2014
2. Maison D., Jakościowe metody badań marketingowych, Wyd. Naukowe PWN, 2010
3. Wskaźniki marketingowe, pod red. R. Kozielskiego, Wyd. Nieoczywiste, 2022

Dodatkowa

1. Kaczmarek M., Olejnik I., Springer A., Badania jakościowe. Metody i zastosowania, CeDeWu, 2013
2. Kaniewska-Sęba A., Leszczyński G., Pomiar marketingu i sprzedaży business-to-business, Wyd. Nieoczywiste, 2018

Nakład pracy studenta i punkty ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
Ćwiczenia	20

Czytanie wskazanej literatury	35
Przygotowanie do egzaminu	35
wykonywanie zadań na platformie e-learningowej	30
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 120
Liczba punktów ECTS	ECTS 4

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Efekty uczenia się dla kierunku

Kod	Treść
DKS_K2_K01	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do poszerzania i aktualizowania oraz krytycznej oceny posiadanej wiedzy
DKS_K2_K02	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, z uwzględnieniem zmieniających się potrzeb społecznych, oraz zachowywania się w sposób profesjonalny i etyczny w pracy zawodowej oraz działalności publicznej
DKS_K2_K03	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych w naukach o komunikowaniu i mediach oraz zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu
DKS_K2_K05	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do rozwijania dorobku zawodu i podtrzymywania etosu zawodu dziennikarza i specjalisty ds. komunikowania
DKS_K2_K06	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do wykazywania się w pracy zawodowej i aktywności publicznej przedsiębiorczością i innowacyjnością
DKS_K2_U01	Absolwent/ka potrafi właściwie dobierać źródła i informacje z nich pochodzące, dokonywać oceny, krytycznej analizy, syntezy, twórczej interpretacji i prezentacji tych informacji w celu formułowania i rozwiązywania złożonych i nietypowych problemów w zakresie komunikacji społecznej i mediów
DKS_K2_U03	Absolwent/ka potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę do przystosowania istniejących lub opracowania nowych metod i narzędzi służących do rozwiązywania problemów w zakresie komunikacji społecznej
DKS_K2_U05	Absolwent/ka potrafi formułować i testować hipotezy związane z prostymi problemami wdrożeniowymi charakterystyczne dla dziennikarstwa i komunikacji społecznej
DKS_K2_U11	Absolwent/ka potrafi prowadzić badania społeczne niezbędnych do opracowania diagnoz potrzeb odbiorców mediów i działań promocyjno-reklamowych
DKS_K2_W01	Absolwent/ka zna i rozumie w pogłębionym stopniu fakty, obiekty i zjawiska stanowiące zaawansowaną wiedzę ogólną z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach
DKS_K2_W02	Absolwent/ka zna i rozumie w pogłębionym stopniu metody i narzędzia opisu, w tym techniki pozyskiwania i analizy danych oraz teorie dotyczące mediów i komunikacji społecznej, wyjaśniające złożone zależności między elementami systemu medialnego
DKS_K2_W03	Absolwent/ka zna i rozumie wybrane zagadnienia z zakresu zaawansowanej wiedzy szczegółowej, właściwe dla kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna oraz zastosowania praktyczne tej wiedzy w działalności zawodowej dziennikarzy i specjalistów od komunikacji społecznej
DKS_K2_W08	Absolwent/ka zna i rozumie w sposób pogłębiony wybrane metody i narzędzia opisu, w tym techniki pozyskiwania danych oraz modelowania systemu komunikowania społecznego i procesów w nim zachodzących, a także identyfikowania rządzących nim prawidłowości