

Badania marketingowe

Sylabus zajęć

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Zarządzanie i prawo w biznesie Specjalność - Jednostka organizacyjna Wydział Prawa i Administracji Poziom studiów studia pierwszego stopnia Forma studiów studia niestacjonarne Profil studiów profil praktyczny		Cykl dydaktyczny 2023/24 Kod zajęć 10ZPBN.110K.04962.23 Języki wykładowe polski Obligatoryjność Obowiązkowy Blok zajęciowy Przedmioty kierunkowe
Koordynator zajęć	Jarosław Grykiel, Szymon Piotrowski	
Prowadzący zajęcia	Jarosław Grykiel, Szymon Piotrowski	
Okres Semestr 5	Forma zajęć / liczba godzin / forma zaliczenia • Konwersatorium: 15, Egzamin	Liczba punktów ECTS 2

Cele kształcenia dla zajęć

Kod	Cel
C1	Prezentowanie metodologii badań marketingowych - ich etapów, rodzajów, wartości poznawczej i komercyjnej.

Wymagania wstępne

Wiedza z zakresu statystyki opisowej i marketingu na poziomie licencjatu.
Brak szczególnych wymagań w zakresie umiejętności i kompetencji społecznych.

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	posiada wiedzę na temat istoty, wartości i ograniczeń różnych rodzajów badań marketingowych,	ZPB_K1_W01, ZPB_K1_W02, ZPB_K1_W06, ZPB_K1_W07, ZPB_K1_W08, ZPB_K1_W09	Egzamin pisemny, Egzamin ustny
W2	zna czynności podejmowane i problemy do rozstrzygnięcia w poszczególnych etapach badania,	ZPB_K1_W01, ZPB_K1_W02, ZPB_K1_W06, ZPB_K1_W07, ZPB_K1_W08, ZPB_K1_W09	Egzamin pisemny, Egzamin ustny, Projekt, Prezentacja multimedialna
W3	zyskuje wiedzę, że ograniczenie ryzyka w decyzjach biznesowych zależy od metody prowadzonych badań i ich rzetelności,	ZPB_K1_W01, ZPB_K1_W02, ZPB_K1_W06, ZPB_K1_W07, ZPB_K1_W08, ZPB_K1_W09	Egzamin pisemny, Egzamin ustny
W4	posiada wiedzę na temat istoty, wartości i ograniczeń różnych rodzajów badań marketingowych.	ZPB_K1_W01, ZPB_K1_W02, ZPB_K1_W06, ZPB_K1_W07, ZPB_K1_W08, ZPB_K1_W09	Egzamin pisemny, Egzamin ustny
Umiejętności - Student/ka:			
U1	umie przełożyć wiedzę teoretyczną na praktyczny grunt badawczy przy realizacji konkretnych celów badawczych,	ZPB_K1_U01, ZPB_K1_U02, ZPB_K1_U03, ZPB_K1_U04, ZPB_K1_U07, ZPB_K1_U08	Egzamin pisemny, Egzamin ustny, Projekt, Prezentacja multimedialna
U2	umie sporządzić koncepcję badania marketingowego z uwzględnieniem wszystkich jego etapów,	ZPB_K1_U01, ZPB_K1_U02, ZPB_K1_U03, ZPB_K1_U04, ZPB_K1_U07, ZPB_K1_U08	Egzamin pisemny, Egzamin ustny, Projekt, Prezentacja multimedialna
Kompetencji społecznych - Student/ka:			
K1	umie przełożyć wiedzę teoretyczną na praktyczny grunt badawczy przy realizacji konkretnych celów badawczych,	ZPB_K1_K02, ZPB_K1_K03, ZPB_K1_K04, ZPB_K1_K05	Egzamin pisemny, Egzamin ustny, Projekt, Prezentacja multimedialna
K2	umie sporządzić koncepcję badania marketingowego z uwzględnieniem wszystkich jego etapów,	ZPB_K1_K02, ZPB_K1_K03, ZPB_K1_K04, ZPB_K1_K05	Egzamin pisemny, Egzamin ustny, Projekt, Prezentacja multimedialna

Treści programowe dla zajęć

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
1.	Badania marketingowe - zagadnienia wstępne.	W1, W3	Konwersatorium
2.	Proces badawczy - etapy.	W2	Konwersatorium
3.	Etyczne aspekty badań marketingowych.	W1	Konwersatorium
4.	Dane wtórne - rodzaje i źródła.	W1, W2, W3, U1, U2, K1, K2	Konwersatorium
5.	Dane pierwotne - rodzaje i metody ich pozyskiwania.	W1, W2, W3, U1, U2, K1, K2	Konwersatorium
6.	Problematyka doboru próby i jej liczebności (próby reprezentacyjne i niereprezentacyjne).	W1, W2, W3, U1, U2, K1, K2	Konwersatorium
7.	Pomiar i instrumenty pomiarowe.	W1, W2, W3, U1, U2, K1, K2	Konwersatorium
8.	Zasady budowy kwestionariusza jako narzędzia badawczego.	W1, W2, W3, U1, U2, K1, K2	Konwersatorium
9.	Analiza i interpretacja danych oraz zasady sporządzania raportu z badań.	W1, W2, W3, W4, U1, U2, K1, K2	Konwersatorium

Informacje dodatkowe

Forma zajęć	Metody i formy prowadzenia zajęć
Konwersatorium	Dyskusja, Rozwiązywanie zadań (np.: obliczeniowych, artystycznych, praktycznych), Metoda ćwiczeniowa, Metoda projektu

Forma zajęć	Warunki zaliczenia zajęć
Konwersatorium	bardzo dobry (bdb; 5,0): a) bardzo dobra znajomość problematyki badań marketingowych; b) bardzo dobre formułowanie poglądów i ich racjonalne uzasadnianie. dobry plus (+db; 4,5): a) bardzo dobra znajomość problematyki badań marketingowych; b) dobre formułowanie poglądów i ich racjonalne uzasadnianie. dobry (db; 4,0): a) dobra znajomość problematyki badań marketingowych; b) dobre formułowanie poglądów i ich racjonalne uzasadnianie. dostateczny plus (+dst; 3,5): a) dobra znajomość problematyki badań marketingowych; b) poprawne formułowanie poglądów i ich racjonalne uzasadnianie. dostateczny (dst; 3,0): a) dostateczna znajomość problematyki badań marketingowych; b) poprawne formułowanie poglądów i ich racjonalne uzasadnianie. niedostateczny (ndst; 2,0): a) niedostateczna znajomość problematyki badań marketingowych; b) brak umiejętności formułowania poglądów i ich racjonalnego uzasadniania.

Literatura

Obowiązkowa

1. S. Kaczmarczyk, Badania marketingowe. Podstawy metodyczne, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2011.
2. G.A. Churchill, Badania marketingowe. Podstawy metodologiczne, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2002.
3. S. Kaczmarczyk, Zastosowanie badań marketingowych. Zarządzanie marketingowe i otoczenie przedsiębiorstwa. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2007
4. K. Mazurek Łopacińska, Badania marketingowe. Podstawowe metody i obszary zastosowań, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2005.
5. M. Rószkiewicz, Metody ilościowe w badaniach marketingowych, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2002.

Nakład pracy studenta i punkty ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
Konwersatorium	15
Przygotowanie pracy pisemnej	4
Przygotowanie projektu	11
Przygotowanie do egzaminu	30
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 60
Liczba punktów ECTS	ECTS 2

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Efekty uczenia się dla kierunku

Kod	Treść
ZPB_K1_K02	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do jest gotów do zastosowania posiadanych wiedzy i umiejętność we współdziałaniu z grupą, przyjmując w niej różne role
ZPB_K1_K03	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do określania priorytetów służących realizacji określonego przez siebie lub innych zadania oraz efektywnego organizowania pracy
ZPB_K1_K04	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do posługiwania się ogólną wiedzą z zakresu nauk społecznych, w tym szczególnie nauk o zarządzaniu, nauk ekonomicznych oraz nauk prawnych i ją wykorzystywać w pracy zawodowej z zachowaniem zasad etycznych
ZPB_K1_K05	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do rozwiązywania dylematów moralnych zgodnie z przyjętym społecznym systemem wartości i z uwzględnieniem doświadczeń praktycznych
ZPB_K1_U01	Absolwent/ka potrafi prawidłowo interpretować podstawowe pojęcia, ekonomiczne z zakresu nauki o zarządzaniu i nauk ekonomicznych wykładanych w ramach kierunku studiów; posługiwać się podstawową terminologią z zakresu poszczególnych dziedzin będących przedmiotem studiów
ZPB_K1_U02	Absolwent/ka potrafi w zaawansowanym stopniu wykorzystać wiedzę teoretyczną dla dokonywania prostej analizy procesów i zjawisk gospodarczych, w tym dotyczących przedsiębiorstwa, ze szczególnym uwzględnieniem procesów zarządczych
ZPB_K1_U03	Absolwent/ka potrafi wykorzystywać pozyskaną wiedzę dla wyjaśnienia przyczyn i przebiegu zmian wybranych zagadnień ekonomicznych i procesów zarządczych dotyczących dziedzin właściwych dla kierunku studiów
ZPB_K1_U04	Absolwent/ka potrafi przewidzieć przebieg procesów i zjawisk gospodarczych z wykorzystaniem standardowych metod analizy ekonomicznej i narzędzi statystycznych
ZPB_K1_U07	Absolwent/ka potrafi wykorzystać swoją wiedzę prawniczą w podejmowaniu decyzji gospodarczych pojawiających się na średnim szczeblu zarządzania w przedsiębiorstwie
ZPB_K1_U08	Absolwent/ka potrafi pracować jako specjalista lub menadżer średniego szczebla w przedsiębiorstwie, w tym aktywnie uczestniczyć w pracy grupowej; podjąć i prowadzić działalność gospodarczą; wykorzystywać zdobytą wiedzę, z uwzględnieniem umiejętności nabytych podczas praktyki zawodowej, rozstrzygać dylematy pojawiające się w pracy zawodowej
ZPB_K1_W01	Absolwent/ka zna i rozumie charakter nauk o organizacji i zarządzaniu, nauk ekonomicznych oraz nauk prawnych, ich miejsce w systemie nauk społecznych (politycznych, ekonomicznych, prawnych), a także ich powiązania z praktyką gospodarczą
ZPB_K1_W02	Absolwent/ka zna i rozumie różne rodzaje struktur i instytucji społecznych krajowych i międzynarodowych (politycznych, ekonomicznych, prawnych), w szczególności ich istotnych elementów i relacji pomiędzy nimi
ZPB_K1_W06	Absolwent/ka zna i rozumie metody i narzędzia rozpoznawania, diagnozowania i rozwiązywania praktycznych problemów gospodarowania zasobami ludzkimi, rzeczowymi, finansowymi i informacjami
ZPB_K1_W07	Absolwent/ka zna i rozumie procesy zmian struktur organizacji gospodarczych oraz ich elementy, przyczyny, przebieg, skalę i konsekwencje tych zmian
ZPB_K1_W08	Absolwent/ka zna i rozumie poglądy na temat przedsiębiorstwa i jego złożonych struktur gospodarczych oraz ich historyczną ewolucję
ZPB_K1_W09	Absolwent/ka zna i rozumie normy i reguły (prawne, organizacyjne, moralne, etyczne) organizujące struktury i instytucje społeczne, w tym przedsiębiorstwa i rządzące nimi prawidłowości, oraz ich źródła, naturę, zmiany i sposoby działania