



UNIwersYTET
IM. ADAMA MICKIEWICZA
W POZNANIU

Badania marketingowe Sylabus zajęć

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Zarządzanie w administracji lokalnej		Cykl dydaktyczny 2023/24	
Specjalność -		Kod zajęć 16ZALS.14K.04962.23	
Jednostka organizacyjna Instytut Kultury Europejskiej w Gnieźnie		Języki wykładowe polski	
Poziom studiów studia pierwszego stopnia		Obligatoryjność Fakultatywny	
Forma studiów studia stacjonarne		Blok zajęciowy Przedmioty kierunkowe	
Profil studiów profil ogólnoakademicki			
Koordynator zajęć	Piotr Pawlak		
Prowadzący zajęcia	Piotr Pawlak		
Okres Semestr 3	Forma zajęć / liczba godzin / forma zaliczenia • Ćwiczenia: 30, Zaliczenie z oceną		Liczba punktów ECTS 2

Cele kształcenia dla zajęć

Kod	Cel
C1	Absolwent zdobywa wiedzę na temat podstawowych zadań oraz marketingowych technik analitycznych w odniesieniu do obszaru samorządowego. Program kształcenia obejmuje kompleksową wiedzę na temat realizacji poszczególnych elementów składających się na całokształt planowania, przygotowania i realizacji kampanii marketingowej (segmentacja rynku, pozycjonowanie produktu, kreowanie marki, konstrukcja przekazu promocyjnego, wykorzystanie podstawowych kanałów komunikacji marketingowej, elementy marketingowej kampanii negatywnej), ze szczególnym naciskiem na jej fazę przygotowawczą. Celem zajęć jest wyposażenie studentów w niezbędny zakres wiedzy umożliwiający posługiwanie się pojęciami i terminologią z dziedziny badań marketingowych i zarządzania informacją w administracji; rozumienia mechanizmów działania oraz roli zarządzania informacją we współczesnych stosunkach politycznych jak również kulturalnych, gospodarczych i społecznych; rozumienie ogólnych zasad funkcjonowania statystycznej analizy danych. Znajomość najważniejszych zasad implementacji pozyskanej informacji w procesie decyzyjnym.

Wymagania wstępne

Student uczestniczący w zajęciach powinien wykorzystywać technologie informatyczne na poziomie podstawowym. Student powinien umieć wyszukiwać i tworzyć informacje, a także współpracować w grupie

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	Ma uporządkowaną wiedzę na temat metod, technik oraz procedur pozyskiwania informacji społecznej, gospodarczej i politycznej. Zna rozszerzoną terminologię z zakresu wiedzy o komunikacji, kulturze i mediach	ZAL_K1_W02, ZAL_K1_W17	Kolokwium ustne
W2	Wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i wykorzystuje informacje ze źródeł pisanych i elektronicznych. Potrafi skonstruować podstawowe narzędzie badawcze. Ma gruntowną wiedzę o znaczeniu informacji dla potrzeb marketingowych.	ZAL_K1_W08, ZAL_K1_W16	Kolokwium ustne
Umiejętności - Student/ka:			
U1	Ma świadomość poziomu swojej wiedzy i umiejętności, rozumie potrzebę ciągłego dokształcania się zawodowego i rozwoju osobistego, dokonuje samooceny własnych kompetencji i doskonali umiejętności; wyznacza kierunki własnego rozwoju i kształcenia.	ZAL_K1_U07, ZAL_K1_U09, ZAL_K1_U12, ZAL_K1_U14, ZAL_K1_U15	Raport

Treści programowe dla zajęć

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
1.	Wprowadzenie podstawowej terminologii i opis problemu.	W1	Ćwiczenia
2.	Funkcje badań marketingowych	W2	Ćwiczenia

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
3.	Segmentacja rynku odbiorców	U1	Ćwiczenia
4.	Zadania badań marketingowych dla kreowania wizerunku	W1, U1	Ćwiczenia
5.	Rola badań marketingowych w reklamie politycznej i reklamie społecznej	W2, U1	Ćwiczenia
6.	Podsumowanie i zakończenie	W1, W2	Ćwiczenia

Informacje dodatkowe

Forma zajęć	Metody i formy prowadzenia zajęć
Ćwiczenia	Dyskusja, Praca z tekstem, Metoda ćwiczeniowa, Demonstracje dźwiękowe i/lub video

Forma zajęć	Warunki zaliczenia zajęć
Ćwiczenia	5.0 - znakomita wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne w zakresie treści kształcenia, zawartych w programie przedmiotu 4.5 - bardzo dobra wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne w zakresie treści kształcenia, zawartych w programie przedmiotu 4.0 - dobra wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne w zakresie treści kształcenia, zawartych w programie przedmiotu 3.5 - zadowalająca wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne w zakresie treści kształcenia, zawartych w programie przedmiotu 3.0 - zadowalająca wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne w zakresie treści kształcenia, zawartych w programie przedmiotu 2.0 - niezadowalająca wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne w zakresie treści kształcenia, zawartych w programie przedmiotu Na ocenę składać się będzie przygotowanie raportu (praca pisemna - 50%) oraz kolokwium ustne (50%). Kryteria oceny powyżej.

Literatura

Obowiązkowa

1. Monika N. (2023), Reklama Aspekty prawne Nowe wyzwania, Warszawa
2. Oruba N. (2023), Copywriting, Gliwice
3. Cwalina W., Falkowski A., Marketing polityczny. Perspektywa psychologiczna, Gdańsk, 2005.
4. Mazurek-Łopacińska K. [red.] (2010), Badania marketingowe - skuteczność w zarządzaniu przedsiębiorstwem, Wrocław.

Dodatkowa

1. Weryński P. [red.] (1013), Matryca Potrzeb Marketingowych w sektorze MMŚP, Warszawa.
2. Kaczmarczyk S. (2003), Badania marketingowe: Metody i techniki, Warszawa.

Nakład pracy studenta i punkty ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
Ćwiczenia	30

Czytanie wskazanej literatury	10
Przygotowanie pracy pisemnej	10
Przygotowanie do zaliczenia	10
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 60
Liczba punktów ECTS	ECTS 2

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Efekty uczenia się dla kierunku

Kod	Treść
ZAL_K1_U07	Absolwent/ka potrafi posługiwać się regulacjami z zakresu prawa autorskiego oraz zarządzania własnością intelektualną
ZAL_K1_U09	Absolwent/ka potrafi przygotowywać wystąpienia ustne, w języku polskim i języku obcym o tematyce politologiczno-prawnej, w trakcie których potrafi omówić zagadnienie szczegółowe, z wykorzystaniem podstawowych ujęć teoretycznych, a także różnych źródeł i opracowań
ZAL_K1_U12	Absolwent/ka potrafi efektywnie wykorzystywać wiedzę, procedury i środki do wykonywania zadań zawodowych w organizacji lub instytucji funkcjonującej w życiu społeczno-politycznym, pozostającej w zainteresowaniu studiowanej specjalności
ZAL_K1_U14	Absolwent/ka potrafi formułować własne opinie i wyrażać je w mowie i piśmie
ZAL_K1_U15	Absolwent/ka potrafi wykorzystywać efektywnie i bezpiecznie narzędzia cyfrowe i zaawansowane technologie informacyjno-komunikacyjne
ZAL_K1_W02	Absolwent/ka zna i rozumie wybrane metodologie i teorie właściwe dla kierunku studiów, tj. nauk o polityce i administracji, nauk prawnych oraz powiązane z nimi terminologie
ZAL_K1_W08	Absolwent/ka zna i rozumie zasady interpretacji, tworzenia oraz publikowania tekstów użytkowych, prawnych, popularnonaukowych i naukowych, także w języku obcym, szczególnie z zakresu nauk o polityce i administracji
ZAL_K1_W16	Absolwent/ka zna i rozumie rodzaje relacji społecznych między indywidualnymi i zbiorowymi uczestnikami życia politycznego oraz rządzące nimi prawidłowości
ZAL_K1_W17	Absolwent/ka zna i rozumie wybrane zagadnienia z zakresu zarządzania i marketingu, stosowane we współczesnej administracji publicznej (w szczególności administracji lokalnej)