



**POLITECHNIKA
BYDGOSKA**
Wydział Zarządzania

Karta przedmiotu
Badania marketingowe

1. Informacje podstawowe

Kierunek studiów zarządzanie w sporcie Specjalność: marketing w sporcie Jednostka zarządzająca kierunkiem studiów Wydział Zarządzania Poziom studiów pierwszego stopnia (lic.) Profil studiów Profil praktyczny Forma studiów studia stacjonarne		Cykl kształcenia (nabór) 2024/25 Kod przedmiotu 08ZAS-PMAS.PL8D.0061.24 Języki wykładowe polski Obligatoryjność Obligatoryjny specjalnościowy Blok zajęciowy Przedmioty specjalnościowe
Wymagania wstępne	brak wymagań	
Przedmioty wprowadzające	Podstawy marketingu	
Koordynator	Maciej Schulz	
Okres Semestr 4	Forma zaliczenia Egzamin Forma prowadzenia i godziny zajęć Wykład: 15, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 15 Ćwiczenia audytoryjne: 30	Liczba punktów ECTS 3.0

2. Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Opis efektów uczenia się	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się	Odniesienie do charakterystyk PRK
Wiedza:			
W1	Zna podstawowe pojęcia i zasady dotyczące pozyskiwania i przetwarzania danych marketingowych dla celów zarządczych	ZAS_P1_K_W05	P6S_WG
W2	Rozumie zasady dotyczące konstrukcji i weryfikacji instrumentów pomiarowych wykorzystywanych w badaniach marketingowych	ZAS_P1_K_W05	P6S_WG
Umiejętności:			
U1	Projektuje badania marketingowe, w tym określa założenia badawcze, wielkość i metodę doboru próby, metodę zbierania danych i opracowywania wyników.	ZAS_P1_K_U04	P6S_UW
Kompetencje społeczne:			
K1	Pracując w grupie w sposób świadomy i kreatywny pozyskuje dane niezbędne do rozwiązywania problemów badawczych w przedsiębiorstwie	ZAS_P1_K_K02	P6S_KK

3. Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Formy zajęć	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Dane i informacje marketingowe. Zakres przedmiotowy i funkcje badań marketingowych.	Wykład, Wykład synchroniczny	W1, U1
2.	Etapy procesu badawczego. Planowanie badania marketingowego.	Wykład, Wykład synchroniczny, Ćwiczenia audytoryjne	W1, W2, U1
3.	Badania marketingowe wtórne i pierwotne. Metody gromadzenia danych w badaniach pierwotnych – rodzaje, charakterystyka i zasady stosowania.	Wykład, Wykład synchroniczny, Ćwiczenia audytoryjne	W2, U1
4.	Badania reprezentacji – metody doboru próby w badaniach marketingowych.	Wykład, Wykład synchroniczny, Ćwiczenia audytoryjne	W1, U1, K1
5.	Zasady i metody budowy instrumentów pomiarowych w zakresie badań marketingowych.	Wykład, Wykład synchroniczny, Ćwiczenia audytoryjne	W1, W2, U1
6.	Metody analizy i interpretacji danych marketingowych.	Wykład, Wykład synchroniczny, Ćwiczenia audytoryjne	W1, U1
7.	Opracowanie raportu z badań. Organizacja badań marketingowych. Błędy popełniane w trakcie badań. Współczesny rynek badań marketingowych.	Wykład, Wykład synchroniczny	W1, U1

4. Metody prowadzenia zajęć, weryfikacji efektów uczenia się i warunki zaliczenia

Forma zajęć	
-------------	--

Wykład	Metody prowadzenia zajęć:	
	Wykład	
	Metody (sposoby) weryfikacji:	Udział:
	Egzamin pisemny	100%
	Warunki zaliczenia przedmiotu:	
	Egzamin pisemny w formie testu z odpowiedziami dysjunktywnymi	
Ćwiczenia audytoryjne	Metody prowadzenia zajęć:	
	Ćwiczenia laboratoryjne, Case study, Praca w grupie	
	Metody (sposoby) weryfikacji:	Udział:
	Zaliczenie pisemne	50%
	Projekt	50%
	Warunki zaliczenia przedmiotu:	
	Zaliczenie pisemne w formie testu z odpowiedziami dysjunktywnymi. Projekt kwestionariusza realizowany w grupach.	

Efekt uczenia się dla przedmiotu	Metody (sposoby) weryfikacji		
	Egzamin pisemny	Zaliczenie pisemne	Projekt
W1	x	x	
W2	x	x	x
U1		x	x
K1			x

5. Literatura

Literatura podstawowa

1. Kaczmarczyk S., 2014, Badania marketingowe. Podstawy metodyczne, PWE, Warszawa.

Literatura uzupełniająca

1. Mruk H., 2003, pr. zb. Analiza rynku, PWE, Warszawa.
2. Kaczmarczyk S., 2014, Zastosowania badań marketingowych, PWE, Warszawa.

6. Nakład pracy studenta - bilans godzin i punktów ECTS

Aktywność studenta	Obciążenie studenta Liczba godzin
--------------------	--------------------------------------

Zajęcia prowadzone z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego lub innych osób prowadzących zajęcia	Wykład	15
	Ćwiczenia audytoryjne	30
Praca własna studenta	Przygotowanie projektu	10
	Przygotowanie do zajęć	10
	Studiowanie literatury	15
	Konsultacje	10
Łączny nakład pracy studenta		90
Liczba punktów ECTS		3

* Godzina (dydaktyczna) oznacza 45 minut