



**POLITECHNIKA
BYDGOSKA**
Wydział Zarządzania

Karta przedmiotu
Jakościowe badania marketingowe

1. Informacje podstawowe

Kierunek studiów zarządzanie Specjalność: marketing w organizacji Jednostka zarządzająca kierunkiem studiów Wydział Zarządzania Poziom studiów pierwszego stopnia (lic.) Profil studiów Profil ogólnoakademicki Forma studiów studia stacjonarne		Cykl kształcenia (nabór) 2023/24 Kod przedmiotu 08ZAMORS.PL20D.0913.23 Języki wykładowe polski Obligatoryjność Obligatoryjny specjalnościowy Blok zajęciowy Przedmioty specjalnościowe
Wymagania wstępne	brak wymagań	
Przedmioty wprowadzające	Badania marketingowe	
Koordynator	Maciej Schulz	
Okres Semestr 6	Forma zaliczenia Egzamin Forma prowadzenia i godziny zajęć Wykład: 15 Ćwiczenia audytoryjne: 15	Liczba punktów ECTS 5.0

2. Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Opis efektów uczenia się	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się	Odniesienie do charakterystyk PRK
Wiedza:			
W1	Ma zaawansowaną wiedzę w zakresie roli informacji w procesie podejmowania decyzji menedżerskich w przedsiębiorstwie	ZA_O1_K_W02	P6S_WG
W2	Zna zaawansowane techniki i narzędzia wykorzystywane w procesie gromadzenia i analizy danych jakościowych	ZA_O1_K_W02	P6S_WG
Umiejętności:			
U1	Potrafi interpretować wyniki analizy danych jakościowych oraz rekomendować rozwiązania konkretnych problemów decyzyjnych	ZA_O1_K_U08	P6S_UW
Kompetencje społeczne:			
K1	Jest świadomy potrzeby pozyskiwania i analizy danych w celu systematycznego podnoszenia jakości podejmowanych decyzji menedżerskich	ZA_O1_K_K01	P6S_KO

3. Treści programowe

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

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 w formie testu z odpowiedziami dysjunktywnymi	
Ćwiczenia audytoryjne	Metody prowadzenia zajęć:	
	Ćwiczenia laboratoryjne, 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 wywiadu.	

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

5. Literatura

Literatura podstawowa

1. Maison D., 2010, Jakościowe metody badań marketingowych. Jak zrozumieć konsumenta, PWN, Warszawa.
2. Belk R. W., 2007, Handbook of Qualitative Research Methods in Marketing, Edward Elgar Publishing
3. Kaczmarczyk S., 2014, Zastosowania badań marketingowych, PWE, Warszawa

Literatura uzupełniająca

1. Kaczmarczyk S., 2014, Badania marketingowe. Podstawy metodyczne, PWE, Warszawa
2. Nikodemka-Wołowik A., M., 2008, Klucz do zrozumienia nabywcy – jakościowe badania marketingowe, Grupa Verde, 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	15
Praca własna studenta	Przygotowanie do zajęć	20
	Przygotowanie projektu	10
	Studiowanie literatury	30
	Konsultacje	10
	Przygotowanie do zaliczenia	20
	Przygotowanie do egzaminu	30
Łączny nakład pracy studenta		150
Liczba punktów ECTS		5

* Godzina (dydaktyczna) oznacza 45 minut