

**Sylabus przedmiotu (modułu) na Wydziale Zarządzania
Wyższej Szkoły Administracji i Biznesu im. E. Kwiatkowskiego w Gdyni
w roku akademickim 2021/22**

1. Informacje o przedmiocie (module) według *Planu studiów* na kierunku: Zarządzanie

[illegible]

2. Zadania nauczyciela

Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z zasadami i metodami prowadzenia badań rynkowych traktowanych jako części badań marketingowych.

Symbol efektu uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się - przedmiotowe	Odniesienie do efektów uczenia się dla kierunku Zarządzanie
Wiedza		
W_01	W zaawansowanym stopniu zna oraz rozumie zagadnienia występujące w obszarze badań rynkowych , a także ma możliwość zdobycia zaawansowanej wiedzy w zakresie stosowania metod badawczych, w tym też ich zastosowania praktyczne.	Z_W01
W_02	W zaawansowanym stopniu zna oraz rozumie metody i narzędzia stosowane w badaniach rynkowych na rynku międzynarodowym.	Z_W02
Umiejętności		
U_01	Potrafi dobierać odpowiednie źródła i informacje z nich pochodzące dla prawidłowego analizowania przyczyn i przebiegu procesów w zakresie przeprowadzania badań rynkowych na szczeblu podmiotów gospodarczych oraz pozyskiwania, interpretowania i wykorzystywania zaawansowanej wiedzy teoretycznej i praktycznej w celu oceny i analizy ich sytuacji rynkowej, w szczególności z zakresu badań rynkowych.	Z_U02
U_02	Potrafi identyfikować problemy w funkcjonowaniu organizacji, dokonywać ich analizy oraz opracowywać propozycje rozwiązań z wykorzystaniem wybranych metod i narzędzi.	Z_U03
Kompetencje społeczne		
K_01	Jest gotów do działania w sposób przedsiębiorczy.	Z_K02
Tematy poszczególnych zajęć z podziałem na liczbę godzin (niestacjonarne/stacjonarne)		
<p style="text-align: center;">WYKŁADY (zajęcia o charakterze teoretycznym)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Wprowadzenie do problematyki - 1/1 h 2. Badania wtórne - 1/1 h 3. Gromadzenie danych pierwotnych – 3/2 h 4. Specyfika badań ilościowych - 2/1 h 5. Badania jakościowe - 3/2 h 6. Badania online – 1/1 h 7. Praktyczne wykorzystanie badań – 2/1 h 8. Trendy w badaniach – 2/1 h 		
<p style="text-align: center;">LABORATORIUM (zajęcia kształtujące umiejętności praktyczne)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Analiza zasad budowania kwestionariusza w przykładach – 3/2 h 2. Analiza problemów związanych z doбором próby w badaniu rynkowym – 3/2 h 3. Prezentacja wyników i przygotowanie raportu w badaniu rynkowym – 3/2 h 4. Wykorzystanie wywiadu w badaniu rynkowym w przykładach - 3/2 h 5. Wykorzystanie obserwacji w badaniu rynkowym w przykładach – 3/2 h 		

Metody prowadzenia zajęć	Wykłady z prezentacjami multimedialnymi, ćwiczenia laboratoryjne umiejętnościowe, studia przypadków, dyskusja, rozwiązywanie zadań, studiowanie literatury, pobudzanie przez prowadzącego studentów do aktywnego udziału w zajęciach.			
Literatura obowiązkowa	1. red. Krystyna Mazurek-Łopacińska, Badania marketingowe : podstawowe metody i obszary zastosowań, Akademia Ekonomiczna, Wrocław, 2002 2. red. Krystyna Mazurek-Łopacińska, Magdalena Sobocińska,, Badania marketingowe wobec nowych trendów w otoczeniu,, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław, 2020			
Literatura uzupełniająca	1. Dominika Maison, Jakościowe metody badań marketingowych. Jak zrozumieć konsumenta, PWN, Warszawa, 2015 2. Krystyna Mazurek-Łopacińska (red.), Badania marketingowe. Metody, techniki i obszary aplikacji na współczesnym rynku, PWN, Warszawa, 2016 3. Michał Jan Lutostański, Agnieszka Łebkowska, Michał Protasiuk, Badanie rynku, PWN, Warszawa, 2021 4. Piotr Siuda, Metody badań online, Katedra, Bydgoszcz, 2016			
Końcowa ocena wyników pracy studenta nad przedmiotem wymaga syntezy osiągniętych przez niego efektów				
3. Zadania i czas <u>SAMODZIELNEJ</u> pracy studenta				
Wyszczególnienie zadań	Liczba godzin		Punkty ECTS	
	st.	ns.	st.	ns.
Zadania o charakterze teoretycznym	10	15	0,4	0,6
Przygotowanie do zajęć i egzaminu końcowego	10	15	0,4	0,6
Zadania kształtujące umiejętności praktyczne	10	15	0,4	0,6
Opracowanie badania rynkowego przy wykorzystaniu wybranej metody	10	15	0,4	0,6
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz. i pkt. ECTS	20	30	0,8	1,2
4. Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się osiągniętych przez studenta				
Symbol efektu uczenia się	Metody weryfikacji i oceny efektów uczenia się			
W_01 – W_02	Dyskusja na wykładach, egzamin			
U_01 – U_02	Aktywność studenta na zajęciach, udział w dyskusji, przygotowanie prezentacji, rozwiązywanie przykładów praktycznych			
K_01	Dyskusja podczas zajęć, egzamin			

Podstawowe kryteria oceny końcowej:

Ocena końcowa z ćwiczeń składa się z prezentacji indywidualnego projektu badawczego w ramach zaliczenia, w oparciu o analizę danych pierwotnych lub wtórnych (50%), oraz obecność i aktywność na zajęciach (50%).

Aby uzyskać pozytywną ocenę z egzaminu student musi zdać egzamin uzyskując ponad 50% maksymalnej liczby punktów. Na ocenę końcową z wykładów składa się wynik z egzaminów oraz aktywność na wykładach. Egzamin pisemny jest w formie testu składającego się z 15 pytań.

Na ocenę końcową modułową z przedmiotu składa się w 40% ocena z egzaminu i w 60% z laboratorium.

Na ocenę pozytywną należy uzyskać powyżej 50% punktów z każdej formy zajęć.

Kryteria oceniania:

do 50% – niedostateczny

51% – 60% – dostateczny 61% – 70 % – dostateczny plus 71% – 80 % – dobry 81% – 90% – dobry plus od 91 % – bardzo dobry
--