

WYDZIAŁ INFORMATYKI I ZARZĄDZANIA**KARTA PRZEDMIOTU****Nazwa w języku polskim** Badania marketingowe**Nazwa w języku angielskim** Marketing research**Kierunek studiów (jeśli dotyczy):** Zarządzanie**Specjalność (jeśli dotyczy):** Zarządzanie Przedsiębiorstwem**Stopień studiów i forma:** I stopień, stacjonarna**Rodzaj przedmiotu:** obowiązkowy**Kod przedmiotu** ZMZ1229W**Grupa kursów** NIE

	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium
Liczba godzin zajęć zorganizowanych w Uczelni (ZZU)	30				
Liczba godzin całkowitego nakładu pracy studenta (CNPS)	60				
Forma zaliczenia	zaliczenie na ocenę				
Dla grupy kursów zaznaczyć kurs końcowy (X)					
Liczba punktów ECTS	2				
w tym liczba punktów odpowiadająca zajęciom o charakterze praktycznym (P)					
w tym liczba punktów ECTS odpowiadająca zajęciom wymagającym bezpośredniego kontaktu (BK)	1				

niepotrzebne skreślić

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

1. Podstawowa wiedza z zakresu podstaw marketingu
2. Wiedza i umiejętności z zastosowań statystyki do analizy i oceny danych

CELE PRZEDMIOTU

C1 Nauczenie rozumienia roli, zasad i metod badań marketingowych, wyboru i stosowania narzędzi badań marketingowych

C2 Pokazanie możliwości wykorzystywania wyników badań w zarządzaniu marketingiem

PRZEDMIOTOWE EFEKTY KSZTAŁCENIA

Z zakresu wiedzy:

PEK_W01 Wiedza na temat rodzajów badań marketingowych

PEK_W02 Wiedza na temat metod prowadzenia badań marketingowych

Z zakresu umiejętności:

PEK_U01 Umiejętność zaprojektowania typowych badań marketingowych

Z zakresu kompetencji społecznych:

PEK_K01 Zrozumienie relacji na linii badacz - menedżer będące warunkiem efektywnych badań marketingowych

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć - wykład		Liczba godzin
Wy1	Rola badań marketingowych w zarządzaniu organizacją gospodarczą.	2
Wy2	Podstawowe metody prowadzenia analiz rynkowych.	2
Wy3	Rodzaje badań marketingowych i ich zastosowania.	2
Wy4	Projektowanie badań marketingowych – etapy.	2
Wy5	Metody projektowania badań.	2
Wy6	Dobór próby – metody.	2
Wy7	Konstrukcja instrumentu pomiarowego.	2
Wy8	Skale do pomiaru postaw.	2
Wy9	Metody budowy kwestionariusza	2
Wy10	Metody budowy kwestionariusza (cd)	2
Wy11	Metody pomiaru pośredniego.	2
Wy12	Metody redukcji danych.	2
Wy13	Metody analizy danych.	2
Wy14	Metody prezentacji danych.	2
Wy15	Metody badań wybranych obszarów marketingu	1
Wy15	Kolokwium	1
	Suma godzin	30

Forma zajęć - ćwiczenia		Liczba godzin
Ćw1		
Ćw2		
Ćw3		
	Suma godzin	

Forma zajęć - laboratorium		Liczba godzin
La1		
La2		
La3		
	Suma godzin	

Forma zajęć - projekt		Liczba godzin
Pr1		

Pr2		
Pr3		
	Suma godzin	

Forma zajęć - seminarium		Liczba godzin
Se1		
Se2		
Se3		
	Suma godzin	

STOSOWANE NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE
N1. Wykład z wykorzystaniem prezentacji N2. Pytania zadawane słuchaczom, dyskusja na wykładzie N3. Studia przypadków

OCENA OSIĄGNIĘCIA PRZEDMIOTOWYCH EFEKTÓW KSZTAŁCENIA

Oceny (F – formująca (w trakcie semestru), P – podsumowująca (na koniec semestru))	Numer efektu kształcenia	Sposób oceny osiągnięcia efektu kształcenia
F1		
F2		
P	PEK_W01-02	kolokwium

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA
<p><u>LITERATURA PODSTAWOWA:</u></p> <p>Churchill G. A., Badania marketingowe. Podstawy metodologiczne, PWN, Warszawa 2003</p> <p>[1]</p> <p>[2] Kaczmarczyk S., Badania marketingowe. Metody i techniki, PWE, Warszawa 2003</p> <p>[3] Kaczmarczyk S., Zastosowanie badań marketingowych, PWE, Warszawa 2007</p> <p>[4] Rószkiewicz M. Metody ilościowe w badaniach marketingowych</p> <p><u>LITERATURA UZUPEŁNIAJĄCA:</u></p> <p>[1] Hauge P., Badania marketingowe. Planowanie, metodologia i ocena wyników, Helion, Gliwice 2006</p>
OPIEKUN PRZEDMIOTU (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)
Andrzej Lipowicz, andrzej.lipowicz@pwr.wroc.pl

MACIERZ POWIĄZANIA EFEKTÓW KSZTAŁCENIA DLA PRZEDMIOTU
Badania marketingowe
Z EFEKTAMI KSZTAŁCENIA NA KIERUNKU Zarządzanie
I SPECJALNOŚCI Zarządzanie Przedsiębiorstwem

Przedmiotowy efekt kształcenia	Odniesienie przedmiotowego efektu do efektów kształcenia zdefiniowanych dla kierunku studiów i specjalności (o ile dotyczy)**	Cele przedmiotu***	Treści programowe***	Numer narzędzia dydaktycznego***
PEK_W01 (wiedza)	K1_ZARZ_W10 S1_ZARZ_ZP_W03	C1	Wy1-3, Wy15	N1-3
PEK_W02	K1_ZARZ_W10 S1_ZARZ_ZP_W03	C1	Wy4-14	N1-3
PEK_U01 (umiejętności)	S1_ZARZ_ZP_U03	C1-2	Wy6, Wy13	N1-3
PEK_K01 (kompetencje)	K1_ZARZ_K05	C2	Wy4	N1-3

** - wpisać symbole kierunkowych/specjalnościowych efektów kształcenia

*** - z tabeli powyżej