

**Karta przedmiotu**

Nazwa i kod przedmiotu	Badania marketingowe (Wykład), PG_00080750						
Kierunek studiów	Biznes chemiczny (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2024 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu	2026/2027				
Poziom kształcenia	I stopnia - inżynierskie	Grupa zajęć	Grupa zajęć fakultatywnych				
Forma studiów	stacjonarne	Sposób realizacji	na uczelni				
Rok studiów	3	Język wykładowy	polski polski				
Semestr studiów	6	Liczba punktów ECTS	1.0				
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	Forma zaliczenia	zaliczenie				
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Ekonomiczny -> Katedra Makroekonomii						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Od odpowiedzialny za przedmiot	dr hab. Marek Szczepaniec					
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	15.0	0.0	0.0	0.0	0.0	15
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów	Udział w konsultacjach	Praca własna studenta		RAZEM	
	Liczba godzin pracy studenta	15	2.0	8.0		25	
Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest wyposażenie studenta w wiedzę, umiejętności i kompetencje z zakresu badań marketingowych.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[BCHINŻ_W08] Wymienia i opisuje pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego oraz korzystania z zasobów informacji patentowej.	Wie, jaką rolę odgrywają innowacje w biznesie	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny [SW2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[BCHINŻ_U12] Potrafi brać udział w analizach i ocenach alternatywnych rozwiązań problemów ekonomicznych i dobierać metody oraz instrumenty pozwalające racjonalnie je rozstrzygać.	Potrafi analizować struktury rynkowe w oparciu o wyniki badań marketingowych	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport [SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[BCHINŻ_W12] Ma wiedzę o człowieku jako podmiocie tworzącym struktury ekonomiczne w biznesie chemicznym oraz ma wiedzę o zasadach i motywach działania człowieka w tych strukturach.	Zna mechanizmy zachowań konsumenckich	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny [SW2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[BCHINŻ_W01] Opisuje w zaawansowanym stopniu relacje między ekonomią i funkcjonowaniem przemysłu chemicznego.	Potrafi opisać wybrany rynek chemiczny lub farmaceutyczny	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny [SW2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[BCHINŻ_W09] Opisuje zasady tworzenia oraz rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości wykorzystując wiedzę z zakresu ekonomii.	Potrafi przygotować raport z badań marketingowych	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny [SW2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[BCHINŻ_U11] Wykorzystuje zdobytą wiedzę ekonomiczną w samodzielnym podejmowaniu działalności gospodarczej i rozstrzygania dylematów pracy zawodowej.	Umie zastosować wyniki badań marketingowych w praktyce	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport [SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[BCHINŻ_K06] Orientuje się w ogólnych zasadach tworzenia i funkcjonowania form indywidualnej przedsiębiorczości.	Zna procedury zakładania start-upów	[SK2] prezentacja/projekt/referat/raport [SK4] test/egzamin - ustny lub pisemny
Treści przedmiotu	1.BADANIA MARKETINGOWE - WPROWADZENIE  2.SIM I RODZAJE BADAŃ MARKETINGOWYCH  3.BADANIA JAKOŚCIOWE I PROJEKTOWANIE SCENARIUSZA IDI  4.BADANIA FOCUS GROUP  5.BADANIA ILOŚCIOWE  6.PROJEKTOWANIE KWESTIONARIUSZA CAWI  7.BADANIA PRODUKTÓW  8.BADANIA CEN  9.BADANIA DYSTRYBUCJI  10.BADANIA KOMUNIKACJI MARKETINGOWEJ  11.RAPORT Z BADAŃ MARKETINGOWYCH		
Wymagania wstępne i dodatkowe	Brak		

Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	Raport	51.0%	50.0%
	Test	51.0%	50.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	Badania marketingowe. Teoria i praktyka. Red. naukowa K. Mazurek - Łopacińska, PWN, Warszawa 2011.  S. Kaczmarczyk, Badania marketingowe. Podstawy metodyczne, PWE, Warszawa 2011.	
	Uzupełniająca lista lektur	Start i rozwój przedsiębiorstw. Jak rozpocząć własną działalność gospodarczą i osiągnąć sukces? Red. Szczepaniec M., Kulawczuk P., Sierpińska M., Wyd. UG, Gdańsk 2024.	
	Adresy eZasobów		
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	Marketing Information System  CAWI  IDI  Focus group  NetPromoter Score		
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy		

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.