

## Karta przedmiotu

|                                          |                                                                                                                                                                 |                                                           |                                      |                        |                                                                                    |                       |       |
|------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|--------------------------------------|------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-------|
| Nazwa i kod przedmiotu                   | Badania marketingowe (Ćw. audytoryjne), PG_00169798                                                                                                             |                                                           |                                      |                        |                                                                                    |                       |       |
| Kierunek studiów                         | Ekonomia (O)                                                                                                                                                    |                                                           |                                      |                        |                                                                                    |                       |       |
| Data rozpoczęcia studiów                 | październik 2025 r.                                                                                                                                             |                                                           | Rok akademicki realizacji przedmiotu |                        | 2026/2027                                                                          |                       |       |
| Poziom kształcenia                       | I stopnia - licencjackie                                                                                                                                        |                                                           | Grupa zajęć                          |                        | Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów<br>Grupa zajęć fakultatywnych |                       |       |
| Forma studiów                            | niestacjonarne                                                                                                                                                  |                                                           | Sposób realizacji                    |                        | na uczelni                                                                         |                       |       |
| Rok studiów                              | 2                                                                                                                                                               |                                                           | Język wykładowy                      |                        | polski                                                                             |                       |       |
| Semestr studiów                          | 4                                                                                                                                                               |                                                           | Liczba punktów ECTS                  |                        | 1.0                                                                                |                       |       |
| Profil kształcenia                       | ogólnoakademicki                                                                                                                                                |                                                           | Forma zaliczenia                     |                        | zaliczenie                                                                         |                       |       |
| Jednostka prowadząca                     | Rektor -> Wydział Ekonomiczny                                                                                                                                   |                                                           |                                      |                        |                                                                                    |                       |       |
| Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców) | Odpowiedzialny za przedmiot                                                                                                                                     |                                                           | dr Aleksandra Aziewicz               |                        |                                                                                    |                       |       |
|                                          | Prowadzący zajęcia z przedmiotu                                                                                                                                 |                                                           |                                      |                        |                                                                                    |                       |       |
| Formy zajęć                              | Forma zajęć                                                                                                                                                     | Wykład                                                    | Ćwiczenia                            | Laboratorium           | Projekt                                                                            | Seminarium            | RAZEM |
|                                          | Liczba godzin zajęć                                                                                                                                             | 0.0                                                       | 8.0                                  | 0.0                    | 0.0                                                                                | 0.0                   | 8     |
|                                          | 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                                                                                                                                    | 8                                                         |                                      | 3.0                    |                                                                                    | 14.0                  | 25    |
| Cel przedmiotu                           | Prezentowanie teoretycznych i praktycznych zasad dotyczących badań marketingowych poprzez samodzielne ich zaprojektowania, realizację oraz prezentację wyników. |                                                           |                                      |                        |                                                                                    |                       |       |

| Efekty uczenia się przedmiotu | Effekt kierunkowy                                                                                                                                                                                                                                    | Effekt z przedmiotu                                                                                                                                                            | Sposób weryfikacji i oceny efektu                                                                       |
|-------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                               | [EKONL3_K04] jest gotów myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy; dostosowuje się do nowych sytuacji i warunków, podejmuje wyzwania kreatywnego myślenia, jest odporny na porażki, umie identyfikować zagrożenia oraz ocenić ryzyko ich wystąpienia | student zna techniki kreatywnego myślenia, potrafi opisać wyniki badań rynkowych i wyciągnąć z nich wnioski, a w sytuacji wątpliwości konsultuje je w trakcie konsultacji.     | [SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja                                                                  |
|                               | [EKONL3_U04] potrafi przewidywać przebieg procesów i zjawisk gospodarczych i społecznych i prognozować te zjawiska                                                                                                                                   | w oparciu o wyniki badań potrafi ocenić zachodzące procesy i zjawiska gospodarcze jak i społeczne                                                                              | [SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja                                                                  |
|                               | [EKONL3_W10] zna i rozumie podstawowe pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej, intelektualnej i prawa autorskiego                                                                                                                  | student zna podstawowe pojęcia i zasady z zakresu własności intelektualnej i praw autorskich w kontekście badań rynkowych                                                      | [SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja                                                                  |
|                               | [EKONL3_U07] potrafi brać udział w analizach i ocenach alternatywnych rozwiązań problemów gospodarczych i społecznych i dobierać metody oraz instrumenty pozwalające racjonalnie je rozstrzygać                                                      | student posiada umiejętności pozwalające mu na analizę i ocenę wyników badań rynkowych, jednocześnie potrafi dobierać do tego odpowiednie metody badawcze                      | [SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja                                                                  |
|                               | [EKONL3_W06] zna w zaawansowanym stopniu wybrane metody i narzędzia, w tym techniki statystyczne i ekonometryczne pozwalające opisywać podmioty i struktury gospodarcze, a także instytucje społeczne oraz zachodzące w nich procesy                 | zna wybrane metody i narzędzia z zakresy badań rynkowych, które pozwalają opisywać zjawiska zaobserwowane w gospodarce                                                         | [SW2] prezentacja/projekt/referat/raport                                                                |
|                               | [EKONL3_K03] uczestniczy w przygotowaniu projektów ekonomiczno-społecznych, potrafiąc godzić wymagania prawne, ekonomiczne, ekologiczne, polityczne i społeczne                                                                                      | uczestniczy w realizacji badania marketingowego                                                                                                                                | [SK8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta                                             |
|                               | [EKONL3_U13] potrafi współdziałać i pracować w grupie (w tym w środowisku międzynarodowym), przyjmując w niej różne role                                                                                                                             | student chętnie współpracuje w zespole na potrzeby realizacji projektu                                                                                                         | [SU2] prezentacja/projekt/referat/raport<br>[SU8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta |
|                               | [EKONL3_U08] posiada umiejętność obserwacji, rozumienia i analizowania zjawisk oraz procesów gospodarczych i społecznych za pomocą adekwatnych metod naukowych                                                                                       | Wykorzystując zdobyte w trakcie kursu informacje potrafi obserwować oraz analizować zjawiska i procesy gospodarcze z wykorzystaniem narzędzi służących do badań marketingowych | [SU2] prezentacja/projekt/referat/raport                                                                |
|                               | [EKONL3_U06] wykorzystuje posiadaną wiedzę z zakresu ekonomii, finansów i zarządzania do rozstrzygania dylematów gospodarczych i społecznych pojawiających się w pracy zawodowej                                                                     | wykorzystuje zdobytą wiedzę z badań marketingowych do wspomagania się w podejmowaniu decyzji będących dylematami gospodarczymi czy społecznymi.                                | [SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja<br>[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport                      |
|                               | [EKONL3_W04] zna rodzaje więzi gospodarczych i społecznych oraz rządzące nimi prawidłowości                                                                                                                                                          | student posiada wiedzę na temat powiązań gospodarczych i społecznych w kontekście badań marketingowych                                                                         | [SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja                                                                  |

|                                                                   |                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                         |
|-------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| Treści przedmiotu                                                 | System informacji marketingowej a badania / Rynek badań w Polsce i na świecie |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                         |
|                                                                   | Projektowanie badań rynkowych (próba, kwestionariusz)                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                         |
|                                                                   | Metody i techniki zbierania informacji z rynku                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                         |
|                                                                   | Rodzaje badań ilościowych i jakościowych                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                         |
|                                                                   | Zastosowanie pakietu SPSS w badaniach rynkowych                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                         |
|                                                                   | Raporty z badań                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                         |
| Wymagania wstępne i dodatkowe                                     | brak                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                         |
| Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się     | Sposób oceniania (składowe)                                                   | Próg zaliczeniowy                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Składowa oceny końcowej |
|                                                                   | Projekt                                                                       | 51.0%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 100.0%                  |
| Zalecana lista lektur                                             | Podstawowa lista lektur                                                       | 1. K. Mazurek-Łopacińska, Badania marketingowe, <a href="#">Wydawnictwo Naukowe PWN</a> , Warszawa 2016 (dostępne na IBUK Libra)<br>2. M. J. Lutostański, A. Łebkowska, M. Protasiuk, Badanie rynku, <a href="#">Wydawnictwo Naukowe PWN</a> , Warszawa 2021 (dostępne na IBUK Libra)<br>3. T. Czuba, M. Skurczyński, Badania tajemniczy klient a badania satysfakcji (aspekt praktyczny), Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, 2003. |                         |
|                                                                   | Uzupełniająca lista lektur                                                    | • U. Flick, Projektowanie badania jakościowego, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012 (dostępne na IBUK Libra)<br>• A. Oniszczyk-Jastrząbek, T. Czuba, Jakość obsługi klienta w sektorze małych i średnich przedsiębiorstw na przykładzie usług ubezpieczeniowych, Marketing i Zarządzanie, Uniwersytet Szczeciński 2017.                                                                                                                         |                         |
|                                                                   | Adresy eZasobów                                                               | Adresy na platformie eNauczanie:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                         |
| Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania |                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                         |
| Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu                             | Nie dotyczy                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                         |

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.