



KARTA PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu		Nazwa przedmiotu	w jęz. polskim	MARKETINGOWE BADANIA JAKOŚCIOWE II
			w jęz. angielskim	QUALITATIVE MARKETING RESEARCH II

Kierunek	Towaroznawstwo
Specjalność	przedmiot kierunkowy
Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
Forma studiów	stacjonarne
Profil kształcenia	ogólnoakademicki
Status przedmiotu	wybieralny
Rygor	zaliczenie z oceną

Semestr studiów	Liczba punktów ECTS	Liczba godzin w tygodniu				Liczba godzin w semestrze			
		W	C	L	P	W	C	L	P
II	2		1				15		
Razem w czasie studiów						15			

Wymagania w zakresie wiedzy, umiejętności i innych kompetencji
Student powinien posiadać wiedzę z zakresu badań marketingowych

Cele przedmiotu
Nabywanie umiejętności zaprojektowania, przeprowadzenia i opracowania raportu z przeprowadzonego badania jakościowego dla rozwiązania problemu w zakresie marketingu

Osiągnięte efekty uczenia się dla przedmiotu (EKP)		
Symbol	Po zakończeniu przedmiotu student:	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się
EKP_01	zna istotę marketingowego badania jakościowego. Umie porównać badania ilościowe i jakościowe	NK_W06, NK_K01
EKP_02	umie zidentyfikować problem badawczy w zakresie marketingu w badaniach jakościowych.	NK_U01, NK_K02
EKP_03	zna proces badania jakościowego. Umie zaprojektować i zrealizować proces marketingowego nadania jakościowego	NK_U09, NK_K01
EKP_04	zna zasady tworzenia raportu w badaniach jakościowych. Umie opracować i przedstawić raport z przeprowadzonego marketingowego badania jakościowego	NK_U11, NK_K01 NK_K02

Treści programowe	Liczba godzin				Odniesienie do EKP
	W	C	L	P	
Marketingowe badania ilościowe a marketingowe badania jakościowe		1			EKP_01
Przygotowanie marketingowego badania jakościowego		2			EKP_02, EKP_03
Realizacja marketingowego badania jakościowego		2			EKP_03
Przygotowanie raportu z marketingowego badania jakościowego		2			EKP_04
Prezentacja raportu		2			EKP_04
Łącznie godzin		9			

Metody weryfikacji efektów uczenia się dla przedmiotu									
Symbol EKP	Test	Egzamin ustny	Egzamin pisemny	Kolokwium	Sprawozdanie	Projekt	Prezentacja	Zaliczenie praktyczne	Inne
EKP_01	X								
EKP_02	X								X
EKP_03	X								X
EKP_04	X						X		

Kryteria zaliczenia przedmiotu

Zaliczenie przedmiotu: test, zaliczenia cząstkowe (konceptualizacja badania, projekt i inne), prezentacja raportu (min 60% punktów możliwych do zdobycia).

Uwaga: student otrzymuje ocenę powyżej dostatecznej, jeżeli uzyskane efekty kształcenia przekraczają wymagane minimum.

Nakład pracy studenta				
Forma aktywności	Szacunkowa liczba godzin przeznaczona na zrealizowanie aktywności			
	W	C	L	P
Godziny kontaktowe		15		
Czytanie literatury		15		
Przygotowanie do zajęć ćwiczeniowych, laboratoryjnych, projektowych		15		
Przygotowanie do egzaminu, zaliczenia		10		
Opracowanie dokumentacji projektu/sprawozdania				
Uczestnictwo w zaliczeniach i egzaminach		1		
Udział w konsultacjach		4		
Łącznie godzin		60		
Sumaryczna liczba godzin dla przedmiotu	60			
Sumaryczna liczba punktów ECTS dla przedmiotu	2			
	Liczba godzin		ECTS	
Obciążenie studenta związane z zajęciami praktycznymi	60		2	
Obciążenie studenta na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich	20		1	

Literatura podstawowa

Kaczmarek M., Olejnik I., Springer A., Badania jakościowe - metody i zastosowania, CeDeWu, Warszawa 2013
 Maison D., Qualitative Marketing Research. Understanding Consumer Behaviour, Taylor & Francis Ltd, 2018, chapter 5, 6, 7, 8
 Maison D., Jakościowe metody badań marketingowych, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2021, rozdział 4-10 i załączniki
 Czasopisma ogólnomarketingowe. Marketing i Rynek, Marketing w Praktyce

Literatura uzupełniająca

Flick U., Projektowanie badania jakościowego, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2011
 Konecki K., Studia z metodologii badań jakościowych. Teoria ugruntowana, Wyd. PWN, Warszawa 2000
 Kaczmarczyk S., Badania marketingowe. Podstawy metodyczne, Wyd. PWE, Warszawa 2011, rozdział 8

Osoba odpowiedzialna za przedmiot	
dr Hanna Mackiewicz	KZiE
Pozostałe osoby prowadzące przedmiot	
dr Edyta Spodarczyk	KZiE