



## KARTA PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	Nazwa przedmiotu	w jęz. polskim	<b>MARKETINGOWE BADANIA JAKOŚCIOWE</b>
		w jęz. angielskim	<b>QUALITATIVE MARKETING RESEARCH</b>

Kierunek	<b>Zarządzanie</b>
Specjalność	<b>przedmiot kierunkowy</b>
Poziom kształcenia	<b>studia pierwszego stopnia</b>
Forma studiów	<b>stacjonarne</b>
Profil kształcenia	<b>ogólnoakademicki</b>
Status przedmiotu	<b>wybieralny</b>
Rygor	<b>zaliczenie z oceną</b>

Semestr studiów	Liczba punktów ECTS	Liczba godzin w tygodniu				Liczba godzin w semestrze			
		W	C	L	P	W	C	L	P
III	2	1				15			
<b>Razem w czasie studiów</b>						<b>15</b>			

<b>Wymagania w zakresie wiedzy, umiejętności i innych kompetencji</b>
Brak wymagań wstępnych,

<b>Cele przedmiotu</b>
Nabywanie wiedzy z zakresu metodologii marketingowych badań jakościowych

<b>Osiągnięte efekty uczenia się dla przedmiotu (EKP)</b>		
Symbol	Po zakończeniu przedmiotu student:	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się
EKP_01	zna i rozumie istotę badania jakościowego. Rozumie znaczenie badania w procesie podejmowania decyzji w przedsiębiorstwie	NK_W01, NK_W02, NK_W07
EKP_02	posiada wiedzę na temat procesu badania jakościowego, metod i narzędzi wykorzystywanych w badaniach jakościowych	NK_W04, NK_W07, NK_U01
EKP_03	umie ocenić wartość projektu badania jakościowego	NK_W02, NK_W05, NK_U01

Treści programowe	Liczba godzin				Odniesienie do EKP
	W	C	L	P	
Istota badań jakościowych	1				EKP_01, EKP_03
Znaczenie badań jakościowych w procesie podejmowania decyzji	1				EKP_01, EKP_03
Proces badawczy w badaniach jakościowych	2				EKP_02, EKP_03
Metody badań jakościowych	4				EKP_02, EKP_03
Narzędzia badań jakościowych	4				EKP_02, EKP_03
Techniki projekcyjne i techniki wspomagające wykorzystywane w badaniach jakościowych	2				EKP_02, EKP_03
Etyczne aspekty badań jakościowych	1				EKP_03
<b>Łącznie godzin</b>	<b>15</b>				

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

### Kryteria zaliczenia przedmiotu

Zaliczenie przedmiotu: projekt i prezentacja projektu ( 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	20			
Przygotowanie do zajęć ćwiczeniowych, laboratoryjnych, projektowych				
Przygotowanie do egzaminu, zaliczenia	15			
Opracowanie dokumentacji projektu/sprawozdania				
Uczestnictwo w zaliczeniach i egzaminach	2			
Udział w konsultacjach	4			
<b>Łącznie godzin</b>	<b>56</b>			
<b>Sumaryczna liczba godzin dla przedmiotu</b>	<b>56</b>			
<b>Sumaryczna liczba punktów ECTS dla przedmiotu</b>	<b>2</b>			
	Liczba godzin		ECTS	
Obciążenie studenta związane z zajęciami praktycznymi				
Obciążenie studenta na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich	21		1	

### Literatura podstawowa

Maison D., Qualitative Marketing Research. Understanding Consumer Behaviour, Taylor & Francis Ltd, 2018, chapter 1, 3, 4, 9

Maison D., Jakościowe metody badań marketingowych, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2021, rozdział 1, 2, 3

Nikodemka-Wołowik A., Klucz do zrozumienia nabywcy – jakościowe badania marketingowe, Wyd. Grupa VERDE, Warszawa 2008

### Literatura uzupełniająca

Jakościowe badania marketingowe w Internecie pod red. Jaciow M, Maciejewski G., Wyd. Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Katowice 2013.

Badania marketingowe. Od teorii do praktyki pod red. Maison D. Nogi- Bogomilskiego A., Wyd GWP, 2007, rozdział 1, 2, 3

Nicińska M., 2000, Indywidualne wywiady pogłębione i zogniskowane wywiady grupowe - analiza porównawcza, ASK nr 8, ss. 39-50, 2000

### Osoba odpowiedzialna za przedmiot

dr Hanna Mackiewicz	ZZiE
Pozostałe osoby prowadzące przedmiot	
dr Edyta Spodarczyk	ZZiE