



Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	METODY JAKOŚCIOWE W BADANIACH MARKETINGOWYCH, PG_00059852						
Kierunek studiów	Zarządzanie (4 semestralne), Zarządzanie (3 semestralne)						
Data rozpoczęcia studiów	luty 2022 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu			2022/2023		
Poziom kształcenia	II stopnia	Grupa zajęć			Grupa zajęć fakultatywnych Grupa zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem - profil ogólnoakademicki		
Forma studiów	stacjonarne	Sposób realizacji			na uczelni		
Rok studiów	2	Język wykładowy			polski		
Semestr studiów	3	Liczba punktów ECTS			2.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	Forma zaliczenia			zaliczenie		
Jednostka prowadząca	Wydział Zarządzania i Ekonomii -> Katedra Marketingu						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr Natalia Przybylska				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu		Janusz Dworak				
Formy zajęć i metody nauczania	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	0.0	30.0	0.0	0.0	0.0	30
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
2023_Metody jakościowe w badaniach marketingowych (cw) ZII MSU 4i3 - Moodle ID: 30293 <a href="https://enauzanie.pg.edu.pl/moodle/course/view.php?id=30293">https://enauzanie.pg.edu.pl/moodle/course/view.php?id=30293</a>							
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	30		0.0		0.0	30
Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z podstawowymi metodami badania rynku przy użyciu metod jakościowych wykorzystywanych w zarządzaniu przedsiębiorstwem						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[K7_W04] zna i rozumie zasady budowania relacji pomiędzy organizacjami, w tym strategii osiągnięcia przewagi konkurencyjnej z uwzględnieniem organizacji sektora publicznego, społecznego i organizacji niedochodowych	Student potrafi przygotować podstawowe wnioski z przeprowadzonego badania rynkowego metodą jakościową	[SW3] Ocena wiedzy zawartej w opracowaniu tekstowym i projektowym
	[K7_U02] analizuje złożone procesy i zjawiska gospodarcze stosując wybrane metody i techniki analizowania danych społeczno-ekonomicznych, jak również formułuje własne opinie i wnioski dotyczące tych procesów i zjawisk	Student potrafi zastosować różne jakościowe metody badawcze do analizy sytuacji rynkowej przedsiębiorstwa	[SU2] Ocena umiejętności analizy informacji
	[K7_W02] ma pogłębioną wiedzę z zakresu klasycznych i nowoczesnych koncepcji zarządzania oraz możliwości ich zastosowania w zarządzaniu współczesnymi organizacjami różnego typu	Student potrafi zastosować różne jakościowe metody badawcze do analizy sytuacji rynkowej przedsiębiorstwa	[SW2] Ocena wiedzy zawartej w prezentacji
	[K7_U10] wykorzystuje odpowiednie metody i techniki wspomagające proces podejmowania decyzji do rozwiązania problemów występujących w jednostkach gospodarujących	Student zna zastosowanie różnych metod badawczych potrzebnych do rozwiązania problemu rynkowego przedsiębiorstwa	[SU4] Ocena umiejętności korzystania z metod i narzędzi
[K7_K02] współdziała, przyjmując rolę w grupie sprzyjające maksymalizacji efektów pracy zespołowej, z uwzględnieniem relacji społecznych	Student potrafi dokonać podziału pracy w przeprowadzeniu projektu badawczego	[SK1] Ocena umiejętności pracy w grupie	
Treści przedmiotu	<p>Badania jakościowe - wprowadzeni</p> <p>Test asocjacyjny</p> <p>Techniki projekcyjne</p> <p>Personifikacja (Archetypy marki)</p> <p>Kolaż</p> <p>Test Zdań Niedokończonych (Rottera)</p> <p>Planowanie wywiadów grupowych</p> <p>Case study</p>		
Wymagania wstępne i dodatkowe			
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	Zadania w grupach	50.0%	50.0%
	Zaliczenie pisemne	50.0%	50.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	<p>Dominika Maison, Jakościowe metody badań marketingowych. Jak zrozumieć konsumenta, PWN, 2010;</p> <p>David Silverman, Prowadzenie badań jakościowych, PWN, 2008.</p> <p>Beata Glinka, Wojciech Czakon, Podstawy badań jakościowych, Warszawa, 2021.</p>	

	Uzupełniająca lista lektur	Flick, U. (2009). An introduction to qualitative research. Sage Publications  Yin R. (2003). Case Study Research. Design and Methods. 3rd ed. Sage Publications
	Adresy eZasobów	
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	Przygotuj scenariusz wywiadu pogłębionego.  Przygotuj listę pytań badawczych do projektu.	
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	