



Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	METODY JAKOŚCIOWE W BADANIACH MARKETINGOWYCH, PG_00061068						
Kierunek studiów	Zarządzanie (4 semestralne), Zarządzanie (3 semestralne)						
Data rozpoczęcia studiów	luty 2024 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu	2025/2026				
Poziom kształcenia	II stopnia	Grupa zajęć	Grupa zajęć fakultatywnych				
Forma studiów	niestacjonarne (on-line)	Sposób realizacji	na uczelni				
Rok studiów	2	Język wykładowy	polski				
Semestr studiów	4	Liczba punktów ECTS	2.0				
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	Forma zaliczenia	zaliczenie				
Jednostka prowadząca	Wydział Zarządzania i Ekonomii -> Katedra Marketingu						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Od odpowiedzialny za przedmiot	dr Natalia Przybylska					
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu	dr Natalia Przybylska					
Formy zajęć i metody nauczania	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	0.0	16.0	0.0	0.0	0.0	16
	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	16	4.0	30.0	50		
Cel przedmiotu	Bada złożone problemy marketingowe organizacji stosując zróżnicowane metody jakościowe						
Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy		Efekt z przedmiotu		Sposób weryfikacji i oceny efektu		
	[K7_W04] analizuje w pogłębiony sposób złożone problemy zarządzania na podstawie wiarygodnych danych i właściwie dobranych metod, uzyskując logiczne rozwiązania		tworzy rozwiązania złożonych problemów marketingowych organizacji wykorzystując w pogłębiony sposób metody jakościowe		[SW1] Ocena wiedzy faktograficznej		
	[K7_K01] uznaje znaczenie wiedzy związanej z kierunkiem w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych		wyjaśnia poznawcze i praktyczne problemy dotyczące sytuacji rynkowej organizacji bazując na pozyskanej wiedzy		[SK5] Ocena umiejętności rozwiązywania problemów występujących w praktyce		
Treści przedmiotu	Badania jakościowe wprowadzenie Test asocjacyjny Techniki projekcyjne Personifikacja (Archetypy marki) Kolaż Test Zdań Niedokończonych (Rottera) Planowanie wywiadów grupowych Case study						
Wymagania wstępne i dodatkowe							
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)		Próg zaliczeniowy		Składowa oceny końcowej		
	Zadania		50.0%		50.0%		
	Kolokwium		50.0%		50.0%		
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur		Dominika Maison, Jakościowe metody badań marketingowych. Jak zrozumieć konsumenta, PWN, 2010 David Silverman, Prowadzenie badań jakościowych, PWN, 2008 Beata Glinka, Wojciech Czakon, Podstawy badań jakościowych, Warszawa, 2021				
	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		Adresy na platformie eNauczanie:				

Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	Przygotuj scenariusz wywiadu pogłębionego Przygotuj listę pytań badawczych do projektu
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.