



## Karta przedmiotu

|                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                |                       |       |
|------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-------|
| Nazwa i kod przedmiotu                   | MARKETING RESEARCH, PG_00070681                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                |                       |       |
| Kierunek studiów                         | Zarządzanie inżynierskie (studia w jęz. angielskim)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                |                       |       |
| Data rozpoczęcia studiów                 | październik 2026 r.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Rok akademicki realizacji przedmiotu                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 2027/2028                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                |                       |       |
| Poziom kształcenia                       | I stopnia - inżynierskie                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Grupa zajęć                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów<br>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                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | angielski                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                |                       |       |
| Semestr studiów                          | 4                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Liczba punktów ECTS                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 3.0                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                |                       |       |
| Profil kształcenia                       | ogólnoakademicki                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Forma zaliczenia                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | zaliczenie                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                |                       |       |
| Jednostka prowadząca                     | Wydziały Politechniki Gdańskiej -> Wydział Zarządzania i Ekonomii -> Katedra Marketingu                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                |                       |       |
| Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców) | Odpowiedzialny za przedmiot                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | dr hab. inż. Magdalena Brzozowska-Woś                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                |                       |       |
|                                          | Prowadzący zajęcia z przedmiotu                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                |                       |       |
| Formy zajęć                              | Forma zajęć                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Wykład                                                    | Ćwiczenia                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Laboratorium                                                                                                                                                                           | Projekt                                                                                                                        | Seminarium            | RAZEM |
|                                          | Liczba godzin zajęć                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 15.0                                                      | 0.0                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 30.0                                                                                                                                                                                   | 0.0                                                                                                                            | 0.0                   | 45    |
|                                          | W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                |                       |       |
|                                          | Adres kursu na platformie eNauczanie: <a href="https://enauczanie.pg.edu.pl/moodle/course/view.php?id=46352">https://enauczanie.pg.edu.pl/moodle/course/view.php?id=46352</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                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 45                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 3.0                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                | 27.0                  | 75    |
| Cel przedmiotu                           | Przygotowanie studentów do planowania i przeprowadzania badań marketingowych (m.in. CAWI, procedury doboru próby, konstrukcja kwestionariusza i pilotaż, opracowanie danych i ich analiza z użyciem oprogramowania statystycznego) na bazie wiedzy z zakresu procesu badawczego, pomiaru zmiennych i jakości danych, oraz kształtowanie postaw związanych z rzetelnością badawczą, odpowiedzialnością za jakość wniosków i efektywną współpracą w zespole badawczym - w kontekście testu koncepcji nowego produktu i podejmowania decyzji menedżerskich. |                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                |                       |       |
| Efekty uczenia się przedmiotu            | Efekt kierunkowy                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                           | Efekt z przedmiotu                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                        | Sposób weryfikacji i oceny efektu                                                                                              |                       |       |
|                                          | [K6_K02] jest gotów do podejmowania kompetentnych i etycznych decyzji w celu tworzenia i utrzymania wartości ekonomicznych, społecznych i środowiskowych, wykazując się działaniami przedsiębiorczymi.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                           | jest gotów podejmować decyzje na podstawie danych, uwzględniając ich rzetelność oraz możliwe konsekwencje ekonomiczne i społeczne dla organizacji i jej otoczenia.                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                        | [SK1] Ocena umiejętności pracy w grupie<br>[SK5] Ocena umiejętności rozwiązywania problemów występujących w praktyce           |                       |       |
|                                          | [K6_W03] zna wiarygodne źródła informacji i wykorzystuje zaawansowaną wiedzę do wyjaśniania współczesnych problemów zarządzania.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                           | zna i rozumie podstawowe metody i narzędzia badań marketingowych (m.in. CAWI, dobór próby, operacjonalizacja zmiennych, skale pomiarowe, kryteria jakości danych) w kontekście analizy funkcjonowania przedsiębiorstwa i jego otoczenia rynkowego                                                                                    |                                                                                                                                                                                        | [SW2] Ocena wiedzy zawartej w prezentacji                                                                                      |                       |       |
|                                          | [K6_U02] potrafi efektywnie komunikować się z otoczeniem, przygotowując prezentacje, w których stosuje terminologię specyficzną dla kierunku zarządzanie inżynierskie, a także potrafi oceniać różnorodne opinie podczas dyskusji i debat.                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                           | potrafi zaplanować i zrealizować zespołowo badanie marketingowe (test koncepcji nowego produktu/ usługi), stosując metody i narzędzia kursu: zaprojektować kwestionariusz, przeprowadzić pilotaż, przygotować książkę kodową, zintegrować i przeanalizować dane w programie statystycznym oraz przedstawić uzasadnione rekomendacje. |                                                                                                                                                                                        | [SU4] Ocena umiejętności korzystania z metod i narzędzi<br>[SU5] Ocena umiejętności zaprezentowania wyników realizacji zadania |                       |       |

|                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                         |
|-------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| Treści przedmiotu                                                 | Treści przedmiotu - wykład<br>1. Wprowadzenie do przedmiotu. Istota i typologia badań marketingowych.<br>2. Proces i projektowanie badania marketingowego.<br>3. Pomiar i jego poziomy.<br>4. Konstrukcja instrumentu pomiarowego na przykładzie kwestionariusza.<br>5. Pomiar postaw (skale).<br>6. Proces doboru próby.<br>7. Kontrola, redukcja i kodowanie danych.<br>8. Wstępna analiza danych i podział metod analizy danych.<br>9. Dwuwymiarowe (współzależność zmiennych) i wybrane wielowymiarowe metody analizy danych.<br>10. Wywiady niestandardyzowane i metody projekcyjne.<br>11. Obserwacje.<br>12. Procedury surveyowe (sondaże).<br>Treści przedmiotu - laboratoria<br>1. Zadanie projektowe, struktura raportu, sposób zaliczenia laboratorium.<br>2. Analiza i wybór koncepcji nowego produktu (tabela wyboru koncepcji).<br>3. Uszczegółowienie i scharakteryzowanie wybranej koncepcji.<br>4. Opracowanie karty koncepcji nowego produktu.<br>5. Formułowanie problemów badawczych oraz opracowanie wstępnej listy pytań.<br>6. Projekt kwestionariusza. Użycie pytań do pomiaru postaw w kwestionariuszu.<br>7. Projekt doboru próby. Test kwestionariusza.<br>8. Weryfikacja kwestionariusza i problemów w świetle doboru próby.<br>9. Opracowanie książki kodowej. Przeprowadzenie badania właściwego.<br>10. Redukcja danych, klasyfikacja odpowiedzi na pytania półotwarte i otwarte.<br>11. Uzupełnienie książki kodowej. Kodowanie danych. Opracowanie macierzy danych.<br>12. Tabulacja prosta (cechy niemetryczne i metryczne).<br>13. Zestawienie tabulacji prostych w nawiązaniu do szczegółowych problemów badawczych. Ewentualnie użycie innych metod analizy danych, np. tabele dwudzielcze i miary współzależności.<br>14. Opracowanie wyników i wniosków oraz ograniczeń.<br>15. Zintegrowanie opracowanych elementów w formie raportu. |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                         |
| Wymagania wstępne i dodatkowe                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                         |
| Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się     | Sposób oceniania (składowe)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Próg zaliczeniowy                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Składowa oceny końcowej |
|                                                                   | Egzamin pisemny w formie testu z pytaniami otwartymi i zamkniętymi                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 60.0%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 52.0%                   |
|                                                                   | 5 sprawdzianów w semestrze                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 60.0%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 24.0%                   |
|                                                                   | Raport z badania marketingowego                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 60.0%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 24.0%                   |
| Zalecana lista lektur                                             | Podstawowa lista lektur                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 1. Churchill G. A. (2002). Badania marketingowe. Metody i techniki. PWN, Warszawa<br>2. Kaczmarczyk S. (2002). Badania marketingowe. Metody i techniki. PWE, Warszawa<br>3. Kędzior Z., Karcz K. (2002). Badania marketingowe w praktyce. PWE, Warszawa                                                                                                                                                                              |                         |
|                                                                   | Uzupełniająca lista lektur                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 1. Mazurek-Łopacińska K., Sobocińska M. (2020). Badania marketingowe w gospodarce cyfrowej. Wyd. Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław<br>2. Maison D. (2010). Jakościowe metody badań marketingowych. Jak zrozumieć konsumenta. PWN, Warszawa<br>3. Sagan A. (2004). Badania marketingowe. Podstawowe kierunki. Wyd. AE w Krakowie, Kraków<br>4. Walesiak M. (1996). Metody analizy danych marketingowych. PWN, Warszawa |                         |
|                                                                   | Adresy eZasobów                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                         |
| Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania | <ul style="list-style-type: none"><li>• Zdefiniuj pojęcie badań marketingowych</li><li>• Wymień etapy procesu badania marketingowego</li><li>• Przedstaw cele i sposoby przeprowadzania badań eksploracyjnych</li><li>• Wyjaśnij istotę badań panelowych</li><li>• Przedstaw regułę przyporządkowania liczb obiektom i przykład pytania na przedziałowym poziomie pomiaru</li><li>• Zbuduj pytanie w skali Likerta</li><li>• Wymień etapy procesu doboru próby</li><li>• Wyjaśnij istotę losowania warstwowego</li><li>• Zbuduj pytanie w skali pozycyjnej i przedstaw dla niego wypełnioną książkę kodową</li><li>• Przedstaw ogólną postać tabulacji prostej</li><li>• Wyjaśnij istotę analizy skupień</li><li>• Wymień podstawowe metody gromadzenia danych pierwotnych</li><li>• Wyjaśnij istotę wywiadów pogłębionych</li><li>• Scharakteryzuj zogniskowane wywiady grupowe</li><li>• Na czym polega interrogacja i standaryzacja w procedurach surveyowych</li><li>• Zdefiniuj wywiad kwestionariuszowy</li><li>• Jakie są normy etyczne w zakresie przeprowadzania badań z dziećmi</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                         |
| Zajęcia praktyczne w ramach przedmiotu                            | Nie dotyczy                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                         |