

**Karta przedmiotu**

Nazwa i kod przedmiotu	Techniki badań ilościowych i jakościowych, PG_00178751						
Kierunek studiów	Zarządzanie (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2026 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu			2026/2027		
Poziom kształcenia	II stopnia	Grupa zajęć			Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem - profil ogólnoakademicki		
Forma studiów	niestacjonarne	Sposób realizacji			na uczelni		
Rok studiów	1	Język wykładowy			polski		
Semestr studiów	1	Liczba punktów ECTS			6.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	Forma zaliczenia			egzamin		
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Zarządzania -> Katedra Statystyki						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot	dr Tomasz Jurkiewicz					
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	16.0	16.0	0.0	0.0	0.0	32
	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	32		2.0		116.0	150
Cel przedmiotu	<p>Zdobycie wiedzy o istocie i celu badań naukowych, istocie teorii naukowych i metodzie naukowej. Zapoznanie się z metodami rozumowania, wnioskowania i generalizacji.</p> <p>Zapoznanie się ze specyfiką metod ilościowych i jakościowych, nabycie umiejętności doboru metody do problemu badawczego.</p> <p>Zdobycie umiejętności przeszukiwania zróżnicowanych baz danych ekonomicznych i finansowych, pobierania danych oraz oceny ich kompletności oraz wiarygodności. Nabycie umiejętności stawiania hipotez badawczych, celów i pytań badawczych.</p> <p>Zdobycie wiedzy na temat badań statystycznych niewyczerpujących. Nabycie praktycznych umiejętności związanych z organizacją i przeprowadzeniem badania próbkowego. Nabycie umiejętności krytycznej oceny wyników badań sondażowych, rozumienia słabych i mocnych stron badania. Nabycie umiejętności ilościowego podsumowania wyników badań.</p>						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[ZARZMU2_W02] Student w pogłębionym stopniu zna i rozumie istotę, złożoność oraz funkcjonowanie różnych rodzajów organizacji, ich arcybuty, obszary funkcjonalne oraz zachodzące w nich procesy, a także powiązania z otoczeniem.	Student identyfikuje procesy w organizacji wymagające pozyskania wiedzy z badań ilościowych i jakościowych.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[ZARZMU2_W08] Student w pogłębionym stopniu zna i rozumie cele, specyfikę i złożoność procesów zarządzania, ich powiązanie z innymi procesami w organizacji oraz towarzyszące im wyzwania i dylematy, w kontekście dynamicznie zmieniającego się otoczenia.	Student rozpoznaje potrzeby przedsiębiorstwa w zakresie pozyskania i analizy danych z badań ilościowych i jakościowych.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[ZARZMU2_W05] Student w pogłębionym stopniu zna i rozumie zaawansowane (w tym innowacyjne) metody oraz techniki pozyskiwania, opracowywania i wykorzystania danych w złożonych procesach decyzyjnych oraz zarządczych.	Student dobiera metody doboru próby do badań niewyczerpujących; identyfikuje możliwe źródła błędów w badaniach sondażowych. Student jest w stanie scharakteryzować metody badań jakościowych: metodę teorii ugruntowanej, metodę analizy przypadku, action research, oraz metody etnograficzne.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[ZARZMU2_U09] Student potrafi samodzielnie planować oraz realizować proces uczenia się i doskonalenia umiejętności zawodowych w obszarze zarządzania przez całe życie oraz ukierunkowywać innych w tym zakresie.	Student samodzielnie wyszukuje informacje o najnowszych metodach badawczych.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[ZARZMU2_U04] Student potrafi poprawnie wybrać, właściwie wykorzystywać, przystosowywać lub opracowywać nowe metody i narzędzia z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości oraz ekonomii i finansów - na potrzeby procesów decyzyjnych.	Student dobiera metodę badawczą dostosowaną do celów badania i możliwości jego realizacji. Student dobiera metodę badań jakościowych adekwatną do rozwiązywanego problemu badawczego.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[ZARZMU2_U03] Student potrafi pozyskiwać i weryfikować dane z właściwie wybranych źródeł, wykorzystywać i prezentować je na potrzeby analizy i oceny procesów oraz zjawisk gospodarczych.	Student projektuje i przeprowadza badanie sondażowe, w tym ustala sposób doboru próby, technikę zbierania danych, projektuje kwestionariusz, koduje pytania, przeprowadza podstawową analizę ilościową uzyskanych danych. Student pozyskuje dane do badania jakościowego wieloma metodami, m.in. analizy dokumentów źródłowych, wywiadów ustrukturyzowanych i semi-ustrukturyzowanych, obserwacji oraz obserwacji partycypacyjnej. Student pozyskuje dane do badań ilościowych korzystając ze zróżnicowanych źródeł, ocenia ich wiarygodność i kompletność.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[ZARZMU2_U01] Student potrafi analizować i twórczo interpretować złożone procesy oraz zjawiska społeczno-gospodarcze w kontekście podejmowania decyzji biznesowych, wykorzystując uporządkowaną wiedzę i narzędzia z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości oraz ekonomii i finansów.	Student wyjaśnia złożoność badania sondażowego, jego zalety oraz ograniczenia. Student interpretuje wyniki badań jakościowych i ilościowych i ocenia ich przydatność w procesie podejmowania decyzji biznesowych.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport [SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny

Treści przedmiotu	<p>1. Istota badań naukowych, teorii i metody naukowej. Paradygmaty badawcze</p> <p>2. Metody rozumowania: indukcja i dedukcja. Możliwości i ograniczenia generalizacji w badaniach indukcyjnych.</p> <p>3. Istota badań ilościowych i jakościowych (rodzaje badań biznesowych, etapy procesu badawczego, znaczenie danych wtórnych i pierwotnych, opis statystyczny a wnioskowanie statystyczne)</p> <p>4. Wybór próby w badaniach niewyczerpujących (istota i uwarunkowania losowych i nielosowych technik wyboru próby, probabilistyczne i nieprobabilistyczne metody wyboru próby)</p> <p>5. Techniki zbierania danych (rodzaje, wady i zalety)</p> <p>6. Charakterystyka pomiaru sondażowego (projektowanie kwestionariusza, poziomy i skale pomiaru, kodowanie pytań)</p> <p>7. Dokładność badań sondażowych (pojęcie i klasyfikacje błędów w badaniach sondażowych, błąd losowania, błąd pokrycia, błąd braku odpowiedzi, błąd pomiaru)</p> <p>8. Bazy danych ekonomicznych i finansowych</p> <p>9. Hipotezy badawcze a hipotezy statystyczne</p> <p>10. Analiza danych ilościowych</p> <p>11. Metody jakościowe: analiza przypadku, teoria ugruntowana, badania etnograficzne, metoda projektowa, action research</p>											
Wymagania wstępne i dodatkowe												
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="456 1173 794 1200">Sposób oceniania (składowe)</th> <th data-bbox="799 1173 1137 1200">Próg zaliczeniowy</th> <th data-bbox="1142 1173 1481 1200">Składowa oceny końcowej</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="456 1207 794 1234">Praca projektowa</td> <td data-bbox="799 1207 1137 1234">51.0%</td> <td data-bbox="1142 1207 1481 1234">50.0%</td> </tr> <tr> <td data-bbox="456 1240 794 1267">Egzamin pisemny</td> <td data-bbox="799 1240 1137 1267">51.0%</td> <td data-bbox="1142 1240 1481 1267">50.0%</td> </tr> </tbody> </table>			Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej	Praca projektowa	51.0%	50.0%	Egzamin pisemny	51.0%	50.0%
Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej										
Praca projektowa	51.0%	50.0%										
Egzamin pisemny	51.0%	50.0%										
Zalecana lista lektur	<p>Podstawowa lista lektur</p> <p>Babbie, E. R. <i>Podstawy badań społecznych</i>. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2009.</p> <p>Babbie E. <i>Badania społeczne w praktyce</i>. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2003.</p> <p>Kaczmarczyk S., <i>Badania marketingowe, metody i techniki</i>, PWE, Warszawa 2002.</p> <p>Kozłowski A., Szreder M., <i>Informacje spoza próby w badaniach statystycznych</i>, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2020.</p> <p>Myers, M. D. (1997). <i>Qualitative research in information systems</i>. MIS Quarterly, 21(2), 241242. <a href="https://doi.org/10.2307/249422">https://doi.org/10.2307/249422</a>.</p> <p>Saunders M.N.K. Lewis P., Thornhill A. (2015). <i>Research Methods for Business Students</i> (7th Edition), Pearson.</p>											

	Uzupełniająca lista lektur	<p>Szreder M. Kozłowski A., <i>Wnioskowanie na podstawie prób losowych i nielosowych</i>, Wydawnictwo UG, Gdańsk 2024.</p> <p>Lim, W. M. (2024). What Is Qualitative Research? An Overview and Guidelines. <i>Australasian Marketing Journal</i>.</p> <p>Yin, R. (2009). <i>Case Study Research. Design and Methods (Fourth Edi)</i>. Sage.</p>
	Adresy eZasobów	
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania		
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.