

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Badania marketingowe (Ćw. audytoryjne), PG_00080751						
Kierunek studiów	Biznes chemiczny (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2026 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu		2028/2029		
Poziom kształcenia	I stopnia - inżynierskie		Grupa zajęć		Grupa zajęć fakultatywnych		
Forma studiów	stacjonarne		Sposób realizacji		na uczelni		
Rok studiów	3		Język wykładowy		polski		
Semestr studiów	6		Liczba punktów ECTS		1.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki		Forma zaliczenia		zaliczenie		
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Ekonomiczny -> Katedra Makroekonomii						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr hab. Marek Szczepaniec				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	0.0	15.0	0.0	0.0	0.0	15
	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	15		2.0		8.0	25
Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest wyposażenie studenta w wiedzę, umiejętności i kompetencje z zakresu badań marketingowych.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[BCHINŻ_W09] Opisuje zasady tworzenia oraz rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości wykorzystując wiedzę z zakresu ekonomii.	Potrafi przygotować raport z badań marketingowych	[SW2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[BCHINŻ_U11] Wykorzystuje zdobytą wiedzę ekonomiczną w samodzielnym podejmowaniu działalności gospodarczej i rozstrzygania dylematów pracy zawodowej.	Umie zastosować wyniki badań marketingowych w praktyce	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[BCHINŻ_U12] Potrafi brać udział w analizach i ocenach alternatywnych rozwiązań problemów ekonomicznych i dobierać metody oraz instrumenty pozwalające racjonalnie je rozstrzygać.	Potrafi analizować struktury rynkowe w oparciu o wyniki badań marketingowych	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[BCHINŻ_K06] Orientuje się w ogólnych zasadach tworzenia i funkcjonowania form indywidualnej przedsiębiorczości.	Zna procedury zakładania startupów	[SK2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[BCHINŻ_W12] Ma wiedzę o człowieku jako podmiocie tworzącym struktury ekonomiczne w biznesie chemicznym oraz ma wiedzę o zasadach i motywach działania człowieka w tych strukturach.	Zna mechanizmy zachowań konsumenckich	[SW2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[BCHINŻ_W01] Opisuje w zaawansowanym stopniu relacje między ekonomią i funkcjonowaniem przemysłu chemicznego.	Potrafi opisać wybrany rynek chemiczny lub farmaceutyczny	[SW2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[BCHINŻ_W08] Wymienia i opisuje pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego oraz korzystania z zasobów informacji patentowej.	Wie, jaką rolę odgrywają innowacje w biznesie	[SW2] prezentacja/projekt/referat/raport
Treści przedmiotu	1.BADANIA MARKETINGOWE - WPROWADZENIE 2.SIM I RODZAJE BADAŃ MARKETINGOWYCH 3.BADANIA JAKOŚCIOWE I PROJEKTOWANIE SCENARIUSZA IDI 4.BADANIA FOCUS GROUP 5.BADANIA ILOŚCIOWE 6.PROJEKTOWANIE KWESTIONARIUSZA CAWI 7.BADANIA PRODUKTÓW 8.BADANIA CEN 9.BADANIA DYSTRYBUCJI 10.BADANIA KOMUNIKACJI MARKETINGOWEJ 11.RAPORT Z BADAŃ MARKETINGOWYCH		

Wymagania wstępne i dodatkowe	Brak		
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	Scenariusz	51.0%	25.0%
	Kwestionariusz	51.0%	25.0%
	Raport	51.0%	50.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	Badania marketingowe. Teoria i praktyka. Red. naukowa K. Mazurek - Łopacińska, PWN, Warszawa 2011. S. Kaczmarczyk, Badania marketingowe. Podstawy metodyczne, PWE, Warszawa 2011.	
	Uzupełniająca lista lektur	Start i rozwój przedsiębiorstw. Jak rozpocząć własną działalność gospodarczą i osiągnąć sukces? Red. Szczepaniec M., Kulawczuk P., Sierpińska M., Wyd. UG, Gdańsk 2024.	
	Adresy eZasobów		
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	Marketing Information System CAWI IDI Focus group NetPromoter Score		
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy		

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.