**Nazwa przedmiotu:**

Badania marketingowe

**Koordynator przedmiotu:**

Dr Maria Gasińska

**Status przedmiotu:**

Obowiązkowy

**Poziom kształcenia:**

Studia I stopnia

**Program:**

Zarządzanie i Inżynieria Produkcji

**Grupa przedmiotów:**

wspólna

**Kod przedmiotu:**

BAMAR

**Semestr nominalny:**

3 / rok ak. 2011/2012

**Liczba punktów ECTS:**

2

**Liczba godzin pracy studenta związanych z osiągnięciem efektów uczenia się:**

Zajęcia - 15 h.; Praca własna studenta: przygotowanie teoretyczne do własnego projektu badania marketingowego - 20 h., własny projekt badania marketingowego - 25 h.; Razem 60 h. - 2 ECTS

**Liczba punktów ECTS na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich:**

15 h. - 0,5 ECTS

**Język prowadzenia zajęć:**

polski

**Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach zajęć o charakterze praktycznym:**

45 h. - 0,5 ECTS

**Formy zajęć i ich wymiar w semestrze:**

|  |  |
| --- | --- |
| Wykład: | 0h |
| Ćwiczenia: | 15h |
| Laboratorium: | 0h |
| Projekt: | 0h |
| Lekcje komputerowe: | 0h |

**Wymagania wstępne:**

Słowa kluczowe (prerekwizyty):
rynek i jego typy; przedsiębiorstwo; zarządzanie przedsiębiorstwem; funkcje przedsiębiorstwa; analiza SWOT; analizy portfelowe; konkurencja i jej rodzaje konkurencji; analiza strategiczna firmy; pozycja konkurencyjna, badanie rynkowe; marketing; orientacja marketngowa; konsumenci i nabywcy; produkt, cena, dystrybucja i promocja jako instrumenty marketingu mix; System Informacji Marketingowej; badanie marketingowe; kwestionariusz; ankieta; hipoteza badawcza; grupa docelowa; badanie pierwotne; badanie wtórne; firmy badawcze; wywiadownie gospodarcze; biznes plan; plan marketingowy.

**Limit liczby studentów:**

zgodnie z liczebnością grupy dziekańskiej

**Cel przedmiotu:**

Opanowanie podstawowych metod i praktycznych sposobów postępowania badawczego mającego na celu wykonanie rozpoznania rynkowego lub badania marketingowego. Pozyskane umiejętności pozwolą uczestniczyć w całym cyklu badawczym lub rozumieć jego istotę i potrzebę w przypadku wykonawstwa zewnętrznego.

**Treści kształcenia:**

Ćwiczenia
1. SIM, przesłanki prowadzenia i funkcje badań marketinfowych. Badania marketingowe dla potrzeb planu marketingowego i biznes planu.
2. Badania marketingowe a badania rynku. Pojęcie i klasyfikacja badań marketingowych.
3. Projektowanie badania marketingowego. Etapy badania marketingowego a własny projekt badania.
4. Wybór metody i techniki badania. Dobór próby do badania bezpośredniego.
5. Dobór i opracownie narzędzia badawczego. Kwestionariusz. Badanie pilotażowe.
6. Organizacja pomiaru w badaniu marketingowym.
7. Analiza wyników badania.
8. Raport z badania marketingowego.
9. Rynek badań marketingowych. Etyczne aspekty badań marketingowych
10. Praca zaliczeniowa (własny projekt badania marketingowego

**Metody oceny:**

Opracowanie własnego projektu badania marketingowego.
Prezentacja projektu badania marketingowego

**Egzamin:**

tak

**Literatura:**

xxxxxx

**Witryna www przedmiotu:**

XXXXX

**Uwagi:**

## Efekty przedmiotowe

### Profil ogólnoakademicki - wiedza

**Efekt K\_W06:**

Ma usystematyzowaną wiedzę z zakresu organizacji badania marketingowego oraz kryteriów podziału i specyfiki poszczegolnych typów badań.

Weryfikacja:

Własny projekt badania marketingowego (wybór metody i techniki badawczej z uzasadnieniem )

**Powiązane efekty kierunkowe:** Wpisz opis

**Powiązane efekty obszarowe:** T1A\_W01, T1A\_W02, T1A\_W03, T1A\_W04, T1A\_W05, T1A\_W06, T1A\_W07, T1A\_W08, T1A\_W09, T1A\_W11

**Efekt K\_W01:**

Ma usystematyzowaną wiedzę z zakresu metod doboru próby, rodzajów i budowy narzędzi badawczych, analizy i interpretacji danych, sposobów opracowania raportu z badań

Weryfikacja:

Własny projekt badania marketingowego (włściwa metoda doboru próby, opracowanie narżędzia badawczego)

**Powiązane efekty kierunkowe:** Wpisz opis

**Powiązane efekty obszarowe:** T1A\_W01, T1A\_W02, T1A\_W03, T1A\_W04, T1A\_W05, T1A\_W06, T1A\_W07, T1A\_W08, T1A\_W09, T1A\_W11

### Profil ogólnoakademicki - umiejętności

**Efekt K\_U09:**

Umie podejmować decyzję i uzasadnić celowość przeprowadzenia badania marketingowego

Weryfikacja:

Własny projekt badania marketingowego

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

**Efekt K\_U03:**

Potrafi zlecić i zorganizować badanie marketingowe oraz uczestniczyć w badaniu marketingowym

Weryfikacja:

Wpisz opis

**Powiązane efekty kierunkowe:** Wpisz opis

**Powiązane efekty obszarowe:** T1A\_U01, T1A\_U02, T1A\_U05, T1A\_U07, T1A\_U08, T1A\_U09, T1A\_U10, T1A\_U11, T1A\_U12, T1A\_U13, T1A\_U14, T1A\_U15, T1A\_U16

**Efekt K\_U10:**

Potrafi opracować i zaprezentować własny projekt badania marketingowego

Weryfikacja:

Własny projekt badania marketingowego

**Powiązane efekty kierunkowe:** Wpisz opis

**Powiązane efekty obszarowe:** T1A\_U01, T1A\_U02, T1A\_U05, T1A\_U07, T1A\_U08, T1A\_U09, T1A\_U10, T1A\_U11, T1A\_U12, T1A\_U13, T1A\_U14, T1A\_U15, T1A\_U16

### Profil ogólnoakademicki - kompetencje społeczne

**Efekt K\_K07:**

Potrafi skutecznie realizować projekty programistyczno-wdrożeniowe z zakresu badań marketingowych

Weryfikacja:

Własny projekt badania marketingowego

**Powiązane efekty kierunkowe:** Wpisz opis

**Powiązane efekty obszarowe:** T1A\_K01, T1A\_K02, T1A\_K03, T1A\_K04, T1A\_K05, T1A\_K06, T1A\_K07, T2A\_K07

**Efekt K\_K05:**

Rozumie potrzebę zachowania standardów etycznych w badaniach marketingowych

Weryfikacja:

Własny projekt badania marketingowego

**Powiązane efekty kierunkowe:** Wpisz opis

**Powiązane efekty obszarowe:** T1A\_K01, T1A\_K02, T1A\_K03, T1A\_K04, T1A\_K05, T1A\_K06, T1A\_K07, T2A\_K07

**Efekt K\_K06:**

Potrafi publicznie zaprezentować wyniki własnej pracy i uczestniczyć w publicznej dyskusji nad prezentacją innych studentów

Weryfikacja:

Wlasny projekt badań marketingowych (publiczna prezentacja projektu i udział w publicznych dyskusjach nad wynikami pracy innych studentów)

**Powiązane efekty kierunkowe:** Wpisz opis

**Powiązane efekty obszarowe:** T1A\_K01, T1A\_K02, T1A\_K03, T1A\_K04, T1A\_K05, T1A\_K06, T1A\_K07, T2A\_K07