



KARTA PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	studia stacjonarne:	Z-ZB-308
	studia niestacjonarne:	Z-ZBN-308
Nazwa przedmiotu	Badania rynkowe	
Nazwa przedmiotu w języku angielskim	Market research	
Obowiązuje od roku akademickiego	2026/2027	

USYTUOWANIE PRZEDMIOTU W SYSTEMIE STUDIÓW

Kierunek studiów	ZARZĄDZANIE BIZNESOWE
Poziom kształcenia	I stopień
Profil studiów	Ogólnoakademicki
Forma i tryb prowadzenia studiów	Studia stacjonarne i niestacjonarne
Zakres	Wszystkie zakresy
Jednostka prowadząca przedmiot	Katedra Zarządzania i Organizacji
Koordinator przedmiotu	dr hab. Agnieszka Piotrowska-Piątek, prof. PŚk
Zatwierdził	dr hab. inż. Dariusz Bojczuk, prof. PŚk

OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

Przynależność do grupy/bloku przedmiotów		Przedmiot kierunkowy
Status przedmiotu		Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć		Polski
Usytuowanie w planie studiów - semestr	studia stacjonarne	Semestr III
	studia niestacjonarne	Semestr III
Wymagania wstępne		Wiedza z zakresu organizacji i zarządzania, Marketingu, Makroekonomii
Egzamin (TAK/NIE)		NIE
Liczba punktów ECTS		2

Forma prowadzenia zajęć		wykład	ćwiczenia	laboratorium	projekt	inne
Liczba godzin w semestrze	studia stacjonarne:	15			15	
	studia niestacjonarne:	9			9	

EFEKTY UCZENIA SIĘ

Kategoria	Symbol efektu	Efekty kształcenia	Odniesienie do efektów kierunkowych
Wiedza	W01	Zna istotę i obszary badań rynkowych. Rozumie potrzebę badań rynkowych jako jednego z istotnych obszarów funkcjonowania współczesnych przedsiębiorstw.	ZB1_W01 ZB1_W11
	W02	Ma wiedzę na temat przebiegu procesu badawczego.	ZB1_W01 ZB1_W11
	W03	Zna źródła, metody i narzędzia pozyskiwania danych do badań rynkowych, a także rodzaje i metody badań rynkowych.	ZB1_W01 ZB1_W11
Umiejętności	U01	Potrafi posługiwać się poznanymi metodami i narzędziami badawczymi oraz wykorzystywać wyniki badań do rozwiązywania problemów przedsiębiorstwa.	ZB1_U02 ZB1_U09 ZB1_U13
	U02	Potrafi przygotować i zaprezentować raport z przeprowadzonego badania.	ZB1_U09 ZB1_U13
	U03	Posiada umiejętność prezentowania własnego stanowiska, popierając je argumentacją opartą na wynikach przeprowadzonych badań.	ZB1_U09 ZB1_U13
Kompetencje społeczne	K01	Jest gotów współpracować w zespole, wykazuje odpowiedzialność za powierzone mu zadania, ma świadomość znaczenia etyki w życiu zawodowym.	ZB1_K03 ZB1_K07
	K02	Jest świadomy konieczności podnoszenia kwalifikacji zawodowych w związku z postępem gospodarczym.	ZB1_K02

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć	Treści programowe
wykład	Istota i rola badań rynkowych w działalności przedsiębiorstw. Obszary badań rynkowych. Badania rynków konsumenckich. Badania rynków B2B. Proces i organizacja badania rynkowego. Wykorzystanie źródeł wtórnych w badaniach rynkowych. Wykorzystanie w badaniach rynkowych obserwacji, wywiadów pogłębionych, grup fokusowych, wywiadów telefonicznych i bezpośrednich, metod opartych na kwestionariuszach. Etyka w badaniach rynku.
projekt	Wykonanie zespołowego projektu badania rynkowego (określenie problemu i celu badania, określenie badanej populacji, wybór metody i narzędzi badania, określenie budżetu i harmonogramu badania). Przeprowadzenie badania. Analiza wyników, przygotowanie i prezentacja raportu z badania.

METODY WERYFIKACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Symbol efektu	Metody sprawdzania efektów kształcenia					
	Egzamin ustny	Egzamin pisemny	Kolokwium	Projekt	Sprawozdanie	Inne (obserwacja)
W01			X			
W02			X			
W03			X			
U01				X		
U02				X		
U03				X		
K01				X		X
K02						X

FORMA I WARUNKI ZALICZENIA

Forma zajęć	Forma zaliczenia	Warunki zaliczenia
wykład	zaliczenie z oceną	Kolokwium semestralne - zaliczenie na poziomie co najmniej 50% testu pisemnego.
projekt	zaliczenie z oceną	Zaliczenie na podstawie projektu zespołowego.

NAKŁAD PRACY STUDENTA

Bilans punktów ECTS												
Lp.	Rodzaj aktywności	Obciążenie studenta										Jednostka
		studia stacjonarne					studia niestacjonarne					
1.	Udział w zajęciach zgodnie z planem studiów	W	C	L	P	S	W	C	L	P	S	h
		15			15		9			9		
2.	Inne (konsultacje, egzamin)	2			2		2			2		h
3.	Razem przy bezpośrednim udziale nauczyciela akademickiego	34					22					h
4.	Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje przy bezpośrednim udziale nauczyciela akademickiego	1,4					0,9					ECTS
5.	Liczba godzin samodzielnej pracy studenta	16					28					h
6.	Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach samodzielnej pracy	0,6					1,1					ECTS
7.	Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	25					25					h
8.	Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach zajęć o charakterze praktycznym	1,0					1,0					ECTS
9.	Sumaryczne obciążenie pracą studenta	50					50					h
10.	Punkty ECTS za moduł <i>1 punkt ECTS=25 godzin obciążenia studenta</i>	2										ECTS

LITERATURA

1. Anuszevska I., (2010), *Badania rynkowe po polsku*, wyd. CeDeWu, Warszawa.
2. Lutostański M.J., Łebkowska A., Protasiuk M. (2021), *Badanie rynku. Jak zrozumieć konsumenta?*, wyd. PWN, Warszawa.
3. Makowski M. (2019), *Gromadzenie i analiza danych rynkowych w praktyce*, wyd. CeDeWu, Warszawa.