



KARTA PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	studia stacjonarne:	Z-IZPJ1-U-533
	studia niestacjonarne:	Z-IZPJN1-U-533
Nazwa przedmiotu	Badania rynkowe	
Nazwa przedmiotu w języku angielskim	Market Research	
Obowiązuje od roku akademickiego	2026/2027	

USYTUOWANIE PRZEDMIOTU W SYSTEMIE STUDIÓW

Kierunek studiów	Inżynieria Zarządzania Produkcją i Jakością
Poziom kształcenia	I stopień
Profil studiów	Ogólnoakademicki
Forma i tryb prowadzenia studiów	Studia stacjonarne i niestacjonarne
Zakres	Inżynieria Rozwoju Wyrobu
Jednostka prowadząca przedmiot	Katedra Zarządzania i Organizacji
Koordinator przedmiotu	dr Katarzyna Kiliańska
Zatwierdził	dr hab. inż. Dariusz Bojczuk, prof. PŚk

OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

Przynależność do grupy/bloku przedmiotów		Przedmiot specjalnościowy
Status przedmiotu		Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć		Polski
Usytuowanie w planie studiów - semestr	studia stacjonarne	Semestr V
	studia niestacjonarne	Semestr V
Wymagania wstępne		Podstawy zarządzania dla inżynierów
Egzamin (TAK/NIE)		Tak
Liczba punktów ECTS		3

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	Student posiada wiedzę na temat relacji badań rynkowych z innymi obszarami nauki i wiedzy związanej z inżynierią zarządzania i jakością procesów produkcyjnych; rozumie znaczenie i miejsce badań rynkowych w przedsiębiorstwie produkcyjnym.	IZPJ1_W08
	W02	Student zna techniki i narzędzia pozyskiwania, gromadzenia, przetwarzania, analizy i prezentacji danych, właściwych dla badań rynkowych oraz możliwości ich wykorzystania w praktyce gospodarczej do analizy i poprawy efektywności działalności przedsiębiorstw – w tym do rozwiązywania problemów decyzyjnych związanych z cyklem życia produktu.	IZPJ1_W02 IZPJ1_W03
Umiejętności	U01	Student potrafi zastosować właściwe metody i techniki pozyskiwania i gromadzenia danych w ramach badań rynkowych, niezbędnych do analizy i oceny zjawisk i procesów rynkowych; potrafi w oparciu o wyciągnięte z badań wnioski podejmować właściwe decyzje.	IZPJ1_U01 IZPJ1_U08
	U02	Student potrafi przeprowadzić analizę rynkową w oparciu o zebrane informacje i dane w zakresie adekwatnym do funkcjonowania przedsiębiorstwa w wymiarze ekonomicznym, rynkowym i biznesowym.	IZPJ1_U03 IZPJ1_U08
Kompetencje społeczne	K01	Student jest gotowy do aktualizowania swojej wiedzy w zakresie identyfikowania i rozwiązywania problemów z zakresu działalności rynkowej przedsiębiorstwa produkcyjnego oraz dokonywania oceny racjonalności decyzji podmiotów gospodarczych.	IZPJ1_K01 IZPJ1_K02
	K02	Student jest gotowy do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy z wykorzystaniem wiedzy rynkowej, ze zrozumieniem interesu gospodarczego przedsiębiorstwa.	IZPJ1_K01 IZPJ1_K02

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć	Treści programowe
wykład	Rola badań rynku w procesie podejmowania decyzji w przedsiębiorstwach. Analiza otoczenia rynkowego jako punkt wyjścia do badań rynku. Źródła informacji rynkowych. Procedura projektowania badań. Zasady konstrukcji instrumentów pomiarowych. Podstawowe i złożone skale pomiarowe. Metody redukcji i analizy danych.
projekt	Charakterystyka przedsiębiorstwa jako punkt wyjściowy do badań. Sformułowanie problemu decyzyjnego oraz problemu badawczego. Zbieranie informacji ze źródeł wtórnych. Projektowanie badań pierwotnych. Zdefiniowanie próby badawczej. Projektowanie i walidacja narzędzia badawczego. Realizacja badań i analiza danych. Prezentacja wyników badań.

METODY WERYFIKACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Symbol efektu	Metody sprawdzania efektów kształcenia					
	Egzamin ustny	Egzamin pisemny	Kolokwium	Projekt	Sprawozdanie	Inne (prezentacja, dyskusja)
W01		X				
W02		X				
U01				X		X
U02				X		X
K01				X		X
K02				X		X

FORMA I WARUNKI ZALICZENIA

Forma zajęć	Forma zaliczenia	Warunki zaliczenia
wykład	egzamin	Uzyskanie co najmniej 50% punktów z egzaminu pisemnego.
projekt	zaliczenie z oceną	Uzyskanie co najmniej oceny 3,0 z projektu i prezentacji wyników badań na forum grupy w ramach zespołów w trakcie zajęć.

NAKŁAD PRACY STUDENTA

Bilans punktów ECTS													
Lp.	Rodzaj aktywności	Obciążenie studenta										Jed- nostka	
		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)	4			2		4			2		h	
3.	Razem przy bezpośrednim udziale nauczyciela akademickiego	36					24					h	
4.	Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje przy bezpośrednim udziale nauczyciela akademickiego	1,4					1,0					ECTS	
5.	Liczba godzin samodzielnej pracy studenta	39					51					h	
6.	Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach samodzielnej pracy	1,6					2,0					ECTS	
7.	Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	38					38					h	
8.	Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach zajęć o charakterze praktycznym	1,5					1,5					ECTS	
9.	Sumaryczne obciążenie pracą studenta	75					75					h	
10.	Punkty ECTS za moduł <i>1 punkt ECTS=25 godzin obciążenia studenta</i>	3										ECTS	

LITERATURA

1. Churchill G.A., (2002), *Badania marketingowe: podstawy metodologiczne*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa
2. Mazurek-Łopacińska K., (2016), *Badania marketingowe. Metody, techniki i obszary aplikacji na współczesnym rynku*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa
3. Rosa G., (2012), *Zarządzanie marketingowe*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa