



KARTA PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu		Nazwa przedmiotu	w jęz. polskim	JAKOŚCIOWE BADANIA SPOŁECZNE
			w jęz. angielskim	QUALITATIVE SOCIAL RESEARCH

Kierunek	Zarządzanie
Specjalność	przedmiot kierunkowy
Poziom kształcenia	studia pierwszego stopnia
Forma studiów	niestacjonarne
Profil kształcenia	ogólnoakademicki
Status przedmiotu	wybieralny
Rygor	zaliczenie z oceną

Semestr studiów	Liczba punktów ECTS	Liczba godzin w tygodniu				Liczba godzin w semestrze			
		W	C	L	P	W	C	L	P
III	2					9			
Razem w czasie studiów						9			

Wymagania w zakresie wiedzy, umiejętności i innych kompetencji
Brak wymagań wstępnych

Cele przedmiotu
Nabywanie wiedzy z zakresu metodologii jakościowych badań społecznych

Osiągnięte efekty uczenia się dla przedmiotu (EKP)		
Symbol	Po zakończeniu przedmiotu student:	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się
EKP_01	zna i rozumie istotę badania jakościowego. Rozumie znaczenie badania w procesie podejmowania decyzji w przedsiębiorstwie	NK_W01, NK_W02, NK_W07
EKP_02	posiada wiedzę na temat procesu badania jakościowego, metod i narzędzi wykorzystywanych w badaniach jakościowych	NK_W04, NK_W07, NK_U01
EKP_03	umie ocenić wartość projektu badania jakościowego	NK_W02, NK_W05, NK_U01

Treści programowe	Liczba godzin				Odniesienie do EKP
	W	C	L	P	
Istota badań jakościowych	1				EKP_01, EKP_03
Znaczenie badań jakościowych w procesie podejmowania decyzji	1				EKP_01, EKP_03
Proces badawczy w badaniach jakościowych	1				EKP_02, EKP_03
Metody badań jakościowych	2				EKP_02, EKP_03
Narzędzia badań jakościowych	2				EKP_02, EKP_03
Techniki projekcyjne i techniki wspomagające wykorzystywane w badaniach jakościowych	1				EKP_02, EKP_03
Etyczne aspekty badań jakościowych	1				EKP_03
Łącznie godzin	9				

Metody weryfikacji efektów uczenia się dla przedmiotu									
Symbol EKP	Test	Egzamin ustny	Egzamin pisemny	Kolokwium	Sprawozdanie	Projekt	Prezentacja	Zaliczenie praktyczne	Inne
EKP_01				x					
EKP_02				x					
EKP_03				x					

Kryteria zaliczenia przedmiotu

Zaliczenie przedmiotu: kolokwium (min 60% punktów możliwych do zdobycia).

Uwaga: student otrzymuje ocenę powyżej dostatecznej, jeżeli uzyskane efekty kształcenia przekraczają wymagane minimum.

Nakład pracy studenta				
Forma aktywności	Szacunkowa liczba godzin przeznaczona na zrealizowanie aktywności			
	W	C	L	P
Godziny kontaktowe	9			
Czytanie literatury	20			
Przygotowanie do zajęć ćwiczeniowych, laboratoryjnych, projektowych				
Przygotowanie do egzaminu, zaliczenia	15			
Opracowanie dokumentacji projektu/sprawozdania				
Uczestnictwo w zaliczeniach i egzaminach	1			
Udział w konsultacjach	4			
Łącznie godzin	49			
Sumaryczna liczba godzin dla przedmiotu	49			
Sumaryczna liczba punktów ECTS dla przedmiotu	2			
	Liczba godzin		ECTS	
Obciążenie studenta związane z zajęciami praktycznymi				
Obciążenie studenta na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich	14		0,5	

Literatura podstawowa

Maison D., Qualitative Marketing Research. Understanding Consumer Behaviour, Taylor & Francis Ltd, 2018, chapter 1, 3, 4, 9

Maison D., Jakościowe metody badań marketingowych, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2021, rozdział 1, 2, 3.

Maison D., Jakościowe metody badań społecznych. Podejście aplikacyjne, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2022.

Nikodemka-Wołowik A., Klucz do zrozumienia nabywcy – jakościowe badania marketingowe, Wyd. Grupa VERDE, Warszawa 2008

Literatura uzupełniająca

Jakościowe badania marketingowe w Internecie pod red. Jaciow M, Maciejewski G., Wyd. Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Katowice 2013.

Badania marketingowe. Od teorii do praktyki pod red. Maison D. Nogi- Bogomilskiego A., Wyd GWP, 2007, rozdział 1, 2, 3

Nicińska M., 2000, Indywidualne wywiady pogłębione i zogniskowane wywiady grupowe - analiza porównawcza, ASK nr 8, ss. 39-50, 2000

Osoba odpowiedzialna za przedmiot

dr Hanna Mackiewicz

ZZiE

Pozostałe osoby prowadzące przedmiot

dr Edyta Spodarczyk

ZZiE