

Zajęcia fakultatywne: kierunek **SOCJOLOGIA**, rok **II i III**, 2022/2023

1	Nazwa zajęć po polsku i angielsku	Przygotowanie procesu badawczego w badaniach marketingowych czyli jak dobrze zaplanować badanie od briefu do oferty
2	Imię i nazwisko wykładowcy, tytuł/stopień naukowy	Mgr Agata Matuszewska-Pyc
3	Język wykładowy	polski
4	Strona WWW	
5	Semestr	Zimowy
6	Godzinowe ekwiwalenty punktów ECTS	<p>Godziny kontaktowe (z udziałem nauczyciela akademickiego) Wykład 30h, 2 ECTS Konsultacje i zaliczenie 2h Łączna liczba godzin z udziałem nauczyciela akademickiego 32h Liczba punktów ECTS z udziałem nauczyciela akademickiego 1</p> <p>Godziny niekontaktowe (praca własna studenta) Studiowanie literatury 10 h Przygotowanie się do zaliczenia 18h Łączna liczba godzin niekontaktowych 28h Liczba punktów ECTS za godziny niekontaktowe 1</p> <p>Sumaryczna liczba punktów ECTS 2</p>
7	Wymagania wstępne	Brak
8	Opis zajęć	Zajęcia prowadzone przez doświadczoną badaczkę pracującą w firmach zajmujących się badaniami marketingowymi przygotowują studentów do pracy w agencji badawczej, oswajając ich procesem badawczym, terminologią używaną w branży badawczej oraz pozwolą zdobyć praktyczne umiejętności planowania procesu badawczego w oparciu o problemy i potrzeby badawcze różnych organizacji.
9	Zakres tematów	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terminologia – podstawowe pojęcia w planowaniu projektów badawczych. 2. Problemy badawcze – przegląd i charakterystyka problemów badawczych. 3. Zleceniodawca – kim jest twój klient. 4. Zapytanie ofertowe (brief badawczy) – struktura, oczekiwania klienta, potrzeby badawcze. 5. Ćwiczenia praktyczne – dobór metod i technik badawczych do problemów badawczych. 6. Ćwiczenia praktyczne – dobór metod i technik badawczych do problemów badawczych. 7. Ćwiczenia praktyczne – dobór metod i technik badawczych do problemów badawczych. 8. Ćwiczenia praktyczne – dobór metod i technik badawczych do problemów badawczych. 9. Ćwiczenia praktyczne – dobór metod i technik badawczych do problemów badawczych. 10. Oferta badawcza – struktura i etapy ofertowania. 11. Negocjacje cenowe, metodologiczne. 12. Ćwiczenia praktyczne – przygotowanie oferty na zadane problemy badawcze 13. Ćwiczenia praktyczne – przygotowanie oferty na zadane problemy badawcze 14. Ćwiczenia praktyczne – przygotowanie oferty na zadane problemy badawcze 15. Ćwiczenia praktyczne – przygotowanie oferty na zadane problemy badawcze

10	Literatura (z podziałem na obowiązkową i uzupełniającą)	<p>Literatura obowiązkowa:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Biała księga branży komunikacji marketingowej i badawczej. Najlepsze praktyki i narzędzia w przetargach na badania, 2019 https://dobryprzetarg.com.pl/sites/default/files/2019-10/Biala%20Ksiega%20Badania_1.pdf 2. Staszyńska K., Marka. Konsument. Badacz. Spotkania na rynku, Wolters Kluwer Polska S.A., Warszawa 2013 <p>Literatura uzupełniająca:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. -
11	Efekty uczenia się z przyporządkowaniem do efektów uczenia się kierunkowych	<p>Efekty dla Socjologii:</p> <p>Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu wybrane fakty, obiekty i zjawiska z zakresu subdyscyplin socjologicznych oraz pozostałe szczegółowe zagadnienia społeczne (K_W02) P6U_W P6S_WG</p> <p>Potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę socjologiczną w warunkach przewidywalnych i wymagających niestandardowych rozwiązań (K_U01) P6U_U P6S_UW</p> <p>Potrafi dyskutować na tematy społeczne i krytycznie oceniać stanowiska innych dyskutantów (K_U06) P6U_U P6S_UK</p>
12	Sposób weryfikacji efektów uczenia się (oddzielnie dla każdego efektu)	<p>Dla socjologii:</p> <p>K_W02: aktywność podczas zajęć w pracy indywidualne i w grupie K_U01: aktywność podczas zajęć w pracy indywidualne i w grupie K_U06: aktywność podczas zajęć w pracy indywidualne i w grupie</p>
13	Metody dydaktyczne	Wykład konwersatoryjny, praca w grupie, metoda projektów
14	<ol style="list-style-type: none"> 1 Metody oceniania 2 Kryteria oceniania 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ocena bieżącej aktywności podczas zajęć, projektów wykonywanych podczas zajęć i w domu 2. Kryterium będzie stopień dopasowania metod i technik badawczych do zadanego problemu badawczego oraz stopień dopasowania oferty badawczej do problemu badawczego klienta.
15	Uwagi	Forma zajęć pozostaje uzależniona od sytuacji pandemicznej i rozwiązań, jakie zostaną przyjęte dla dydaktyki w przyszłym semestrze