

Skrócony opis modułu kształcenia

	ZJ_S2/23/1
Kierunek lub kierunki studiów	Zarządzanie jakością w produkcji roślinnej
Nazwa modułu kształcenia, także nazwa w języku angielskim	Badania marketingowe Marketing surveys
Język wykładowy	polski
Rodzaj modułu kształcenia (obowiązkowy/fakultatywny)	fakultatywny
Poziom modułu kształcenia	studia drugiego stopnia, stacjonarne
Rok studiów dla kierunku	II
Semestr dla kierunku	II
Liczba punktów ECTS	3 (1,4/1,6)
Tytuł/ stopień/Imię i nazwisko osoby odpowiedzialnej	dr hab. Eugenia Czernyszewicz prof. UP
Jednostka oferująca przedmiot	Zakład Ekonomiki Ogrodnictwa
Cel modułu	Celem modułu jest zapoznanie z obszarami zastosowań i projektowaniem badań marketingowych, metodami, formami oraz zasadami budowy i opracowania narzędzi badawczych stosowanych w badaniach marketingowych, prowadzenia badań marketingowych, zestawienia, przetwarzania i analizy danych oraz prezentacji wyników badań marketingowych.
Treści modułu kształcenia – zwięzły opis ok. 100 słów.	Pojęcie, przesłanki i przydatność badań marketingowych do podejmowania decyzji; obszary zastosowań badań marketingowych, proces projektowania badań marketingowych z uwzględnieniem procesu i metod doboru próby i błędów popełnianych w trakcie badań; metody, formy i zasady budowy i opracowania narzędzi badawczych stosowanych w różnych rodzajach badań marketingowych; skalowanie instrumentu pomiarowego; proces przeprowadzenia badań marketingowych; sposoby zestawiania i analizy danych oraz prezentacji wyników badań, organizacja badań marketingowych w przedsiębiorstwie
Zalecana lista lektur lub lektury obowiązkowe	1. Kaczmarczyk S., Badania marketingowe. Metody i techniki. PWE, Warszawa 2002. 2. Duliniec E., Badania marketingowe w zarządzaniu przedsiębiorstwem. PWN, Warszawa 1995. 3. Berbeka J., Niemczyk A., Makówka M., Badanie rynkowych zachowań konsumentów. Wyd. AE w Krakowie, Kraków 2004.
Planowane formy/działania/metody dydaktyczne	Formy dydaktyczne: wykład, ćwiczenia, praca indywidualna, praca w grupie Metody dydaktyczne: metoda podająca (wykład multimedialny), metoda problemowa (dyskusja panelowa), analiza przypadków (studia przypadków)

