

Akademia Wychowania Fizycznego im. J. Kukuczki w Katowicach Wydział Zarządzania Sportem i Turystyką			
Kierunek studiów i poziom kształcenia:	Zarządzanie – II stopień	Tryb studiów: S/N	
Nazwa przedmiotu	BADANIA RYNKOWE W ORGANIZACJACH SPORTOWYCH I TURYSTYCZNYCH		
Nazwa zajęć	Grupa zajęć zakresu specjalności		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki		
Język wykładowy	polski		
Forma realizacji przedmiotu	obligatoryjny	X	do wyboru
Specjalność	Zarządzanie organizacjami sportowymi i turystycznymi		
Rok studiów	drugi		
Semestr	trzeci		
Liczba punktów ECTS	dwa		
Tytuł/stopień naukowy, imię i nazwisko prowadzącego zajęcia	dr Joanna Kantyka		
Kierunkowe efekty uczenia się - symbole	Przedmiotowe efekty uczenia się		
WIEDZA			
K_W01, K_W02, K_W14	W1	definiuje pojęcie badań rynkowych oraz zna ich rolę, zakres i zastosowanie w organizacjach sportowych i turystycznych	
K_W06, K_W15, K_W16	W2	ma wiedzę w zakresie przygotowywania analiz i interpretacji wyników oraz posiada wiedzę o celach organizacji w zakresie prowadzenia badań rynkowych	
K_W13, K_W14, K_W15	W3	zna etapy procesu projektowania badań rynkowych oraz podstawowe narzędzia i metody badawcze mające zastosowanie w badaniach rynkowych	
UMIEJĘTNOŚCI			
K_U01, K_U02, K_U03	U1	potrafi zaprojektować poszczególne etapy badań rynkowych	
K_U04, K_U05, K_U06	U2	potrafi skonstruować metodę badawczą, analizować i prezentować uzyskane wyniki badań w zakresie prowadzonego problemu badawczego	
K_U13, K_U14	U3	wykorzystuje zdobytą wiedzę w niezbędnych zakresach dla osiągnięcia założonych celów, posiada zdolność formułowania wniosków z uzyskanych danych oraz potrafi sporządzać raporty z realizowanych tematów badawczych	
KOMPETENCJE SPOŁECZNE			
K_K01, K_K02	K1	jest świadomy, iż wiedza z zakresu badań rynkowych wymaga ciągłej aktualizacji w związku z dynamicznie rozwijającymi się narzędziami badawczymi	
K_K03, K_K04, K_K05	K2	potrafi współdziałać i pracować w grupach projektowych i przyjmować w niej różne role	
K_K04, K_K08, K_K09	K3	jest gotowy do samodzielnego projektowania i przeprowadzenia badań naukowych	
Treści przedmiotu	<ol style="list-style-type: none"> 1. Omówienie podstawowych pojęć z zakresu badań rynkowych. 2. Rola systemu informacji w podejmowaniu decyzji oraz zakres badań rynkowych w organizacjach sportowych i turystycznych. 3. Charakterystyka etapów procesu projektowania badań. 4-5. Konstrukcja i formułowanie tematu badań, problemu badawczego, pytań i hipotez. 6. Metody doboru próby do badań. 7-8. Charakterystyka i konstrukcja metody badawczej (wywiad, eksperyment, obserwacja, kwestionariusz ankiety, metody 		

	<p>projekcyjne).</p> <p>9-10. Przeprowadzenie badań (zajęcia terenowe)</p> <p>11. Opracowanie raportu.</p> <p>12. Prezentacja multimedialna uzyskanych wyników i wniosków.</p> <p>13. Zaliczenie przedmiotu.</p>
Wymagania wstępne i dodatkowe	Brak
Literatura obowiązkowa	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Badania marketingowe: nowe metody badań i zastosowania</i>, red. nauk. Róża Milic-Czerniak, Difin, Warszawa 2019. 2. Czakon W., <i>Podstawy metodologii badań w naukach o zarządzaniu</i>, Oficyna a Wolters Kluwer Business, Warszawa 2015. 3. Creswell J.W. <i>Projektowanie badań naukowych</i>, Wydawnictwo Uniwersytet Jagielloński, Kraków 2013. 4. <i>Marketing management in recreational organisations</i>, J. Kantyka, L. O. Siguencia, K. Nagody-Mrozowicz, P. Pietrakowski., In: Society, Integration, Education : proceedings of the International Scientifical Conference, May 24th-25th, 2019. Vol. 6, Economics, innovative business and public administration finance, accounting and tax administration / ed. Velta Lubkina, Anda Zvaigzne, Inta Kotane Rezekne : Rezekne Academy of Technologies, 2019. 5. Sport and recreation product offered by tourist accommodation establishments in Poland – size and structure, Kantyka J., Chudy W. [w] Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanitas Zarządzanie Vol. 20, nr 3 (2019), s. 197-210.
Literatura uzupełniająca	<ol style="list-style-type: none"> 1. <u>Yin</u> R.K., <i>Studium przypadku w badaniach naukowych</i>, Wydawnictwo Uniwersytet Jagielloński, Kraków 2015. 2. <i>Badania marketingowe: metody, techniki i obszary aplikacji na współczesnym rynku</i>, red. nauk. Mazurek-Łopacińska K., PWN, Warszawa 2016. 3. <i>Organizacja i koncepcja marketingu w przedsiębiorstwach rekreacyjnych na przykładzie fitness klubów z województwa śląskiego</i>, Kantyka J., Cieślowski K. [w] <i>Przedsiębiorczość i Zarządzanie</i> T. 19, z. 9, cz. 3 (2018), s. 103-119. 4. <i>The relationship between the quality of the city's recreational offering and the physical activity of its inhabitants – results of a pilot survey in Bielsko-Biala</i>, Maciąg J., Kantyka J. [w] <i>Studia Periegetica</i> Vol. 29, nr 1 (2020) s. 29-50
Planowane formy/działania/ metody dydaktyczne	Samodzielna praca studenta ukierunkowana przez wykładowcę z wykorzystaniem dostępnej literatury przedmiotu; zastosowanie interaktywnych technik nauczania; zestawy slajdów zawierających tezy do poszczególnych tematów. Metody praktyczne (ćwiczenia przedmiotowe), metody słowne (wykład, pogadanka), metody aktywizujące studentów (burza mózgów).
Sposób zaliczenia	zaliczenie na ocenę
Metody oceniania osiągnięcia przedmiotowych efektów uczenia się	Prace cząstkowe – case study. Przygotowanie projektu zaliczeniowego zespołowo, dotyczącego etapów procesu badawczego tj. formowanie hipotez i analiza sytuacji, zbieranie i utworzenie bazy danych, analiza i interpretacja danych, sporządzenie raportu.
Kryteria oceniania osiągnięcia przedmiotowych efektów uczenia się	Szczegółowe warunki uzyskania oceny oraz uzupełniające elementy oceny (obecność, prace cząstkowe, aktywność na ćwiczeniach, raport zaliczeniowy itp.), prowadzący podaje do wiadomości studentom na pierwszych zajęciach oraz na zajęciach poprzedzających zaliczenie.
Praktyki zawodowe	nie dotyczy

STUDIA STACJONARNE	udział w ćwiczeniach = 26 h zapoznanie się z literaturą = 4h przygotowanie do ćwiczeń = 6h przygotowanie projektu = 6h przygotowanie do zaliczenia = 8h przeprowadzenie badań w terenie = 2h
Bilans punktów ECTS	łączna ilość godzin = 52h w bezpośrednim kontakcie z prowadzącym 50% godzin liczba punktów ECTS = 2 pkt. Minimalna ilość godzin nakładu pracy studenta 2 (pkt ECTS) x 26h = 52h

Forma oceny efektów uczenia się			
Efekty uczenia się	Forma oceny		
	Aktywność na ćwiczeniach	Projekt	Case study
W1	X		
W2	X		
W3	X		X
U1		X	X
U2		X	X
U3		X	X
K1		X	X
K2			X
K3		X	X