

| Akademia Wychowania Fizycznego im. J. Kukuczki w Katowicach Wydział Zarządzania Sportem i Turystyką | | | |
|--|---|--|-------------------|
| Kierunek studiów i poziom kształcenia: | Zarządzanie – I stopień | | Tryb studiów: S/N |
| Nazwa przedmiotu | BADANIA MARKETINGOWE Z WYKORZYSTANIEM EYETRACKERA | | |
| Nazwa grupy przedmiotów i jej symbol | Grupa przedmiotów z nauk społecznych | GNS | |
| Profil kształcenia | ogólnoakademicki | | |
| Język wykładowy | polski | | |
| Forma realizacji przedmiotu | obligatoryjny | do wyboru | X |
| Specjalność | wszystkie specjalności | | |
| Rok studiów | drugi | | |
| Semestr | trzeci | | |
| Liczba punktów ECTS | dwa | | |
| Tytuł/stopień naukowy, imię i nazwisko prowadzącego zajęcia | dr Michał Kucharski | | |
| Kierunkowe efekty uczenia się - symbole | Przedmiotowe efekty uczenia się | | |
| WIEDZA | | | |
| K_W19, | W1 | Zna zasady metodologiczne prowadzenia badań marketingowych | |
| K_W20, | W2 | Wskazuje możliwości wykorzystania eyetrackera w badaniach marketingowych | |
| K_W20, | W3 | Zna terminologię związaną z prowadzeniem badań przy wykorzystaniu eyetrackera | |
| UMIĘJĘTNOŚCI | | | |
| K_U06, | U1 | Potrafi przygotować koncepcje badań marketingowych opartych o wykorzystanie eyetrackera oraz raport z przeprowadzonych badań | |
| K_U21, | U2 | Potrafi obsługiwać urządzenie typu eyetracker | |
| KOMPETENCJE SPOŁECZNE | | | |
| K_K15, | K1 | Postępuje etycznie podczas projektowania i realizacji badań marketingowych | |
| K_K13, | K2 | Jest otwarty na uczestnictwo w badaniach marketingowych | |
| Treści przedmiotu | <p>Wykłady:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Omówienie założeń przedmiotu 2. Podstawy prowadzenia badań marketingowych 3. Charakterystyka urządzenia eyetracker oraz zasad jego wykorzystania 4. Procedura realizacji badań przy wykorzystaniu urządzenia eyetracker. 5. Tworzenie koncepcji badań marketingowych opartych o wykorzystanie eyetrackera. 6. Koncepcje badań marketingowych wykorzystujących eyetracker przygotowane przez słuchaczy. 7. Koncepcje badań marketingowych wykorzystujących eyetracker przygotowane przez słuchaczy. 8. Realizacja badań przy wykorzystaniu eyetrackera. Badania marketingowe wykorzystujące eyetracker opisywane w literaturze. 9. Realizacja badań przy wykorzystaniu eyetrackera. Badania marketingowe wykorzystujące eyetracker opisywane w literaturze. 10. Opracowywanie ofert badań marketingowych opartych o wykorzystanie eyetrackera. 11. Prezentacja badań marketingowych realizowanych przy wykorzystaniu eyetrackera. | | |

| | |
|---|---|
| | 12. Analiza danych oparta o oprogramowanie obsługujące eyetrackera. Raport z przeprowadzonych badań marketingowych opartych o wykorzystanie eyetrackera. 13. Podsumowanie najważniejszych zagadnień. |
| Wymagania wstępne i dodatkowe | |
| Literatura obowiązkowa | 1. Kucharski M., <i>Badania z wykorzystaniem eyetrackera – zastosowanie w marketingu sportowym</i> , Akademia Wychowania Fizycznego im. Jerzego Kukuczki, Katowice 2020 2. Kucharski M., <i>Możliwość wykorzystania eyetrackera w zarządzaniu marketingowym</i> , Review of Current Management Problems, Fundacja Inżynierii Rozwoju Zrównoważonego i Innowacji; Akademia Wychowania Fizycznego im. J. Kukuczki w Katowicach. - Vol. 1 (2016), s. 74-86 3. Wawer R., 2014. Eyetracking w przestrzeniach edukacji medialnej. Lubuskie Towarzystwo Naukowe. |
| Literatura uzupełniająca | 1. Duchowski A, <i>Eye tracking methodology: theory and practice</i> . Springer 2017. 2. Wyatt H. J., <i>The human pupil and the use of video-based eyetrackers</i> . Vision Research, t. 50, 2010, s. 1982-1988 |
| Planowane formy/działania/ metody dydaktyczne | wykład, praca w grupie, dyskusja, wykład, prezentacje multimedialne, wystąpienia studentów przed grupą, analiza przypadków, realizacja badań |
| Sposób zaliczenia | zaliczenie na ocenę |
| Metody oceniania osiągnięcia przedmiotowych efektów uczenia się | Zaliczenie w formie: opracowaniem samodzielnie lub w grupie danego zagadnienia – projektu, |
| Kryteria oceniania osiągnięcia przedmiotowych efektów uczenia się | Szczegółowe warunki uzyskania oceny oraz uzupełniające elementy oceny (obecność, aktywność itp.), prowadzący egzamin/zaliczenie podaje do wiadomości studentów na pierwszych zajęciach oraz na zajęciach poprzedzających egzamin/zaliczenie |
| Praktyki zawodowe | nie dotyczy |
| STUDIA STACJONARNE Bilans punktów ECTS | udział w wykładach = 26h przygotowanie koncepcji badań = 13h realizacja zadań indywidualnych = 13h łącznie liczba godzin: 52 h w bezpośrednim kontakcie z prowadzącym 50% godzin liczba punktów ECTS = 2pkt. Minimalna ilość godzin nakładu pracy studenta 2 (pkt ECTS) x 26h = 52h |

| Forma oceny efektów uczenia się | | | | |
|---------------------------------|-------------|---------|----------------------|-------------|
| Efekty uczenia się | Forma oceny | | | |
| | Test | Projekt | Dyskusja dydaktyczna | Prezentacja |
| W1 | | X | | |
| W2 | | X | | |

| | | | | |
|-----------|--|---|---|--|
| W3 | | X | | |
| U1 | | X | | |
| U2 | | X | | |
| K1 | | X | | |
| K2 | | | X | |