

KARTA PRZEDMIOTU

Załącznik Nr 1 do Zarządzenia nr 3/07/2020
z dnia 13 lipca 2020 r w sprawie wzoru karty
przedmiotu w Wyższej Szkole Menedżerskiej
w Warszawie

I. OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE (MODULE)										
NAZWA PRZEDMIOTU										
Metodologia badań w naukach o zarządzaniu / Research methodology in management sciences										
Nazwa jednostki organizacyjnej prowadzącej kierunek:			Wydział Zarządzania i Nauk Technicznych							
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:			Zarządzanie II stopnia							
Profil kształcenia:			ogólnoakademicki							
Nazwa specjalności:			-							
Rodzaj modułu uczenia się:			kierunkowy							
Rok / Semestr:			Rok 1/ semestr 2							
Osoba koordynująca przedmiot:			Dr Agnieszka Król							
Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):			Podstawowa wiedza z zarządzania i socjologii							
II. FORMY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH ORAZ WYMIAR GODZIN										
	Wykład	Ćwiczenia	Konwersatorium	Laboratorium	Warsztaty	Projekt	Seminarium	Konsultacje	Egzamin/ zaliczenie	Suma godzin
Studia stacjonarne	30	30								60
Studia niestacjonarne	15	15								30
III. METODY REALIZACJI ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH										
Formy zajęć			Metody dydaktyczne							
Wykład			dyskusja, prezentacje z wykorzystaniem środków multimedialnych							
Ćwiczenia			dyskusja, prezentacje z wykorzystaniem środków multimedialnych, zadania problemowe, case study							
IV. PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIENIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU I OBSZARÓW										
Lp.	Opis przedmiotowych efektów uczenia się								Odniesienie do efektu kierunkowego	
Wiedza:										
1.	Student zna i rozumie metodologię badań w zakresie nauk ekonomicznych i społecznych, w tym nauk o zarządzaniu i jakości, zna i rozumie metody badań w naukach o zarządzaniu; zna zasady tworzenia instrumentów badawczych, prezentacji wyników oraz zasady przygotowania pracy magisterskiej								ZO2_W05 P7S_WG	
2.	Student zna zastosowania wybranych zaawansowanych metod statystycznych, ekonometrycznych oraz narzędzi informatycznych do gromadzenia, analizy, symulacji i prezentacji danych w pracach badawczych								ZO2_W08 P7S_WG	
Umiejętności:										
1.	Student potrafi samodzielnie planować i realizować proces badawczy, poprzez rozwiązywanie problemów badawczych z obszaru zarządzania, interpretowanie wyników oraz ich prezentację.								ZO2_U16 P7S_UU	

KARTA PRZEDMIOTU

Załącznik Nr 1 do Zarządzenia nr 3/07/2020
z dnia 13 lipca 2020 r w sprawie wzoru karty
przedmiotu w Wyższej Szkole Menedżerskiej
w Warszawie

2	Student potrafi prowadzić samodzielnie działalność badawczą i kierować nią, umiejętnie korzystać ze źródeł literaturowych związanych z procesem badawczym; potrafi argumentować, formułować własne poglądy i wnioski, wyrażać się w formie ustnej i pisemnej oraz wskazywać kierunki dalszych badań w obszarze zarządzania	ZO2_U05 P7S_UW P7S_UU
Kompetencje społeczne:		
1.	Student jest gotów do uznania znaczenia wiedzy i umiejętności w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych, oraz jest gotów dalszego pogłębiania wiedzy i umiejętności z zakresu metodologii badań.	ZO2_K01 P7S_KK
2	Student jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy; jest gotów do realizacji projektów badawczych, oraz przygotowania pracy dyplomowej z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości.	ZO2_K06 P7S_KO
V. TREŚCI PROGRAMOWE (UCZENIA SIĘ)		
Lp.	Wykład:	Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się
1.	Metodologii badań w naukach o zarządzaniu. Proces badawczy oraz problemy naukowe. Systematyzacja twierdzeń naukowych.	ZO2_W05 ZO2_W08 ZO2_U16
2.	Metodyka badań w procesach rozwiązywania problemów naukowych. Przedmiot oraz klasyfikacja metod badawczych w naukach o zarządzaniu. Metody badawcze stosowane do rozwiązywania problemów naukowych. Rodzaje badań ilościowych. Organizacja badań, metody i techniki prowadzenia badań ilościowych w przedsiębiorstwach.	ZO2_U05 ZO2_K01 ZO2_K06
3.	Badania jakościowe. Istota badań jakościowych. Rodzaje badań jakościowych. Organizacja badań jakościowych. Zastosowanie metod badawczych. Studium przypadku jako metoda badawcza. Metodyka pisania pracy magisterskiej w dyscyplinie nauk o zarządzaniu.	
Lp.	Ćwiczenia/warsztaty:	Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się
1.	Projektowanie badań naukowych. Etapy projektowania badania. Konstrukcja projektu badania (elementy projektu badawczego, elementy komercyjnej oferty badawczej). Badania pilotażowe i właściwe.	ZO2_W05 ZO2_W08 ZO2_U16
2.	Budowa kwestionariusza badawczego / dobór próby. Rodzaje kwestionariuszy badawczych. Etapy budowy kwestionariusza. Rodzaje pytań w kwestionariuszu. Testowanie kwestionariusza próbnego. Ankieta i wywiad Badania ilościowe (wybrane przykłady). Badania jakościowe (wybrane przykłady)	ZO2_U05 ZO2_K01 ZO2_K06
3.	Cykl organizacyjno-wykonawczy pisania badawczej. Struktura i elementy pracy magisterskiej. Redakcja pracy badawczej. Publikacje źródłowe, prace naukowe, prace eksperckie, raporty z badań, analiza przypadków, źródła internetowe. Zakres informacji w tekstach źródłowych.	
VI. METODY WERYFIKACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ		
Efekty uczenia się	Metoda weryfikacji	Forma zajęć, w ramach której weryfikowany jest EUS(Efekt uczenia się)
Wiedza:		
ZO2_W05	Projekt (esej), test	wykład, ćwiczenia

KARTA PRZEDMIOTU

Załącznik Nr 1 do Zarządzenia nr 3/07/2020
z dnia 13 lipca 2020 r w sprawie wzoru karty
przedmiotu w Wyższej Szkole Menedżerskiej
w Warszawie

ZO2_W08				
Umiejętności:				
ZO2_U16 ZO2_U05	Projekt (esej), test	wykład, ćwiczenia		
Kompetencje społeczne:				
ZO2_K01 ZO2_K06	Projekt (esej), test	wykład, ćwiczenia		
VII. KRYTERIA OCENY OSIĄGNIĘTYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Efekty uczenia się	Ocena niedostateczna Student nie zna i nie rozumie/nie potrafi/nie jest gotów:	Zakres ocen 3,0-3,5 Student zna i rozumie /potrafi/jest gotów:	Zakres ocen 4,0-4,5 Student zna i rozumie /potrafi/jest gotów:	Ocena bardzo dobra Student zna i rozumie /potrafi/jest gotów:
Dla każdego z efektów uczenia się określonego dla modułu w zakresie wiedzy umiejętności i kompetencji	Student uzyskuje poniżej 50% max. liczby punktów dla danego efektu	Student uzyskuje od 50 do 69% max. liczby punktów dla danego efektu	Student uzyskuje od 70 do 89% max. liczby punktów dla danego efektu	Student uzyskuje powyżej 89% max. liczby punktów dla danego efektu
VIII. NAKŁAD PRACY STUDENTA – WYMIAR GODZIN I BILANS PUNKTÓW ECTS				
Rodzaj aktywności ECTS		Obciążenie studenta		
		Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne	
Udział w zajęciach dydaktycznych (wykłady, ćwiczenia, konwersatoria, projekt, laboratoria, warsztaty, seminaria) – SUMA godzin – z punktu II		60	30	
Egzamin/zaliczenie		1	1	
Udział w konsultacjach		1	1	
Projekt / esej		10	10	
Samodzielne przygotowanie się do zajęć dydaktycznych		1	16	
Przygotowanie się do zaliczenia zajęć dydaktycznych		2	17	
Sumaryczne obciążenie pracą studenta (25h = 1 ECTS) SUMA godzin/ECTS		3pkt ECTS/ 75 h	3 pkt ECTS/ 75h	
Obciążenie studenta w ramach zajęć w bezpośrednim kontakcie z nauczycielem		60	30	
Obciążenie studenta w ramach zajęć o charakterze praktycznym				
Obciążenie studenta w ramach zajęć związanych z praktycznym przygotowaniem zawodowym				
Obciążenie studenta w ramach zajęć związanych z przygotowaniem do prowadzenia badań		15	45	
IX. LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE				
Literatura podstawowa przedmiotu:				
<ol style="list-style-type: none"> 1. Czakon W., <i>Podstawy metodologii badań w naukach o zarządzaniu</i>, Wydawnictwo Nieoczywiste, Warszawa 2021; 2. Yin, Robert K., <i>Studium przypadku w badaniach naukowych. Projektowanie i metody</i>, Wydawnictwo UJ, Kraków 2015; 3. Lisiński M., Szarucki M., <i>Metody badawcze w naukach o zarządzaniu i jakości</i>, PWE, Warszawa 2021; 				

KARTA PRZEDMIOTU

Załącznik Nr 1 do Zarządzenia nr 3/07/2020
z dnia 13 lipca 2020 r w sprawie wzoru karty
przedmiotu w Wyższej Szkole Menedżerskiej
w Warszawie

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

1. Churchill G.A., *Badania marketingowe. Podstawy metodologiczne*, PWN Warszawa 2002.
2. Maison D., *Jakościowe metody badan marketingowych*, PWN Warszawa, 2010.
3. Mazurek - Łopacińska K. (red.), *Badania marketingowe. Teoria i praktyka*. PWN Warszawa 2011.
4. Maison D., Noga - Bogomilski A., *Badania marketingowe. Od teorii do praktyki*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2007.
5. Kaczmarczyk S., *Badania marketingowe. Podstawy metodyczne*, PWE, Warszawa 2011
6. Dawidziuk. S., Prace licencjackie, inżynierskie i magisterskie. Przewodnik metodologiczny dla studentów WSM. WSM Warszawa 2011, 2012, 2014;
7. Babbie, E. Podstawy badań naukowych, PWN, Warszawa 2008;
8. Frankfurt- Nachmias Ch., Nachmias D., *Metody badawcze w naukach społecznych*; Wydawnictwo Zysk i S-ka, Poznań 2001

Inne materiały dydaktyczne:

Raporty z badań, publikacje naukowe, artykuły z czasopism specjalistycznych, opisy przypadków.

Teams, Moodle