



Badania marketingowe łańcucha dostaw Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Cyfrowe łańcuchy dostaw	Cykl dydaktyczny 2025/2026	
Specjalność -	Kod przedmiotu UEPCLDS.24B.206098.25	
Jednostka organizacyjna UEP	Język wykładowy Polski	
Poziom kształcenia studia drugiego stopnia	Obligatoryjność Obowiązkowy	
Forma studiów stacjonarne	Blok zajęciowy Blok B	
Profil kształcenia ogólnoakademicki		
Osoba odpowiedzialna za treść sylabusu	Łukasz Małys	
Okres Semestr 3	Forma zaliczenia Zaliczenie	Liczba punktów ECTS 2
	Forma prowadzenia i godziny zajęć <ul style="list-style-type: none">• Uczestnictwo w wykładach: 15• Uczestnictwo w ćwiczeniach: 15	

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Zapoznanie się z zasadami i metodami badań marketingowych stosowanych w zarządzaniu łańcuchem dostaw
C2	Rozwinięcie umiejętności analizy danych rynkowych i podejmowania decyzji marketingowych w kontekście łańcucha dostaw
C3	Zdobycie wiedzy dotyczącej specyfiki badania potrzeb konsumentów i klientów biznesowych w kontekście globalnym
C4	Wykształcenie umiejętności projektowania i realizacji badań marketingowych dla wyzwań związanych z zarządzaniem łańcuchem dostaw

Cele kształcenia UEP

Kod	Treść celu
CS2_1.1	student krytycznie rozważa kwestie teoretyczne i praktyczne
CS2_1.2	student krytycznie ocenia alternatywy w celu wypracowania optymalnego rozwiązania
CS2_1.3	student rozumie najważniejsze aspekty wpływu makro- i mikrootoczenia na decyzje biznesowe
CS2_2.1	student wykorzystuje umiejętność budowania zespołu do realizacji zadań grupowych
CS2_2.2	student wykazuje umiejętności przywódcze i efektywnie pracuje w zespole
CS2_2.3	student przygotowuje prace pisemne i prezentacje ustne zgodnie ze standardami akademickimi
CS2_3.1	student rozumie i docenia, jak względy etyczne oraz zasady zrównoważonego rozwoju wpływają na decyzje biznesowe
CS2_3.2	student rozumie społeczną odpowiedzialność biznesu i istotę zrównoważonego rozwoju
CS2_3.3	student rozumie i docenia inne kultury oraz międzynarodową i społeczną różnorodność

Wymagania wstępne

Podstawowa wiedza z zakresu marketingu

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	Zna koncepcje i narzędzia badawcze stosowane w analizie łańcucha dostaw	K2_W04, K2_W05, K2_W06	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami
W2	Rozumie relacje między marketingiem a zarządzaniem łańcuchem dostaw	K2_W01, K2_W06	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami
W3	Potrafi wyjaśnić różnice w metodologii badań rynkowych w kontekście B2B i B2C	K2_W03, K2_W04, K2_W05, K2_W06	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Projekt grupowy
Umiejętności			
U1	Potrafi zaplanować proces badawczy związany z optymalizacją działań marketingowych w łańcuchu dostaw	K2_U02, K2_U08	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Projekt grupowy
U2	Analizuje dane marketingowe i interpretuje ich wpływ na zarządzanie procesami w łańcuchu dostaw	K2_U02, K2_U04, K2_U05	Projekt grupowy
U3	Opracowuje wnioski i rekomendacje na podstawie przeprowadzonych badań marketingowych	K2_U04, K2_U06, K2_U07, K2_U08	Projekt grupowy
Kompetencji społecznych			
K1	Jest gotów uwzględniać w procesie decyzyjnym cele i potrzeby partnerów biznesowych w łańcuchu dostaw	K2_K05	Projekt grupowy
K2	Świadomie korzysta z narzędzi badawczych, uwzględniając aspekty etyczne	K2_K02, K2_K03	Projekt grupowy

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Wprowadzenie do badań marketingowych w łańcuchu dostaw	C1	W1, K2
2.	Realizacja projektu badań marketingowych	C1, C4	W1, W2, U1, K2
3.	Segmentacja rynku w kontekście zarządzania łańcuchem dostaw	C3, C4	W2, W3, U1, K2
4.	Rola analizy rynku w optymalizacji logistyki i transportu	C1, C2	W2, U2, U3
5.	Narzędzia statystyczne w badaniach marketingowych	C1, C2	U2, U3, K1, K2
6.	Techniki badawcze w analizie preferencji konsumentów	C3	W3, U2, U3, K1, K2
7.	Badanie satysfakcji klientów i jego wpływ na wydajność łańcucha dostaw	C3	U1, U2, U3, K1, K2
8.	Marketing cyfrowy w zarządzaniu łańcuchem dostaw	C4	U1, K2

Literatura

Obowiązkowa

1. Kauf, S., "Badania rynkowe w zarządzaniu łańcuchem dostaw", Difin
2. Leończuk, C., "Ocena dokonań adaptacyjnego łańcucha dostaw", Oficyna Wydawnicza Politechniki Białostockiej
3. Długosz J., Ciesielski M., "Strategie łańcuchów dostaw", PWE

Zalecana

1. Kotler, P., Keller, K. L. (2019). "Marketing Management." Pearson
2. Chopra, S., Meindl, P. (2019). "Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation." Pearson
3. Lutostański M.J., Łebkowska A., Protasiuk M., Badanie rynku, PWN

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

Metoda projektów , Wykład konwencjonalny, Wykład konwersatoryjny, Wykład z prezentacją multimedialną, Analiza przypadków, Rozwiązywanie zadań

Metody nauczania	Sposób zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
Wykład	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami	50% punktów
Ćwiczenia	Projekt grupowy	50% punktów

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane aktywności
Uczestnictwo w wykładach	15

Uczestnictwo w ćwiczeniach	15	
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	10	
Przygotowanie projektu	15	
Przygotowanie raportu	5	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 60	ECTS 2.0
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 30	ECTS 1.0
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 35	ECTS 1.0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Kierunkowe efekty uczenia się

Kod	Treść
K2_W05	absolwent dobiera metody i narzędzia, w tym narzędzia statystyczne, matematyczne i informatyczne pozwalające opisywać i analizować podmioty gospodarcze funkcjonujące na rynku oraz procesy i zjawiska w nich i między nimi zachodzące, a także wspomagające procesy podejmowania decyzji ze szczególnym uwzględnieniem technologii informacyjno-komunikacyjnych i problemów zrównoważonego rozwoju
K2_W06	absolwent dobiera techniki pozyskiwania danych, pozwalające opisywać i analizować podmioty gospodarcze funkcjonujące na rynku oraz procesy i zjawiska w nich i między nimi zachodzące, a także wspomagające procesy podejmowania decyzji ze szczególnym uwzględnieniem technologii informacyjno-komunikacyjnych i problemów zrównoważonego rozwoju
K2_K02	absolwent jest gotów do podejmowania odpowiedzialnych zobowiązań społecznych, a także profesjonalnego budowania relacji społecznych i biznesowych
K2_K03	absolwent jest gotów do kierowania się interesem publicznym w podejmowanych działaniach i decyzjach ekonomicznych
K2_K05	absolwent jest gotów do uczestnictwa w rozwiązywaniu współczesnych problemów z zakresu ochrony środowiska naturalnego i zielonej transformacji
K2_U02	absolwent wprowadza usprawnienia w dziedzinie logistyki i międzynarodowych łańcuchów dostaw z wykorzystaniem technologii informacyjno-komunikacyjnych
K2_U04	absolwent diagnozuje niesprawności i bariery łańcuchów dostaw i określać sposób ich usuwania lub ograniczania
K2_U05	absolwent wykorzystuje programy komputerowe w zakresie pozyskiwania i analizy danych, niezbędnych w pracy zawodowej
K2_U06	absolwent komunikuje się, formułuje prace pisemne i raporty, opierając się na wybranych teoriach, poglądach różnych autorów i/lub danych statystycznych
K2_U07	absolwent przygotowuje wystąpienia i prezentacje ustne w języku polskim i angielskim, dotyczące wybranych zagadnień szczegółowych z zakresu łańcucha dostaw, z wykorzystaniem wybranych ujęć teoretycznych, a także różnych źródeł
K2_U08	absolwent współpracuje w zespole, przyjmuje różne role zespołowe, a także posiada elementarne umiejętności organizacyjne, które pozwalają na osiągnięcie celów związanych z projektowaniem i podejmowaniem działań zawodowych
K2_W01	absolwent definiuje w pogłębiony sposób współczesny dorobek nauk ekonomicznych, w szczególności nauk o zarządzaniu i jakości oraz ekonomii i finansów oraz rozumie ich miejsce w systemie nauk, w tym w obrębie pokrewnych dyscyplin naukowych
K2_W03	absolwent klasyfikuje w pogłębiony sposób fizyczne, informacyjne i finansowe aspekty łańcuchów dostaw i ich uwarunkowania ekologiczne, informatyczne, ekonomiczne i międzynarodowe
K2_W04	absolwent określa w pogłębionym stopniu społeczno-ekonomiczne i prawne a także etyczne i środowiskowe uwarunkowania działalności gospodarczej

Ten utwór jest dostępny na licencji Creative Commons Uznanie autorstwa 4.0 Międzynarodowa (CC BY 4.0). Autor: Łukasz Małys