



## Seminarium dyplomowe Karta opisu przedmiotu (sylabus)

### Informacje podstawowe

<b>Kierunek studiów</b> Marketing	<b>Cykl dydaktyczny</b> 2025/2026	
<b>Specjalność</b> -	<b>Kod przedmiotu</b> UEPMS.24C.409.25	
<b>Jednostka organizacyjna</b> UEP	<b>Język wykładowy</b> Polski	
<b>Poziom kształcenia</b> studia drugiego stopnia	<b>Obligatoryjność</b> Obowiązkowy	
<b>Forma studiów</b> stacjonarne	<b>Blok zajęciowy</b> Blok C	
<b>Profil kształcenia</b> ogólnoakademicki		
<b>Osoba odpowiedzialna za treść sylabusa</b>	Zygmunt Waśkowski	
<b>Okres</b> Semestr 3	<b>Forma zaliczenia</b> Zaliczenie	<b>Liczba punktów ECTS</b> 2
	<b>Forma prowadzenia i godziny zajęć</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Uczestnictwo w seminarium: 15; w tym zajęcia zdalne:<ul style="list-style-type: none"><li>◦ Seminarium synchroniczne: 15</li></ul></li></ul>	

### Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Rozwinięcie umiejętności krytycznej analizy literatury przedmiotu
C2	Uzyskanie pogłębionej wiedzy na temat zasad pisania tekstu naukowego
C3	Wykształcenie umiejętności wnioskowania na podstawie wyników badań oraz prowadzenia dyskusji naukowej
C4	Uzyskanie wiedzy z zakresu przepisów prawa autorskiego

### 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_2.3	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

Zaliczenie przedmiotów zgodnie z planem studiów, w tym znajomość metod gromadzenia i analizy danych, przygotowany plan pracy magisterskiej

### Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
<b>Wiedzy</b>			
W1	Student charakteryzuje dorobek naukowy istotny z punktu widzenia własnych badań	K2_W01, K2_W03	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
W2	Student zna zasady pisania tekstu naukowego	K2_W05	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
W3	Student zna metody wnioskowania	K2_W05	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
W4	Student zna przepisy prawa autorskiego	K2_W10	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
<b>Umiejętności</b>			
U1	Student identyfikuje i krytycznie analizuje dorobek naukowy istotny z punktu widzenia własnych badań	K2_U01, K2_U06, K2_U07	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
U2	Student opracowuje tekst naukowy	K2_U03, K2_U05	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
U3	Student interpretuje uzyskane wyniki badań	K2_U02	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
U4	Student prowadzi dyskusję na bazie uzyskanych wyników badań	K2_U02, K2_U05, K2_U07	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
U5	Student posługuje się bazami danych jako źródłem informacji	K2_U02, K2_U06	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
<b>Kompetencji społecznych</b>			
K1	Student jest zorientowany na rozwiązanie problemu naukowego	K2_K01	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
K2	Student jest otwarty na krytykę i reaguje na nią używając argumentów racjonalnych	K2_K01	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
K3	Student respektuje prawa innych osób	K2_K04	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
K4	Student postępuje etycznie w mowie i piśmie	K2_K04	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach

## Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Zasady pisania poszczególnych elementów pracy magisterskiej: wstępu, rozdziałów, zakończenia, sporządzanie bibliografii, załączników itp.	C1, C2	W1, W2, U2, U5, K1
2.	Zaawansowane metody wnioskowania na bazie dorobku literatury oraz wyników badań (indukcja, dedukcja i abdukcja)	C2, C3	W3, U2, K1
3.	Źródła informacji naukowej, zasady tworzenia i opisywania elementów graficznych (wykresy, tabele, schematy, rysunki)	C2	U2, U5, K3, K4
4.	Prawo autorskie i prawa pokrewne, w tym RODO i prawa do wizerunku osobistego	C4	W4, K3, K4
5.	Prezentacja wyników badań przeprowadzonych na potrzeby pracy	C3	W3, U1, U3, K1, K2
6.	Dyskusja nad wynikami badań	C3	U4, K1, K2, K3

## Literatura

### Obowiązkowa

- literatura adekwatna do wybranego przez studenta problemu badawczego
- Stępień, B. (2021). Zasady pisania tekstów naukowych. Warszawa. PWN
- Skarbek, W. W. (2013). Wybrane zagadnienia metodologii nauk społecznych. Piotrków Trybunalski. Naukowe Wydawnictwo Piotrkowskie.
- Lisiński, M. (2016). Metody naukowe w metodologii nauk o zarządzaniu. Przegląd Organizacji nr 4 (915), s. 11-19.

### Zalecana

- Olejnik, I. (red.). (2021). Qualitative and quantitative methods in sustainable development. Poznań: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu. <http://cenetsie.ue.poznan.pl/methods-in-sustainable-development/>
- Białowąs, S. (red.). (2021). Experimental design and biometric research. Toward innovations. Poznań: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu. <http://cenetsie.ue.poznan.pl/experimental-design-and-biometric-research/>

## Informacje rozszerzone

### Metody nauczania:

Analiza tekstów , Seminarium, Burza mózgów, Dyskusja, obserwacje uczestniczące, badania terenowe - opcjonalnie

Metody nauczania	Sposób zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
------------------	-------------------	-------------------------------

<b>Metody nauczania</b>	<b>Sposób zaliczenia</b>	<b>Warunki zaliczenia przedmiotu</b>
Seminarium	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	przygotowanie ok. 50% tekstu pracy magisterskiej

### **Rozliczenie punktów ECTS**

<b>Forma aktywności studenta</b>	<b>Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane aktywności</b>	
Uczestnictwo w seminarium	15	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	12	
Przeprowadzenie badań literaturowych	15	
Przeprowadzenie badań empirycznych	8	
Przygotowanie pracy dyplomowej	10	
<b>Łączny nakład pracy studenta</b>	<b>Liczba godzin</b> 60	<b>ECTS</b> 2.0
<b>Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela</b>	<b>Liczba godzin</b> 27	<b>ECTS</b> 1.0

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

## Kierunkowe efekty uczenia się

Kod	Treść
K2_K01	absolwent jest gotów do krytycznej analizy posiadanej wiedzy i dostępnych informacji z zakresu marketingu, uznawania pierwszeństwa merytorycznej wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych oraz zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązywaniem problemu
K2_K04	absolwent jest przygotowany do postępowania w życiu zawodowym w sposób etyczny i społecznie odpowiedzialny oraz wymaga tego od innych
K2_U01	absolwent potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę do formułowania i rozwiązywania złożonych problemów rynkowych oraz wykonywania zadań z obszaru zarządzania marketingowego
K2_U02	absolwent potrafi właściwie pozyskiwać, analizować i interpretować dane rynkowe i marketingowe oraz na ich podstawie tworzyć modele związane z zachowaniami podmiotów rynkowych w warunkach nie w pełni przewidywalnych
K2_U03	absolwent potrafi dobrać i zastosować właściwe metody i narzędzia wykorzystywane w marketingu, ze szczególnym uwzględnieniem metod i narzędzi cyfrowych, potrafi formułować i testować hipotezy związane z rozwiązywaniem problemów naukowych z obszaru handlu, marketingu i komunikacji rynkowej
K2_U05	absolwent potrafi sprawnie komunikować się z otoczeniem z użyciem specjalistycznej terminologii z zakresu marketingu w gospodarce cyfrowej
K2_U06	absolwent potrafi sprawnie posługiwać się językiem obcym na poziomie B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego
K2_U07	absolwent potrafi podejmować dyskusje, prowadzić i organizować debaty na tematy gospodarcze i biznesowe z obszaru marketingu, sprzedaży, handlu, konsumpcji oraz zachowań rynkowych konsumentów
K2_W01	absolwent ma pogłębioną wiedzę o miejscu marketingu w dziedzinie nauk społecznych oraz jego powiązaniach z różnymi dyscyplinami naukowymi
K2_W03	absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu współczesne koncepcje marketingowe oraz modele i procesy zarządzania marketingowego na rynkach dóbr i usług
K2_W05	absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu metody pozyskiwania, analizowania i interpretowania danych rynkowych
K2_W10	absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu ekonomiczne, prawne i społeczno-kulturowe uwarunkowania działalności marketingowej organizacji, a także ich przebieg, skalę i konsekwencje, w tym związane z ochroną własności przemysłowej i prawa autorskiego

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