

Badania jakościowe w UX - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	Badania jakościowe w UX
Kod przedmiotu	14.2-WP-SOCD-BJUX
Wydział	Wydział Nauk Społecznych
Kierunek	Socjologia
Profil	ogólnoakademicki
Rodzaj studiów	drugiego stopnia z tyt. magistra
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2021/2022

Informacje o przedmiocie	
Semestr	4
Liczba punktów ECTS do zdobycia	4
Typ przedmiotu	obowiązkowy
Język nauczania	polski
Sylabus opracował	dr hab. Dorota Szaban, prof. UZ

Formy zajęć					
Forma zajęć	Liczba godzin w semestrze (stacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (stacjonarne)	Liczba godzin w semestrze (niestacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (niestacjonarne)	Forma zaliczenia
Ćwiczenia	30	2	-	-	Zaliczenie na ocenę

Cel przedmiotu

Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z metodami i technikami badań jakościowych, jakie można wykorzystać w projektowaniu działań z zakresu User Experience.

Wymagania wstępne

Brak

Zakres tematyczny

1. Specyfika jakościowych badań empirycznych dla potrzeb IT.
2. Rola badań jakościowych w poszczególnych etapach procesu projektowego (wstępne badanie potrzeb; badania ewaluacyjne; testy z użytkownikami).
3. Przegląd najważniejszych metod i metodyk badań jakościowych UX.
4. Dobór próby i rekrutacja uczestników.
5. Wywiady pogłębione.
6. Badania fokusowe.
7. Badania etnograficzne: obserwacje uczestniczące i wywiad kontekstowy.
8. Analiza heurystyczna.
9. Analiza jakościowa.
10. Opracowywanie wyników badań.

Metody kształcenia

Praca warsztatowa, praca w grupie, dyskusje, prezentacje.

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Student posiada pogłębioną wiedzę na temat wybranych metod i technik badań społecznych, ich specyfiki, ograniczeń i obszarów zastosowania.	• K_W07	• praca grupowa	• Ćwiczenia
Student wie jak zaplanować i zrealizować złożone ilościowe i jakościowe badania empiryczne; ma świadomość konsekwencji metodologicznych wyborów i wie w jaki sposób zinterpretować uzyskane wyniki.	• K_W08	• praca grupowa	• Ćwiczenia
Student potrafi inicjować, planować, organizować i zarządzać pracą małego zespołu zadaniowego.	• K_U07	• praca grupowa	• Ćwiczenia
Student jest przygotowany, aby inicjować i czynnie uczestniczyć w realizacji projektów społecznych wynikających z potrzeby rozwiązania problemów społecznych,a w razie trudności zacerpnąć pomocy ekspertów.	• K_K03	• praca grupowa	• Ćwiczenia

Warunki zaliczenia

Praca grupowa i indywidualna polegająca na przygotowaniu projektów badań jakościowych z zakresu UX ; ocena końcowa to ocena z przygotowanych

i zrealizowanych projektów badań.

Literatura podstawowa

1. Babbie, E., Badania społeczne w praktyce, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2005; rozdz. 10, 11, 12, 18, 19.
2. Denzin, N. K., Lincoln, Y. S., Metody badań jakościowych, Państwowe Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2009.
3. Hammersley, M., P. Atkinson, Metody badań terenowych, Wyd. Zysk & S-ka, Poznań 2000.
4. Konecki K., Studia z metodologii badań jakościowych. Teoria ugruntowana, PWN, Warszawa 2000.
5. Maison D., Jakościowe metody badań marketingowych. Jak zrozumieć konsumenta, PWN, Warszawa 2010.
6. Miles M. B, Huberman A. M., Analiza danych jakościowych, Trans Humana, Białystok 2000.
7. Nikodemowska-Wołowik A., Jakościowe badania marketingowe, PWE, Warszawa 1999.
8. Nunnally B., Farkas D., Badanie UX. Praktyczne techniki projektowania bezkonkurencyjnych produktów, Helion S.A., Gliwice 2018.
9. Rogoś-Turek B., Mościchowska I., Badania jako podstawa projektowania User Experience, Wydawnictwo PWN, Warszawa 2020.
10. Silverman, D., Interpretacja danych jakościowych, Wydawnictwo PWN, Warszawa 2009.
11. Silverman, D., Prowadzenie badań jakościowych, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2009.

Literatura uzupełniająca

1. Goffman, E., Analiza ramowa. Esej z organizacji doświadczenia. „NOMOS”, Kraków 2010.
2. Kuniavsky M., Goodman E., Moed A. – „Observing the User Experience: A Practitioner’s Guide to User Research”, Elsevier, 2012.
3. Maison D., Zogniskowane wywiady grupowe, PWN, Warszawa 2001.
4. Plano Clark, V. L., Creswell, J. W., The Mixed Methods Reader, SAGE Publication, Los Angeles, 2008; rozdz. 1, 7, 9.
5. Sudoł S. (red.), Marketingowe testowanie produktów, PWE, Warszawa 2000.

Uwagi

Zmodyfikowane przez dr Krzysztof Lisowski (ostatnia modyfikacja: 25-04-2021 21:24)

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ