



Fundusze Europejskie
dla Rozwoju Społecznego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Sylabus kursu w programie Boot camp

Informacje podstawowe	
Nazwa kursu	Praktyczne zastosowania analizy danych w biznesie
Prowadzący kurs	dr Magdalena Jabłońska, mjablonska2@swps.edu.pl dr Magdalena Gąsiorowska , mgasiorowska@swps.edu.pl dr Karolina Szutkiewicz-Szekalska, kszutkiewicz@swps.edu.pl dr Jakub Krawiec , jkrawiec@swps.edu.pl Paweł Mytlewski pmytlewski@lewiatan.org Bartosz Jasiński b.jasinski@uczelniakorczaka.pl
Język	polski ¹
Forma kursu	Kurs e-learningowy hybrydowy z elementami synchronicznymi i asynchronicznymi
Strona www	https://openedu.swps.pl/s/
Liczba godzin dydaktycznych	60 h
Liczba godzin pracy własnej wykonywanej poza kursem	15 h
Łączna liczba godzin	75 h
Poziom kompetencji uczestników rozpoczynających kurs	Początkujący
Poziom kursu na polskiej i europejskiej ramie kwalifikacji	6
Data stworzenia kursu (mm/rrrr)	01/2026
Punkty ECTS	3

¹ Informacji podanych w kolorze czarnym w prawej kolumnie tabeli prosimy nie zmieniać.



Informacje o możliwości łączenia z innymi kursami	Brak zbudowanych ścieżek (pre-built pathways) do łączenia tego kursu z innymi. Możliwość samodzielnego łączenia tego kursu z innymi, tematycznie zbieżnymi kursami (self-built pathways).
Informacje szczegółowe	
Wymagania wstępne	Brak
Rekomendacje co do wcześniejszej wiedzy/umiejętności	<ul style="list-style-type: none">● Podstawowa obsługa komputera i Internetu: Uczestnicy powinni czuć się komfortowo korzystając z komputera, przeglądarki internetowej oraz podstawowych aplikacji biurowych.● Znajomość arkuszy kalkulacyjnych: Umiejętność pracy w programach takich jak Google Sheets lub Microsoft Excel będzie dodatkowym atutem, choć nie jest wymagana.● Podstawowe umiejętności matematyczne i logiczne myślenie: Kurs zakłada podstawowe zrozumienie matematyki oraz umiejętność analitycznego myślenia.● Otwartość na naukę nowych technologii: Uczestnicy powinni być gotowi na przyswajanie nowych narzędzi i metod pracy z danymi.● Brak wcześniejszego doświadczenia w analizie danych: Kurs jest skierowany do osób początkujących, więc wcześniejsza wiedza z zakresu analizy danych nie jest konieczna.
Opis kursu	Kurs "Praktyczne zastosowania analizy danych w biznesie" poświęcony jest nauce zbierania, interpretacji i wykorzystywania danych liczbowych oraz jakościowych w celu podejmowania trafnych decyzji biznesowych. Uczestnicy zapoznają się z darmowymi narzędziami analitycznymi oraz technikami wizualizacji danych. Głównym celem zajęć jest przekazanie praktycznych umiejętności, które można zastosować w codziennej pracy, a kurs kończy się realizacją projektu ocenianego przez ekspertów z branży.



Literatura

Batorski, D., Olcoń-Kubicka, M. (2006). Prowadzenie badań przez Internet-podstawowe zagadnienia metodologiczne. *Studia Socjologiczne*, 3(182), 9-132.

Cypryańska, M., Bedyńska, S. (2013). *Statystyczny drogowskaz 1: Praktyczne wprowadzenie do wnioskowania statystycznego*. Sedno.

Cypryańska, M., Bedyńska, S. (2013). *Statystyczny drogowskaz 2: Praktyczne wprowadzenie do analizy wariancji*. Sedno.

Książek, M., Bedyńska, S. (2012). *Statystyczny drogowskaz 3: Praktyczny przewodnik modeli regresji oraz równań strukturalnych*. Sedno.

Lutostański, M. J., Łebkowska, A., & Protasiuk, M. (2021). *Badanie rynku: Jak zrozumieć konsumenta*. Wydawnictwo Naukowe PWN.

Mościchowska, I., & Rogoś-Turek, B. (2015). *Badania jako podstawa projektowania user experience*. Wydawnictwo Naukowe PWN.

Winston, W. L. (2022). *Excel 2021 i Microsoft 365: Analiza i modelowanie danych biznesowych*. Promise.



Jakie są efekty
uczenia się?

Wiedza

1. Uczestnik wymienia podstawowe pojęcia i typów danych oraz ich głównych źródeł.
2. Uczestnik nazywa metody zbierania danych, zasadach doboru próby oraz formułowaniu pytań badawczych.
3. Uczestnik opisuje zastosowania statystyki w analizie danych.
4. Uczestnik nazywa techniki wizualizacji danych oraz tworzenia raportów.
5. Uczestnik wymienia wymogi etyczne w przetwarzaniu danych, w tym regulacje prawne.

Umiejętności

1. Uczestnik dobiera odpowiednie metody i narzędzia do zbierania i analizy danych.
2. Uczestnik tworzy ankiety oraz konstruuje pytania badawcze.
3. Uczestnik przeprowadza podstawowe analizy ilościowe i jakościowe oraz wyciąga wnioski z wyników.
4. Uczestnik opracowuje wizualizacje danych i prezentację wyników.

Kompetencje społeczne

1. Uczestnik wykazuje gotowość do samodzielnej pracy z danymi i doboru narzędzi analitycznych.
2. Uczestnik jest przygotowany do podejmowania decyzji na podstawie analiz i interpretacji danych.
3. Uczestnik postępuje zgodnie z zasadami etyki i wymogami prawnymi.
4. Uczestnik posiada umiejętność klarownego komunikowania wyników analiz dla odbiorców biznesowych.



Jakie są korzyści wynikające z osiągnięcia efektów uczenia się?

Efekty uczenia się zdobyte w ramach kursu są uniwersalne i mogą być z powodzeniem wykorzystywane w różnych obszarach życia – zarówno zawodowego, jak i osobistego.

1. W Miejscu Pracy

- **Zatrudnienie w firmach i instytucjach**

Uczestnicy kursu, dzięki rozwiniętym umiejętnościom analitycznym, mogą skutecznie wspierać procesy decyzyjne w różnych działach:

- **Marketing i e-commerce:** Analiza danych kampanii reklamowych przy użyciu narzędzi takich jak Google Analytics, Google Data Studio czy JASP pozwala na optymalizację strategii marketingowych, identyfikację trendów sprzedażowych oraz segmentację rynku.
 - **Finanse i operacje:** Umiejętność zbierania, przetwarzania i interpretacji danych umożliwia tworzenie dokładnych prognoz, monitorowanie wskaźników efektywności oraz usprawnianie procesów operacyjnych.
 - **Badania i rozwój:** Kompetencje w zakresie metodologii badań i analizowania danych jakościowych (np. opinii klientów, recenzji) pozwalają na przeprowadzanie rynkowych analiz potrzeb, co jest cenne w procesie wprowadzania nowych produktów lub usług.
-

2. Prowadzenie Działalności Gospodarczej

- **Rozwój własnej firmy lub działalności konsultingowej**

Efekty uczenia się z kursu mogą stanowić fundament dla prowadzenia działalności gospodarczej w obszarach związanych z analizą danych:

- **Usługi analityczne i doradcze:** Posiadając umiejętność tworzenia i interpretacji ankiet, analizy danych oraz wizualizacji wyników, absolwenci mogą oferować usługi konsultingowe wspierające małe i średnie przedsiębiorstwa w optymalizacji działań marketingowych, zarządzaniu danymi czy wdrażaniu rozwiązań opartych na sztucznej inteligencji.



- **Digital marketing:** Umiejętność wykorzystania narzędzi do zarządzania danymi online (Google Ads, Google Analytics) pozwala na świadczenie usług w zakresie planowania i optymalizacji kampanii reklamowych, co jest szczególnie cenne w dynamicznie rozwijającym się środowisku mediów cyfrowych.
- **Rozwój produktów i startupów:** Kompetencje z zakresu analizy danych mogą być wykorzystane przy tworzeniu innowacyjnych rozwiązań technologicznych, np. opracowywaniu narzędzi do wizualizacji danych lub platform analitycznych wspierających decyzje biznesowe.

3. Rozwój Osobisty i Hobbystyczne Zajęcia

- **Hobbystyczne zajmowanie się projektami opartymi na analizie danych**

Zdobyte umiejętności można również zastosować w sferze osobistej, rozwijając pasje i realizując indywidualne projekty:

- **Osobiste projekty analityczne:** Pasjonaci mogą wykorzystać narzędzia analityczne do monitorowania i analizowania własnych danych, np. budżetu domowego, wyników sportowych czy trendów w mediach społecznościowych. Dzięki temu mogą lepiej zrozumieć swoje zachowania i podejmować bardziej świadome decyzje.
- **Tworzenie angażujących prezentacji i raportów:** Umiejętność data storytellingu i wizualizacji danych pozwala na przekształcenie złożonych informacji w atrakcyjne i przystępne formy prezentacji – idealne nie tylko w pracy, ale także przy prowadzeniu bloga, tworzeniu treści edukacyjnych lub podczas wystąpień publicznych.
- **Rozwój kompetencji cyfrowych:** Praktyczne ćwiczenia i eksperymenty z narzędziami analitycznymi (w tym rozwiązaniami opartymi na sztucznej inteligencji) mogą stać się fundamentem dla dalszej samokształcenia i rozwoju umiejętności, co jest nieocenione w szybko zmieniającym się świecie technologii.

Liczba modułów w kursie

12



Zakres tematyczny poszczególnych modułów (+ czas trwania)	Moduł 1: W poszukiwaniu liczb (5h)
	Moduł 2: Podstawy metodologii badań (5h)
	Moduł 3: Podstawy pracy z danymi (5h)
	Moduł 4: Tworzenie ankiet i rodzaje pytań (5h)
	Moduł 5: Techniki analizowania danych ilościowych w kontekście biznesowym (5h)
	Moduł 6: Zarządzanie danymi w ekosystemie online (5h)
	Moduł 7: Eksploracja danych w sieciach społecznościowych (5h)
	Moduł 8: Data storytelling i wizualizacja danych w biznesie (5h)
	Moduł 9 : Wprowadzenie do zastosowania sztucznej inteligencji w analizie danych (5h)
	Moduł 10: Jak wykorzystać dane do mierzenia i rozwoju marki osobistej w social mediach? (4,5h)
	Moduł 11: Jak wykorzystać dane do efektywnego zarządzania zespołem? (5h)
	Moduł 12: Prezentacja projektów końcowych (5h)
Materiały dydaktyczne	<p>Teoretyczne wprowadzenie (prezentacje, e-booki, artykuły),</p> <p>Praktyczne zastosowanie wiedzy (tutoriale wideo, zadania interaktywne, symulacje, laboratoria online),</p> <p>Współpracę i wymianę doświadczeń (webinary, fora, grupy dyskusyjne), oraz</p> <p>Studia przypadków i realne przykłady (case studies, wywiady z ekspertami).</p>
Praca własna uczestnika_czki wykonywana poza kursem	<p>Praca własna uczestnika/czki wykonywana poza kursem obejmuje szereg aktywności, które mają na celu pogłębienie i utrwalenie wiedzy zdobytej podczas zajęć.</p> <p>Praca własna uczestnika/czki kursu będzie polegać na</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) wykonywaniu zadań domowych sprawdzających wiedzę z modułów (2h), 2) zapoznaniu się z materiałami dydaktycznymi przygotowanymi przez prowadzących (1h) 3) samodzielnym rozwijaniu umiejętności analitycznych w oparciu o materiały dostarczone przez prowadzących (2h) 4) realizacji końcowego projektu grupowego (10h)
Metody i kryteria oceniania	



<p>Metoda weryfikowania osiągnięcia efektów uczenia się</p>	<p>Osiągnięcie efektów uczenia się będzie weryfikowane za pomocą kilku kluczowych metod:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Wstępna weryfikacja i test wiedzy po każdym module – po zakończeniu każdego modułu uczestnicy będą podchodzić do testu, który pozwoli ocenić poziom przyswojonej wiedzy teoretycznej.2. Aktywność podczas zajęć – na bieżąco monitorowana będzie aktywność w trakcie zajęć, obejmująca zadania praktyczne realizowane indywidualnie lub grupowo. Pozwoli to na ocenę umiejętności praktycznego stosowania zdobytej wiedzy.3. Projekt końcowy – końcowym elementem weryfikacji będzie prezentacja ustna projektu, uzupełniona raportem pisemnym. Projekt ma na celu kompleksowe sprawdzenie zarówno umiejętności praktycznych, jak i umiejętności prezentacji oraz komunikacji wyników. <p>Każdy z tych elementów pozwoli na wszechstronną ocenę postępów uczestników i stopnia realizacji efektów uczenia się.</p>
<p>Kryteria oceniania</p>	<p>Kryteria oceniania obejmują kilka kluczowych wymagań. Aby zaliczyć kurs, należy:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Uzyskać minimum 70% z każdego modułu – oznacza to, że z każdej części kursu należy zdobyć co najmniej 70% maksymalnej liczby punktów.2. Osiągnąć co najmniej 80% frekwencji – wymaga się obecności na minimum 80% zajęć synchronicznych.3. Złożyć zadania praktyczne realizowane podczas zajęć.4. Uzyskać pozytywną ocenę projektu (min. 51% punktów) – projekt końcowy podlega ocenie prowadzących, a kryteria oceny zostaną ustalone później. <p>Spełnienie tych wymagań jest warunkiem pozytywnego zaliczenia kursu.</p>
<p>Warunki zaliczenia kursu</p>	<ul style="list-style-type: none">- 9 (z 11) zaliczonych modułów- Pozytywna ocena projektu grupowego na koniec zajęć – projekt oceniany przez jednego dydaktyka USWPS i jednego eksperta Konfederacji Lewiatan



Fundusze Europejskie
dla Rozwoju Społecznego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Nadzór i weryfikacja tożsamości podczas oceny	Brak nadzoru i weryfikacji tożsamości podczas testów. Nadzór i weryfikacja tożsamości podczas prezentacji projektu grupowego.
Inne ważne informacje	
Przed przystąpieniem do kursu uczestnicy powinni posiadać konto Google umożliwiające wykonywanie wszystkich zadań. Wystarczające jest konto w wersji darmowej. W opisie korzyści z kursu wspomina się o pracy z takimi narzędziami jak Google Ads, Google Analytics, Google Colab oraz Looker Studio.	
Biogramy osób prowadzących	



Fundusze Europejskie
dla Rozwoju Społecznego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



dr Magdalena Gąsiorowska - Adiunkt w Katedrze Psychologii Ekonomicznej i Biznesu, Wydział Psychologii, Uniwersytet SWPS. Naukowo zajmuje się psychologią marketingu i reklamy. Pracowała w jednej z czołowych instytucji finansowych oraz w agencjach badawczych specjalizujących się w badaniach marketingowych. Autorka i współautorka publikacji w dziedzinie psychologii poznawczej oraz marketingu i reklamy, m.in. w „Advances in Consumer Research” i „Przeglądzie Psychologicznym”. Na Uniwersytecie SWPS prowadzi zajęcia z zakresu socjalizacji ekonomicznej, warsztaty z budowania wartości marki oraz kursy z metodologii i statystyki. Była opiekunem i założycielem Koła Naukowego Psycholog w biznesie.

dr Magdalena Jabłońska - Adiunkt w Katedrze Psychologii Ekonomicznej i Biznesu na Wydziale Psychologii Uniwersytetu SWPS. Specjalizuje się w psychologii zachowań konsumenckich, marketingu – w tym marketingu miast i regionów oraz marketingu politycznego – oraz reklamie. Jest autorką i współautorką licznych publikacji z zakresu psychologii poznawczej, marketingu politycznego i marketingu terytorialnego, które ukazały się między innymi we „Frontiers in Psychology”, „Journal of Political Marketing” i „The American Journal of Psychology”. Pełniła funkcję kierowniczkę w kilku projektach badawczych, w tym grantu NCN w konkursie Preludium. Doświadczenie zawodowe zdobywała, pracując w obszarze marketingu dla wiodących firm FMCG, w agencjach konsultingowych oraz jako szkoleniowiec.

dr Karolina Szutkiewicz-Szekalska Adiunkt w Katedrze Psychologii Ekonomicznej i Biznesu na Wydziale Psychologii Uniwersytetu SWPS. Specjalizuje się w psychologii poznawczej, badając procesy decyzyjne, mechanizmy porównawcze i wybory. Autorka publikacji w „Studia Psychologiczne” i „Memory & Cognition”, prowadziła projekt „Czy więcej znaczy lepiej?” (grant BST 2012) oraz współtworzyła badania nad porównaniami społecznymi. Jej praca doktorska, obroniona we wrześniu 2022 roku, została wyróżniona przez Rektora SWPS. Od ponad 10 lat łączy naukę z praktyką, prowadząc firmę specjalizującą się w strategiach marketingowych opartych na analizach obszarowych.

dr Jakub Krawiec - Psycholog, wykładowca i badacz. Pracownik Katedry Psychologii Ekonomicznej i Biznesu, Wydziału Psychologii Uniwersytetu SWPS. Doświadczenie zawodowe zdobywał pracując m.in. w firmie badawczej Sotrender i Polskim Instytucie Ekonomicznym. Realizował projekty badawcze i szkoleniowe dla takich podmiotów jak UNICEF, Bayer czy Miasto Stołeczne Warszawa. Naukowo zajmuje się psychologią decyzji i ekonomią behawioralną, a szczególnie interwencjami behawioralnymi nastawionymi na architekturę sytuacji decyzyjnych.

Paweł Mytlewski - zastępca dyrektora Departamentu Komunikacji Konfederacji Lewiatan. Zajmuje się digital marketingiem i e-komunikacją ze szczególnym uwzględnieniem social mediów. Posiada doświadczenie w tworzeniu strategii marketingowych i budowaniu marek osobistych. W 2023 roku zdobył certyfikat DIMAQ Professional. W latach 2008-2021 pracował jako dziennikarz w największych stacjach radiowych i telewizyjnych w Polsce.

Bartosz Jasiński - Psycholog. Pracuje na Wydziale Nauk Społecznych Uczelni Korczaka, gdzie prowadzi zajęcia z przedmiotów metodologicznych i statystycznych. Pracuje również jako psycholog diagnosta oraz posiada wieloletnie doświadczeniem w pracy z placówkami medycznymi, takimi jak Enel-Med, Family Medica i Sensoriis. Współpracuje z Pracownią Testów Psychologicznych, prowadząc szkolenia z zakresu testów psychologicznych. Posiada kilkunastoletnie doświadczenie w branży ICT na stanowiskach kierowniczych, gdzie zajmował się [m.in.](#) zarządzaniem zespołami, marketingiem oraz project managementem.

Materiał opracowany przez dr Magdalenę Gąsiorowską, dr Magdalenę Jabłońską, dr Karolinę Szutkiewicz-Szekalską, dr. Jakuba Krawca, Pawła Mytlewskiego oraz Bartosza Jasińskiego, w ramach projektu Twoje kompetencje przyszłości nr. FERS.01.05-IP.08-0502/23, realizowanego przez Uniwersytet SWPS w partnerstwie z Konfederacją Lewiatan.



Fundusze Europejskie
dla Rozwoju Społecznego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Udostępniany na licencji **Creative Commons Uznanie autorstwa – Użycie niekomercyjne – Bez utworów zależnych 4.0 Międzynarodowa (CC BY-NC-ND 4.0)**.

Treść licencji: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.pl>