



UNIWERSYTET
EKONOMICZNY
W POZNANIU

Program studiów

Kierunek:	Jakość i rozwój produktu
Poziom kształcenia:	studia drugiego stopnia
Forma studiów:	stacjonarne
Rok akademicki:	2022/23

Spis treści

Charakterystyka kierunku	3
Wskaźniki programu	5
Efekty uczenia się	6
Plan studiów	9
Warunki realizacji programu studiów	13
Sylabusy	15

Charakterystyka kierunku

Informacje podstawowe

Nazwa kierunku:	Jakość i rozwój produktu
Poziom:	studia drugiego stopnia
Profil:	ogólnoakademicki
Forma:	stacjonarne
Tytuł zawodowy nadawany absolwentom:	magister
Liczba godzin zajęć:	1200 godzin
Czas trwania studiów (liczba semestrów):	4
Liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów:	120 punktów ECTS
Język kształcenia:	język polski
Poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji:	poziom 7
Dyrektor studiów w zakresie:	nauk o jakości

Dziedzina/-y nauki, do której/-ych przyporządkowany jest kierunek studiów

Dziedzina nauk społecznych, Dziedzina nauk rolniczych, Dziedzina nauk inżynierjno-technicznych

Przyporządkowanie kierunku do dziedzin oraz dyscyplin, do których odnoszą się efekty uczenia się

Nauki o zarządzaniu i jakości	53%
Technologia żywności i żywienia	22%
Inżynieria materiałowa	22%
Ekonomia i finanse	3%

Dyscyplina wiodąca

Nauki o zarządzaniu i jakości

Wskazanie związku z misją Uczelni i jej strategią rozwoju

Program czterosemestralnych studiów magisterskich na kierunku *jakość i rozwój produktu* wpisuje się w misję i strategię rozwoju Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu zapewniając kształcenie liderów i liderów budujących lepszą rzeczywistość społeczno-gospodarczą, zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju. Program studiów kładzie duży nacisk na rozwijanie umiejętności kreatywnego i krytycznego myślenia oraz kształtowanie postaw odpowiedzialnych społecznie, co przyczynia się do realizacji celów strategicznych uczelni, w szczególności w zakresie podniesienia jakości kształcenia. Absolwenci studiów magisterskich na kierunku *jakość i rozwój produktu* zdobywają wiedzę, umiejętności i kompetencje społeczne w zakresie innowacyjnych rozwiązań dotyczących projektowania i zapewniania jakości produktów oraz zarządzania jakością. Są świadomi roli, jaką mogą pełnić w otoczeniu społeczno-gospodarczym jako liderzy kształtujący i zarządzający jakością produktów w całym cyklu życia.

Opis kierunku, w szczególności cele kształcenia oraz możliwości zatrudnienia (typowe miejsca pracy) i kontynuacji kształcenia przez absolwentów studiów

Absolwent czterosemestralnych studiów magisterskich na kierunku *jakość i rozwój produktu* posiada pogłębioną wiedzę oraz umiejętności z zakresu kształtowania i oceny jakości produktów oraz zarządzania nimi we wszystkich fazach cyklu życia. Potrafi pracować twórczo i jest gotowy do promowania wartości i inspirowania zmian w organizacjach w oparciu o idee

zrównoważonego rozwoju. W zależności od obranej specjalności rozwija swoje kompetencje w zakresie projektowania i komercjalizacji produktów lub zarządzania wybraną grupą produktową.

Absolwent czterosemestralnych studiów drugiego stopnia na kierunku *jakość i rozwój produktu* posiada w szczególności wiedzę i umiejętności w zakresie:

1. Kształtowania, doskonalenia i zarządzania procesami produkcyjnymi zgodnie z założeniami zrównoważonej produkcji i konsumpcji.
2. Projektowania i zarządzania zrównoważonymi produktami (we wszystkich fazach cyklu życia).
3. Kreowania i zarządzania portfelem produktów przedsiębiorstwa.
4. Wdrażania, utrzymania i doskonalenia znormalizowanych systemów zarządzania w organizacji.
5. Kontroli i ochrony jakości produktów zgodnie z wymaganiami norm krajowych i międzynarodowych.
6. Identyfikacji i rozwiązywania problemów z zakresu zapewnienia jakości produktów.
7. Projektowania i zarządzania zintegrowaną komunikacją marketingową.

Po ukończeniu studiów magisterskich na kierunku *jakość i rozwój produktu*, Absolwent ma przygotowanie do pracy m.in. jako:

- menedżer ds. jakości i rozwoju,
- menedżer ds. marketingu produktu,
- menedżer ds. systemów zarządzania jakością, środowiskiem i bezpieczeństwem.

Swoje kwalifikacje może rozwijać na studiach podyplomowych lub podjąć kształcenie w Szkole Doktorskiej UEP.

Wskaźniki programu

łącna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia
W zależności od specjalności: Design i komercjalizacja produktu (DiKP) - 61 punktów ECTS; Menedżer produktów kosmetycznych (MPK) - 60 punktów ECTS
łącna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych, nie mniejszą niż 5 punktów ECTS
5 punktów ECTS (Filozofia z elementami logiki, Komunikacja w biznesie)
łącna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć o charakterze praktycznym, w tym zajęć laboratoryjnych, warsztatowych i projektowych
W zależności od specjalności: DiKP - 44 punkty ECTS; MPK - 40 punktów ECTS
łącna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć z języka obcego
2 punkty ECTS
łącna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach praktyk zawodowych na kierunku studiów o profilu praktycznym, a w przypadku kierunku studiów o profilu ogólnoakademickim - jeżeli program kształcenia na tych studiach przewiduje praktyki
Nie dotyczy
liczba punktów ECTS w ramach zajęć do wyboru (nie mniej niż 30% punktów ECTS koniecznej do ukończenia studiów)
63 punkty ECTS (52,5 % łącznej liczby punktów ECTS)

Efekty uczenia się

Wiedza

Kod	Opis kierunkowego efektu uczenia się	PRK
K2_W01	absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu miejsce towaroznawstwa w systemie nauk, w szczególności w dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości, oraz jego relacje w stosunku do pokrewnych dziedzin i dyscyplin naukowych	P7S_WG
K2_W02	absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu aktualnie dyskutowane w literaturze kierunkowej problemy, trendy rozwojowe i istotne nowe osiągnięcia w zakresie towaroznawstwa	P7S_WG
K2_W03	absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu zagadnienia z zakresu towaroznawstwa	P7S_WG
K2_W04	absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu złożone zjawiska i procesy przyrodnicze oraz rynkowe zachodzące w poszczególnych fazach cyklu życia produktów	P7S_WG
K2_W05	absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu stosunki społeczno-gospodarcze w zakresie obszarów wiedzy właściwych dla nauk o zarządzaniu i jakości oraz dyscyplin pokrewnych w zakresie towaroznawstwa	P7S_WG
K2_W06	absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu metody i narzędzia, w tym techniki pozyskiwania danych właściwe dla kierunku jakość i rozwój produktu	P7S_WK
K2_W07	absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu struktury instytucji społeczno-gospodarczych, ich istotne elementy, relacje między nimi oraz procesy w nich zachodzące	P7S_WK
K2_W08	absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu rolę człowieka jako uczestnika struktur, instytucji i procesów społeczno-gospodarczych	P7S_WG
K2_W09	absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu normy i reguły (prawne, organizacyjne, moralne, etyczne) organizujące struktury i instytucje społeczno-gospodarcze i rządzące nimi prawidłowości oraz ich źródła, naturę, zmiany i sposoby działania	P7S_WG
K2_W10	absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu zagadnienia z zakresu wybranych nauk niezbędny do prognozowania i interpretowania zjawisk i procesów przyrodniczych oraz do formułowania i rozwiązywania złożonych zadań z zakresu towaroznawstwa	P7S_WK
K2_W11	absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu zagadnienia zarządzania, w tym zarządzania jakością i prowadzenia działalności gospodarczej	P7S_WG
K2_W12	absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu zagadnienia umożliwiające projektowanie, budowę i rozwój systemów zarządzania jakością, środowiskiem oraz bezpieczeństwem	P7S_WG
K2_W13	absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu zagadnienia związane z cyklem życia produktów, urządzeń, obiektów i systemów technicznych oraz o oddziaływaniem produktu i procesu technologicznego na środowisko	P7S_WG
K2_W14	absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu zagadnienia planowania badań z wykorzystaniem podstawowych technik i metod badawczych stosowanych w naukach o jakości	P7S_WG
K2_W15	absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności intelektualnej i przemysłowej oraz rozumie konieczność zarządzania zasobami własności intelektualnej; zna zasady korzystania z zasobów informacji patentowej	P7S_WG

Kod	Opis kierunkowego efektu uczenia się	PRK
K2_W16	absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu zasady tworzenia i rozwoju różnych form indywidualnej przedsiębiorczości, wykorzystującej wiedzę właściwą dla kierunku jakość i rozwój produktu	P7S_WK
K2_W17	absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu zasady bezpieczeństwa i higieny pracy oraz ergonomi	P7S_WK
K2_W18	absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu sposoby pozyskiwania i rozliczania funduszy na realizację projektów naukowych i aplikacyjnych w zakresie nauk o jakości	P7S_WG

Umiejętności

Kod	Opis kierunkowego efektu uczenia się	PRK
K2_U01	absolwent potrafi pozyskiwać, analizować, integrować i wykorzystywać informacje z dostępnej literatury, wybranych baz danych, w tym źródeł elektronicznych, dokonywać ich interpretacji i krytycznej oceny, formułować i testować hipotezy związane z problemami badawczymi, a także wyciągać wnioski i formułować opinie	P7S_UW
K2_U02	absolwent potrafi formułować uzasadnione opinie na podstawie danych pochodzących z różnych źródeł	P7S_UW
K2_U03	absolwent potrafi prawidłowo i sprawnie posługiwać się wybranymi standardami i normami w celu rozwiązania konkretnych problemów decyzyjnych i zadań właściwych dla kierunku jakość i rozwój i produktu	P7S_UW
K2_U04	absolwent potrafi analizować, prognozować i oceniać procesy i zjawiska społeczno-gospodarcze z wykorzystaniem standardowych metod i narzędzi właściwych dla kierunku jakość i rozwój i produktu oraz potrafi formułować opinie, stawiać proste hipotezy badawcze i je weryfikować	P7S_UW
K2_U05	absolwent potrafi wykorzystywać zdobytą wiedzę do analizy i krytycznej oceny różnych wariantów działania oraz do samodzielnego rozwiązywania wybranych problemów decyzyjnych pojawiających się w praktyce gospodarczej	P7S_UW
K2_U06	absolwent potrafi planować i wykonywać zadania badawcze lub ekspertyzy pod kierunkiem opiekuna naukowego	P7S_UW
K2_U07	absolwent potrafi zbierać i interpretować dane empiryczne oraz na ich podstawie formułować odpowiednie wnioski	P7S_UW
K2_U08	absolwent potrafi oceniać i kształtować jakość żywności i wyrobów nieżywnościowych	P7S_UW
K2_U09	absolwent potrafi stosować techniki i metody badawcze właściwe dla nauk o zarządzaniu i jakości oraz dyscyplin pokrewnych w zakresie towaroznawstwa	P7S_UW
K2_U10	absolwent potrafi planować i realizować proces samokształcenia oraz planować własną karierę zawodową lub naukową oraz wspiera innych w tym zakresie	P7S_UU
K2_U11	absolwent potrafi posługiwać się wybranym językiem obcym na poziomie B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego, w stopniu wystarczającym do studiowania tekstów właściwych dla studiowanego kierunku studiów, wykorzystuje specjalistyczną terminologię	P7S_UK
K2_U12	absolwent potrafi biegle wykorzystywać literaturę naukową w języku polskim oraz czytać teksty naukowe w wybranym języku obcym, właściwe dla danego kierunku studiów	P7S_UK
K2_U13	absolwent potrafi, na podstawie własnych badań, przygotować opracowanie naukowe dotyczące zagadnień typowych dla kierunku jakość i rozwój i produktu	P7S_UK

Kod	Opis kierunkowego efektu uczenia się	PRK
K2_U14	absolwent potrafi przygotować prezentację dotyczącą prac badawczych i szczegółowych zagadnień właściwych dla kierunku jakość i rozwój i produktu, prowadzić debatę – przedstawiając i oceniając różne opinie i stanowiska oraz dyskutować o nich	P7S_UK
K2_U15	absolwent potrafi porozumiewać się przy użyciu różnych technik, w środowisku zawodowym oraz w innych środowiskach zaangażowanych w proces kształtowania jakości, potrafi kierować pracą zespołu, współdziałać z innymi osobami w ramach prac zespołowych i podejmować wiodącą rolę w zespole	P7S_UO

Kompetencje społeczne

Kod	Opis kierunkowego efektu uczenia się	PRK
K2_K01	absolwent jest gotów do myślenia i działania w sposób kreatywny i przedsiębiorczy, uwzględniając ekonomiczno-techniczną ocenę szans i ryzyka planowanych przedsięwzięć	P7S_KO
K2_K02	absolwent jest gotów do samodzielnego podejmowania decyzji, krytycznej oceny działań własnych, działań zespołów i organizacji, w których uczestniczy, przyjmowania odpowiedzialności za skutki tych działań, odpowiedniego ustalania priorytetów służących do realizacji określonego zadania, w szczególności związanego z kształtowaniem jakości procesów i produktów	P7S_KO
K2_K03	absolwent jest gotów do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, profesjonalnego identyfikowania i rozstrzygania dylematów związanych z wykonywaniem zawodu, realizowania zadań profesjonalnie i zgodnie z zasadami etyki zawodowej, kultywowania i upowszechniania wzorców właściwego postępowania w środowisku pracy i poza nim	P7S_KR
K2_K04	absolwent jest gotów do podejmowania odpowiedzialności za skutki społeczne swojej działalności oraz za bezpieczeństwo własne i zespołu	P7S_KO
K2_K05	absolwent jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści, uczenia się przez całe życie, zapoznawania się z publikacjami naukowymi, omawiającymi zagadnienia z zakresu nauk o jakości oraz samodzielnego i krytycznego uzupełniania oraz doskonalenia nabytej wiedzy i umiejętności rozszerzonych o wymiar interdyscyplinarny i praktyczny	P7S_KK

Plan studiów

Semestr 1

Przedmiot	Wykład/Ćwiczenia	Punkty ECTS	Forma weryfikacji	Kod	Blok
Ekonomia menedżerska	30/30	5	Zaliczenie	1	A
Zarządzanie jakością	15/30	4	Egzamin	1	A
Statystyczne sterowanie procesem	15/30	4	Egzamin	1	A
Ocena jakości produktów żywnościowych	30/45	5	Egzamin	1	A
Filozofia z elementami logiki	15/0	3	Zaliczenie	1	A
Badania marketingowe	15/30	4	Egzamin	1	B
Bezpieczeństwo i jakość produktów	30/30	5	Zaliczenie	1	B
Suma	345	30			

Semestr 2

Przedmiot	Wykład/Ćwiczenia	Punkty ECTS	Forma weryfikacji	Kod	Blok
Ocena jakości produktów nieżywnościowych	30/45	5	Egzamin	1	A
Zarządzanie przedsiębiorstwem	15/15	2	Zaliczenie	1	B
Instrumentalne metody oceny produktów	15/30	3	Egzamin	1	B
Zachowania konsumentów	30/15	3	Egzamin	1	B
Zarządzanie produktem	15/30	4	Egzamin	1	B
Wykład do wyboru I	30/0	2		0	B
E-konsument	30/0	2	Zaliczenie	0	B
Marketing relacyjny	30/0	2	Zaliczenie	0	B
Narzędzia analizy danych rynkowych	30/0	2	Zaliczenie	0	B
Nutraceutyki	15/0	1	Zaliczenie	0	B
Podstawy perfumerii	15/0	1	Zaliczenie	0	B
Techniki badania preferencji konsumentckich	15/0	1	Zaliczenie	0	B
Seminarium dyplomowe	0/15	1	Zaliczenie	1	C
Suma	285	20			

Specjalność: Design i komercjalizacja produktu

Przedmiot	Wykład/Ćwiczenia	Punkty ECTS	Forma weryfikacji	Kod	Blok
Trendy estetyczne i rynkowe	15/0	2	Zaliczenie	1	C
Zarządzanie innowacjami	15/15	3	Zaliczenie	1	C
Zarządzanie marką	15/0	2	Zaliczenie	1	C
Zarządzanie projektem	15/15	2	Zaliczenie	1	C
Design thinking	0/15	1	Zaliczenie	1	C
Suma	105	10			

Specjalność: Menedżer produktów kosmetycznych

Przedmiot	Wykład/Ćwiczenia	Punkty ECTS	Forma weryfikacji	Kod	Blok
Dobra praktyka higieniczna produktów kosmetycznych	15/45	5	Zaliczenie	1	C
Opakowania produktów kosmetycznych	15/15	3	Zaliczenie	1	C
Właściwości i jakość surowców kosmetycznych	30/0	2	Zaliczenie	1	C
Suma	120	10			

Semestr 3

Przedmiot	Wykład/Ćwiczenia	Punkty ECTS	Forma weryfikacji	Kod	Blok
Ekologiczna ocena wyrobów	15/15	4	Egzamin	1	B
Komunikacja w biznesie	15/0	2	Zaliczenie	1	B
Ochrona własności intelektualnej i przemysłowej	15/0	2	Zaliczenie	1	B
Seminarium dyplomowe	0/15	1	Zaliczenie	1	C
Konwersatorium w języku obcym	30/0	2		0	D(B)
Management and organization	30/0	2	Zaliczenie	0	D(B)
HR management and leadership	30/0	2	Zaliczenie	0	D(B)
Human resources management	30/0	2	Zaliczenie	0	D(B)
Ecological and sustainable products	15/0	1	Zaliczenie	0	D(B)
Business etiquette	15/0	1	Zaliczenie	0	D(B)
Creative thinking	15/0	1	Zaliczenie	0	D(B)
Solar power technologies for sustainable electricity generation	15/0	1	Zaliczenie	0	D(B)
La comptabilité financière et le contrôle de gestion	30/0	2	Zaliczenie	0	D(B)
Qualitätsmanagement	30/0	2	Zaliczenie	0	D(B)

Przedmiot	Wykład/Ćwiczenia	Punkty ECTS	Forma weryfikacji	Kod	Blok
Komunikacja z elementami rosyjskiej korespondencji służbowej (wykład prowadzony w języku rosyjskim)	30/0	2	Zaliczenie	0	D(B)
Current issues in economic sciences	30/0	2	Zaliczenie	0	D(B)
Wykład do wyboru II	30/0	2		0	B
Design i użyteczność produktów High-Tech	30/0	2	Zaliczenie	0	B
Media społecznościowe w marketingu	30/0	2	Zaliczenie	0	B
Toksykologia żywności i produktów kosmetycznych	30/0	2	Zaliczenie	0	B
Trendy w kosmetyce	30/0	2	Zaliczenie	0	B
Zarządzanie wzornictwem	30/0	2	Zaliczenie	0	B
Żywnienie człowieka	30/0	2	Zaliczenie	0	B
Wykład do wyboru III	30/0	3		0	B
Komunikacja marketingowa	30/0	3	Egzamin	0	B
Marketing strategiczny	30/0	3	Egzamin	0	B
Nanomateriały	30/0	3	Egzamin	0	B
Podstawy toksykologii środowiska	30/0	3	Egzamin	0	B
Public relations	30/0	3	Egzamin	0	B
Systemy pakowania	30/0	3	Egzamin	0	B
Suma	165	16			

Specjalność: Design i komercjalizacja produktu

Przedmiot	Wykład/Ćwiczenia	Punkty ECTS	Forma weryfikacji	Kod	Blok
Analiza finansowa procesu innowacyjnego	15/15	3	Zaliczenie	1	C
Projektowanie i wzornictwo opakowań	15/0	2	Zaliczenie	1	C
Konsumencka ocena produktu	15/15	3	Zaliczenie	1	C
Projektowanie produktu	30/60	6	Egzamin	1	C
Suma	165	14			

Specjalność: Menedżer produktów kosmetycznych

Przedmiot	Wykład/Ćwiczenia	Punkty ECTS	Forma weryfikacji	Kod	Blok
Marketing usług kosmetycznych	15/15	3	Zaliczenie	1	C
Projektowanie produktów kosmetycznych	15/45	6	Egzamin	1	C
Promocja kosmetyków	15/15	2	Zaliczenie	1	C

Przedmiot	Wykład/Ćwiczenia	Punkty ECTS	Forma weryfikacji	Kod	Blok
Zarządzanie marką kosmetyków	15/0	2	Zaliczenie	1	C
Biznesplan	15/0	1	Zaliczenie	1	B
Suma	150	14			

Semestr 4

Przedmiot	Wykład/Ćwiczenia	Punkty ECTS	Forma weryfikacji	Kod	Blok
Seminarium dyplomowe	0/30	22	Zaliczenie	1	C
Wykład z praktykiem	30/0	2	Zaliczenie	1	B
Wykład do wyboru IV	30/0	2		0	B
Alergeny żywności i kosmetyków	30/0	2	Zaliczenie	0	B
Kierowanie zespołami ludzkimi	30/0	2	Zaliczenie	0	B
Marketing instytucji kultury	30/0	2	Zaliczenie	0	B
Merchandising	30/0	2	Zaliczenie	0	B
Zarządzanie kategorią produktów	30/0	2	Zaliczenie	0	B
Suma	90	26			

Specjalność: Design i komercjalizacja produktu

Przedmiot	Wykład/Ćwiczenia	Punkty ECTS	Forma weryfikacji	Kod	Blok
Komercjalizacja produktu	15/15	3	Egzamin	1	C
Projektowanie doświadczeń klienta	0/15	1	Zaliczenie	1	C
Suma	45	4			

Specjalność: Menedżer produktów kosmetycznych

Przedmiot	Wykład/Ćwiczenia	Punkty ECTS	Forma weryfikacji	Kod	Blok
Zarządzanie cenami i dystrybucją kosmetyków	15/30	4	Egzamin	1	C
Suma	45	4			

0 - Do wyboru
1 - Obowiązkowy
2 - Techniczny do wyboru
3 - Kierunkowy do wyboru
4 - Humanistyczny do wyboru

Warunki realizacji programu studiów

Udokumentowanie, że w ramach programu studiów o profilu ogólnoakademickim - co najmniej 75% godzin zajęć prowadzonych jest przez nauczycieli akademickich zatrudnionych w tej uczelni jako podstawowym miejscu pracy

Zgodnie z proponowaną obsadą zajęć co najmniej 75% godzin zajęć będzie prowadzonych przez nauczycieli akademickich zatrudnionych w Uczelni jako podstawowym miejscu pracy.

Planowany przydział i wymiar zajęć dla nauczycieli akademickich oraz innych osób, proponowanych do prowadzenia zajęć, z uwzględnieniem liczby godzin zajęć przydzielonych nauczycielowi akademickiemu zatrudnionemu w uczelni jako podstawowym miejscu pracy

1200 godzin, w tym co najmniej 900 godzin zajęć (75% z 1200 godzin, niezależnie od specjalności) będzie prowadzonych przez nauczycieli akademickich zatrudnionych w UEP jako podstawowym miejscu pracy, co wynika z corocznie zatwierdzonej obsady zajęć.

Planowany przydział i wymiar zajęć dla nauczycieli akademickich oraz innych osób, proponowanych do prowadzenia zajęć, z uwzględnieniem zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach studiów o profilu praktycznym lub zajęć związanych z prowadzoną w uczelni działalnością naukową w ramach studiów o profilu ogólnoakademickim

Liczba godzin zajęć związanych z prowadzoną w uczelni działalnością naukową wynosi 705 godzin.

Wymiar, zasady i forma odbywania praktyk zawodowych dla kierunku studiów o profilu praktycznym, a w przypadku kierunku studiów o profilu ogólnoakademickim - jeżeli program studiów na tych studiach przewiduje praktyki

Program nie przewiduje obowiązkowych praktyk zawodowych.

Sposób uwzględnienia wyników analizy zgodności zakładanych efektów uczenia się z potrzebami rynku pracy

Potrzeby rynku pracy w Polsce zostały zidentyfikowane i uwzględnione w programie studiów we współpracy z wykładowcami prowadzącymi zajęcia na kierunku, którzy mają doświadczenie w praktyce gospodarczej oraz znają bieżące wymagania rynku. Program studiów magisterskich po studiach licencjackich uwzględnia także wskazówki przedstawicieli praktyki gospodarczej w zakresie tematyki i form prowadzenia zajęć oraz wnioski wynikające z uwag absolwentów, którzy oceniają proces kształcenia na zakończenie studiów.

Sylabusy



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Ekonomia menedżerska		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Managerial economics		
Kod przedmiotu UEPjRPS.21A.1305.22	Rok / semestr 1 / 1	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 30 Ćwiczenia: 30	Liczba punktów ECTS 5	Blok zajęciowy A

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Przekazanie wiedzy dotyczącej teoretycznych podstaw podejmowania decyzji menedżerskich w różnych warunkach rynkowych (w tym decyzji o charakterze strategicznym).
C2	Poznanie metod i narzędzi analizy ekonomicznej stosowanych w podejmowaniu optymalnych decyzji menedżerskich.
C3	Wykształcenie umiejętności identyfikacji i analizy czynników istotnych dla podejmowanej decyzji.
C4	Wykształcenie umiejętności zastosowania narzędzi ekonomicznych do rozwiązania problemów decyzyjnych w praktyce gospodarczej.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Wyjaśnia podstawowe kategorie i reguły służące podejmowaniu optymalnych decyzji menedżerskich i formułowaniu strategii rynkowych przedsiębiorstw.	K2_W07, K2_W09
W2	Zna i rozumie metody oraz narzędzia analizy ekonomicznej wykorzystywane w procesach decyzyjnych.	K2_W06
Umiejętności		
U1	Identyfikuje problem decyzyjny, warianty działania oraz wskazuje i analizuje zmienne istotne dla podejmowanej decyzji.	K2_U05
U2	Rozwiązuje określony problem decyzyjny z wykorzystaniem odpowiednich metod i narzędzi analizy ekonomicznej.	K2_U03, K2_U05
Kompetencji społecznych		
K1	W procesie podejmowania decyzji uwzględnia ocenę szans i ryzyka różnych wariantów działania, ma świadomość wpływu warunków otoczenia rynkowego na stopień realizacji przyjętych celów strategicznych.	K2_K01

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Pojęcie i obszary zainteresowań ekonomii menedżerskiej. Etapy podejmowania decyzji menedżerskich.	C1	W1, K1
2.	Zastosowanie analizy marginalnej w podejmowaniu decyzji dotyczących zakresu działalności. Analiza wrażliwości.	C1, C2, C3, C4	W1, W2, U1, U2
3.	Analiza popytu: determinanty popytu, elastyczność popytu i prognozowanie wielkości sprzedaży.	C1, C2, C3	W1, W2, U1
4.	Polityka cenowa: maksymalizacja utargu całkowitego, czysty problem sprzedaży, strategia ceny jednolitej, strategia różnicowania cen, decyzje cenowe i ustalanie cen w praktyce gospodarczej, polityka cenowa w warunkach popytu współzależnego.	C1, C2, C3, C4	W1, W2, U1, U2
5.	Empiryczna analiza popytu: źródła informacji dotyczące popytu, modelowanie funkcji popytu.	C2, C3	W2, U1
6.	Decyzje w sferze produkcji: analiza funkcji produkcji, optymalny poziom czynnika (czynników) produkcji, problem alokacji pojedynczego czynnika produkcji - przedsiębiorstwo wielozakładowe, produkcja wieloasortymentowa.	C1, C2, C3, C4	W1, W2, U1, U2
7.	Zastosowanie analizy kosztów w procesie decyzyjnym: analiza kosztów w krótkim i długim okresie, koszty ekonomiczne a koszty księgowo, koszty istotne dla podejmowanych decyzji: błąd kosztu stałego, błąd kosztu ukrytego, ilościowy i cenowy próg rentowności, koszty utopione i poinwestycyjna rezygnacja z działalności.	C1, C2, C3, C4	W1, W2, U1, U2
8.	Podejmowanie decyzji w warunkach niepewności: preferencje wobec ryzyka, zastosowanie drzew decyzyjnych w procesie podejmowania decyzji.	C1, C2, C3, C4	W1, W2, U1, U2, K1
9.	Decyzje przedsiębiorstw w warunkach różnych struktur rynkowych - wprowadzenie: rodzaje struktur rynkowych i kryteria ich klasyfikacji, miary stopnia koncentracji rynku.	C1	W1, K1
10.	Konkurencja doskonała i monopol - konsekwencje procesów koncentracji w sferze zysków i cen. Strategia różnicowania produktów - przypadek konkurencji monopolistycznej.	C1, C2, C3, C4	W1, W2, U1, U2, K1
11.	Zachowania strategiczne przedsiębiorstw na rynku oligopolu: konkurencja (ilościowa, cenowa, inne formy konkurencji - reklama), kooperacja (kartele, modele przywództwa cenowego), zobowiązania strategiczne, dylemat więźnia.	C1, C2, C3, C4	W1, W2, U1, U2, K1
12.	Teoria gier: strategie zapewniające równowagę, wybrane aspekty strategii konkurencji.	C1, C2, C3, C4	W1, W2, U1, U2, K1

Wymagania wstępne	Ma wiedzę i umiejętności z zakresu mikroekonomii, matematyki (rachunek różniczkowy)
-------------------	---

Metody nauczania	Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Analiza przypadków, Rozwiązywanie zadań, Metody e-learningowe
Sposób zaliczenia	Sprawdzian pisemny testowy, zaliczenie pisemne

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w wykładach	30	
Uczestnictwo w ćwiczeniach	30	
Przygotowanie do ćwiczeń	30	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	15	
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	35	
Łączny nakład pracy studenta		
	Liczba godzin 140	ECTS 5
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 75	ECTS 3
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 30	ECTS 1

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia	
	Sprawdzian pisemny testowy	zaliczenie pisemne
W1	x	x
W2	x	x
U1	x	x
U2	x	x
K1	x	x



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Zarządzanie jakością		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Quality management		
Kod przedmiotu UEPjIRPS.21A.759.22	Rok / semestr 1 / 1	Forma zaliczenia Egzamin
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 15 Ćwiczenia: 30	Liczba punktów ECTS 4	Blok zajęciowy A

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Przekazanie wiedzy na temat zagadnień zarządzania jakością i systemowego podejścia do zarządzania w organizacji [metoda kształcenia: wykład]
C2	Zapoznanie z praktycznym zastosowaniem znormalizowanych systemów zarządzania w organizacji [metoda kształcenia: wykład]
C3	Przygotowanie do wdrożenia w organizacji znormalizowanych systemów zarządzania [metoda kształcenia: wykład]

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Zna pojęcie jakości, zarządzania jakością oraz systemowego podejścia do zarządzania w organizacji	K2_W01, K2_W02, K2_W11, K2_W12
W2	Posiada wiedzę dotyczącą wybranych koncepcji zarządzania jakością	K2_W01, K2_W02, K2_W11, K2_W12
W3	Posiada wiedzę w zakresie wdrażania, utrzymania i doskonalenia znormalizowanych systemów zarządzania	K2_W06, K2_W09, K2_W11, K2_W12
Umiejętności		
U1	Potrafi wyjaśnić interdyscyplinarny i wielowymiarowy charakter jakości oraz zarządzania jakością	K2_U01, K2_U03
U2	Potrafi właściwie analizować uwarunkowania wdrażania wybranych koncepcji zarządzania jakością w organizacji	K2_U01, K2_U03
U3	Potrafi odpowiednio zaprojektować, wdrożyć i ocenić znormalizowany system zarządzania w organizacji	K2_U03, K2_U05, K2_U15
Kompetencje społecznych		

K1	Docenia znaczenie jakości, zapewnienia jakości oraz zarządzania jakością w działalności organizacji	K2_K04
K2	Wykazuje inicjatywę zastosowania wybranych koncepcji zarządzania jakością w organizacji	K2_K01, K2_K02, K2_K03

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	System zarządzania jakością a zarządzanie jakością w organizacji	C1, C2, C3	W1, U1, K1
2.	Ewolucja podejścia do zarządzania jakością	C1	W1, W2, U1, K1, K2
3.	Kompleksowe zarządzanie jakością, Lean Management i Six sigma	C1	W1, W2, U1, U2, K1, K2
4.	Normalizacja w systemowym zarządzaniu	C1, C2	W1, W2, U1, U2, K1, K2
5.	Systemowe podejście do zarządzania jakością, środowiskowego i bezpieczeństwem w organizacji	C2, C3	W2, W3, U2, U3, K1, K2
6.	Znormalizowane systemy zarządzania; Branżowe systemy zarządzania jakością	C2, C3	W2, W3, U2, U3, K1, K2
7.	Akredytacja i certyfikacja systemów zarządzania i wyrobów	C1, C2	W1, W2, U1, K1
8.	Narzędzia rozwiązywania problemów i doskonalenia działań w zakresie poprawy jakości	C1	W1, W2, U1, U2, K1, K2

Wymagania wstępne	
Metody nauczania	Metoda projektów , Burza mózgów, Wykład konwencjonalny, Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Analiza przypadków
Sposób zaliczenia	Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Quiz na platformie moodle, Egzamin pisemny testowy

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*
Uczestnictwo w ćwiczeniach	30
Uczestnictwo w wykładach	15
Przygotowanie do egzaminu	14
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	15
Przygotowanie do ćwiczeń	10
Zbieranie informacji do zadanej pracy	10
Uczestnictwo w egzaminie	1
Przygotowanie projektu	10
Przygotowanie prezentacji multimedialnej	5
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	10

Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 120	ECTS 4
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 61	ECTS 2
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 40	ECTS 1.5

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia				
	Sprawdzian pisemny testowy	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt grupowy / praca w grupie	Quiz na platformie moodle	Egzamin pisemny testowy
W1		x	x	x	x
W2		x	x	x	x
W3	x		x	x	x
U1		x	x	x	x
U2		x	x	x	x
U3	x	x	x	x	x
K1		x	x	x	x
K2	x		x		x



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Statystyczne sterowanie procesem		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Statistical process control		
Kod przedmiotu UEPjRPS.21A.7036.22	Rok / semestr 1 / 1	Forma zaliczenia Egzamin
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 15 Ćwiczenia: 30	Liczba punktów ECTS 4	Blok zajęciowy A

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Przekazanie wiedzy z zakresu statystycznego sterowania procesami.
C2	Wykształcenie umiejętności rozwiązywania problemów przy wykorzystaniu odpowiednich metod i technik zarządzania jakością oraz wskaźników wydajności i zdolności jakościowej procesów.
C3	Przekazanie wiedzy i wykształcenie umiejętności posługiwania się wybranymi normami wspomagającymi zarządzanie.
C4	Przekazanie wiedzy i wykształcenie umiejętności wykorzystywania podstawowego i specjalistycznego oprogramowania do obliczeń statystycznych i wizualizacji uzyskanych danych.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Zna i posługuje się podstawowymi pojęciami z zakresu statystycznego sterowania procesami.	K2_W01, K2_W02, K2_W03, K2_W06, K2_W10
W2	Zna metody i techniki statystyczne oraz wskaźniki wykorzystywane w zarządzaniu jakością.	K2_W01, K2_W02, K2_W03, K2_W06, K2_W10, K2_W11
W3	Zna wybrane normy wspomagające kontrole jakości.	K2_W01, K2_W10, K2_W15
W4	Zna i posługuje się oprogramowaniem wykorzystywanym do obliczeń statystycznych i wizualizacji danych procesowych.	K2_W01, K2_W02, K2_W06, K2_W10
Umiejętności		
U1	Dobiera w sposób prawidłowy metody i techniki oraz wskaźniki zarządzania jakością adekwatne do rozwiązywanego problemu.	K2_U01, K2_U02, K2_U04, K2_U05, K2_U07, K2_U09

U2	Umiejętnie stosuje poznane metody i techniki oraz wskaźniki zarządzania jakością, wykorzystując oprogramowanie statystyczne.	K2_U01, K2_U02, K2_U04, K2_U05, K2_U07, K2_U09
U3	Potrafi zinterpretować uzyskane wyniki i sformułować wnioski.	K2_U01, K2_U02, K2_U04, K2_U05, K2_U07, K2_U09
U4	Posługuje się normami wspomagającymi sterowanie jakością.	K2_U01, K2_U02, K2_U03, K2_U05
Kompetencji społecznych		
K1	Potrafi współdziałać i pracować w zespole, przyjmując w nim różne role oraz ma świadomość odpowiedzialności za pracę własną i zespołu.	K2_K02, K2_K04, K2_K05
K2	Ma świadomość ważności i rozumie techniczne oraz pozatechniczne aspekty i skutki działalności.	K2_K01, K2_K04, K2_K05
K3	Potrafi odpowiednio określić priorytety służące realizacji określonego przez siebie i innych celu w procesie kształtowania jakości procesów i produktów.	K2_K02, K2_K03

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Statystyczna Kontrola Procesu (SPC) wprowadzenie.	C1	W1, W4, U2, K2
2.	Proces. Zmienność procesu. Typy rozkładu zmiennych liczbowych. Statystyki opisowe i rozproszenia.	C1	W1, U2, K2
3.	Narzędzia wspomagające zarządzanie jakością takie jak analiza Pareto, arkusze sprawdzające, histogramy, schematy blokowe, diagramy rozproszone, burza mózgów oraz diagram Ishikawy, karty kontrolne, oraz inne (m.in. FMEA, AHP, AQL i metoda 6S).	C2, C3	W2, W4, U1, U2, U3, K1, K2, K3
4.	Techniki i metody statystyczne na potrzeby ISO 9001 w oparciu o dokumenty ISO TC 176 (norma ISO 10017).	C2, C3, C4	W2, W3, W4, U1, U2, U3, U4, K2, K3
5.	Karty kontrolne dla zmiennych ciągłych - zasada budowy, cel prowadzenia, projektowanie i wykorzystywanie do sterowania procesami.	C2, C3, C4	W2, W3, W4, U1, U2, U3, U4, K2, K3
6.	Karty kontrolne dla zmiennych skokowych - zasada budowy, cel prowadzenia, projektowanie i wykorzystywanie do sterowania procesami.	C2, C3, C4	W2, W3, W4, U1, U2, U3, U4, K2, K3
7.	Analiza i ocena współczynników zdolności i wydajności procesu produkcyjnego.	C2, C3	W2, W4, U1, U2, U3
8.	Źródła niepewności pomiarowych i ich klasyfikacja.	C1	W2, U1, U3, K2
9.	Procedury kontroli wyrywkowej metodą alternatywną.	C4	W3, U3, U4

Wymagania wstępne	Student posiada podstawową wiedzę z zakresu matematyki i statystyki
-------------------	---

Metody nauczania	Metoda projektów , Burza mózgów, Wykład konwencjonalny, Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Gra dydaktyczna, Analiza przypadków, Rozwiązywanie zadań, Ćwiczenia laboratoryjne
Sposób zaliczenia	Egzamin pisemny testowy, Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami, Sprawdzian pisemny testowy, Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w wykładach	15	
Uczestnictwo w ćwiczeniach	30	
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	10	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	15	
Przygotowanie projektu	10	
Przygotowanie do egzaminu	15	
Przygotowanie do ćwiczeń	15	
Zbieranie informacji do zadanej pracy	10	
Łączny nakład pracy studenta		
	Liczba godzin 120	ECTS 4
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela		
	Liczba godzin 60	ECTS 2
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym		
	Liczba godzin 40	ECTS 1.5

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia					
	Egzamin pisemny testowy	Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami	Sprawdzian pisemny testowy	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt grupowy / praca w grupie
W1	x	x	x	x	x	x
W2	x	x	x	x	x	x
W3	x	x	x	x	x	x
W4	x	x	x	x	x	x
U1	x	x	x	x	x	x
U2	x	x	x	x	x	x
U3	x	x	x	x	x	x

U4	x		x		x	x
K1	x		x		x	x
K2	x		x		x	x
K3	x		x		x	x



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Ocena jakości produktów żywnościowych		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Quality assessment of food products		
Kod przedmiotu UEPjRPS.21A.13466.22	Rok / semestr 1 / 1	Forma zaliczenia Egzamin
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 30 Ćwiczenia: 45	Liczba punktów ECTS 5	Blok zajęciowy A

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Przedstawienie aktualnych trendów w produkcji żywności
C2	Zapoznanie z zasadami klasyfikacji i znakowania środków spożywczych
C3	Scharakteryzowanie wybranych środków spożywczych
C4	Zapoznanie z czynnikami kształtującymi jakość i wartość odżywczą środków spożywczych
C5	Przedstawienie klasyfikacji oraz roli dozwolonych substancji dodatkowych w kształtowaniu jakości artykułów spożywczych
C6	Przedstawienie problematyki zafałszowań żywności
C7	Zapoznanie z metodami oceny jakości wybranych artykułów spożywczych i zasadami sporządzania ekspertyz

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Zna zasady znakowania w zakresie oświadczeń żywieniowych i zdrowotnych	K2_W09
W2	Omawia wybrane środki spożywcze z uwzględnieniem czynników kształtujących ich jakość oraz wartość odżywczą	K2_W02, K2_W03
W3	Charakteryzuje dozwolone substancje dodatkowe do żywności, ich rolę w kształtowaniu jakości żywności	K2_W02, K2_W03
W4	Charakteryzuje zafałszowania żywności	K2_W02, K2_W03
W5	Wymienia i charakteryzuje kryteria oceny jakości wybranych środków spożywczych	K2_W02, K2_W03
Umiejętności		

U1	Sporządza ekspertyzę oceny jakości produktu na podstawie uzyskanych wyników w odniesieniu do obowiązujących aktów prawnych i normatywnych	K2_U03, K2_U07, K2_U08
U2	Ocenia wpływ surowców i procesu technologicznego na jakość oraz wartość odżywczą wybranych środków spożywczych	K2_U08, K2_U09
U3	Ocenia poprawność znakowania środków spożywczych	K2_U08
U4	Oznacza dodatkowe substancje dozwolone w żywności, uzasadnia potrzebę oraz ocenia poprawność ich stosowania w wybranych produktach spożywczych	K2_U08, K2_U09
Kompetencje społecznych		
K1	Wykazuje inicjatywę w zakresie poszerzenia wiedzy i krytycznej oceny danych naukowych dotyczących jakości i bezpieczeństwa żywności.	K2_K05

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Aktualne kierunki w produkcji żywności, uwarunkowania	C1	W2, K1
2.	Dodatki do żywności - rola w kształtowaniu jakości żywności	C5	W3, K1
3.	Zafałszowania żywności	C6	W4
4.	Zanieczyszczenia żywności i substancje antyodżywcze	C3, C4	W2, K1
5.	Wzbogacanie żywności, suplementy diety	C3, C4	W2, K1
6.	Żywność funkcjonalna, charakterystyka wybranych grup.	C3, C4	W2
7.	Oświadczenia żywieniowe i zdrowotne	C2	W1, K1
8.	Zrównoważona produkcja i konsumpcja żywności	C1, C4	W2, U2, U3, K1
9.	Nowa żywność	C3, C4	W2
10.	Żywność wygodna	C3, C4	W2
11.	Żywność produkowana metodami ekologicznymi	C3, C4	W2
12.	Żywność regionalna, lokalna i tradycyjna	C3, C4	W2
13.	Klasyfikacja i znakowanie żywności	C2	W1, U3, K1
14.	Ocena jakości żywności	C4, C5, C6, C7	W2, W3, W4, W5, U1, U2, U4

Wymagania wstępne	Podstawowa wiedza z zakresu nauk o jakości wyrobów, znajomość zasad bezpieczeństwa i higieny pracy w laboratorium chemicznym
Metody nauczania	Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Ćwiczenia laboratoryjne
Sposób zaliczenia	Sprawdzian pisemny testowy, Sprawdzian ustny, Przeprowadzenie badań, Ćwiczenia: sprawdzian pisemny lub ustny przed ćwiczeniami, ekspertyza, kolokwium pisemne, Egzamin pisemny testowy, Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w ćwiczeniach	45	
Uczestnictwo w wykładach	30	
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	10	
Przygotowanie ekspertyzy	10	
Uczestnictwo w egzaminie	2	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	23	
Przygotowanie do egzaminu	16	
Przygotowanie do ćwiczeń	12	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 148	ECTS 5
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 100	ECTS 4
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 55	ECTS 2

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia					
	Sprawdzian pisemny testowy	Sprawdzian ustny	Przeprowadzenie badań	Ćwiczenia: sprawdzian pisemny lub ustny przed ćwiczeniami, ekspertyza, kolokwium pisemne	Egzamin pisemny testowy	Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami
W1	x	x		x	x	x
W2	x	x		x	x	x
W3	x	x		x	x	x
W4	x	x		x	x	x
W5	x	x		x	x	x
U1			x	x		
U2			x	x		
U3			x	x		
U4			x	x		
K1				x		



Karta opisu przedmiotu (syllabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Filozofia z elementami logiki		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Philosophy with elements of logic		
Kod przedmiotu UEPjRPS.21A.204395.22	Rok / semestr 1 / 1	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 15 Ćwiczenia: 0	Liczba punktów ECTS 3	Blok zajęciowy A

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	przekazanie wiedzy na temat (współcześnie) ważnych idei oraz zagadnień filozoficznych
C2	ukazanie wpływu idei filozoficznych na ukształtowanie postaci kultury zachodniej
C3	zaznajomienie studentów z zasadami wybranego systemu logiki formalnej (klasyczny rachunek zdań)
C4	nabycie umiejętności badania poprawności wnioskowań dedukcyjnych i niededukcyjnych
C5	kształtowanie erudycji, autonomii intelektualnej oraz umiejętności oceny poprawności wnioskowań przez studentów

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Student/ka identyfikuje i opisuje główne kierunki i problemy w filozofii	K2_W08, K2_W09
W2	Student/ka odnajduje filozoficzne źródła współczesnych ustaleń polityczno-gospodarczych	K2_W08, K2_W09
W3	Student/ka przytacza najważniejsze ustalenia zakresu filozofii nauki i metodologii (zagadnienie prawdy, typy wnioskowań)	K2_W08, K2_W09
W4	Student/ka rozpoznaje aksjologiczne (etyczne) wymiary działań gospodarczych	K2_W08, K2_W09
W5	Student/ka przedstawia podstawowe prawa i tezy logiki klasycznej oraz typowe sposoby wnioskowań	K2_W07, K2_W08
Umiejętności		
U1	Student/ka rozpoznaje i ocenia aksjologiczne zaplecze działań ludzkich, podejmowanych w ramach różnych dziedzin kultury	K2_U01, K2_U02, K2_U05
U2	Student/ka dyskutuje na tematy z zakresu praktyki społecznej w odniesieniu do poznanych koncepcji	K2_U01, K2_U02, K2_U05

U3	Student/ka kwestionuje tzw. „oczywistości”, wykorzystując podejście krytyczne (transcendentalne)	K2_U01, K2_U02, K2_U05
U4	Student/ka bada formalną poprawność schematów wyrażen języka etnicznego	K2_U01, K2_U02, K2_U05
U5	Student/ka używa prawidłowo terminologii filozoficznej	K2_U01, K2_U02
Kompetencje społecznych		
K1	Student/ka jest otwarty/otwarta na dyskusję na temat współczesnych problemów filozoficznych	K2_K02, K2_K03, K2_K05
K2	Student/ka respektuje zasady społeczeństwa opartego na wiedzy	K2_K02, K2_K05
K3	Student/ka szanuje normy związane z tworzeniem i przeprowadzaniem badań z udziałem ludzi	K2_K03, K2_K04, K2_K05
K4	Student/ka docenia znaczenie respektowania logicznej i metodologicznej poprawności w praktyce badawczej	K2_K02, K2_K05

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Wprowadzenie do kursu: filozofia jako światopoglądowa dziedzina kultury. Funkcje filozofii. Powstanie i periodyzacja filozofii europejskiej. Zakres problematyki, tradycyjne dziedziny. Współczesna koncepcja filozofii jako autorefleksji kultury. Współczesna problematyka filozoficzna	C1, C2, C5	W1, W2, W4, U1, U2, U5, K1, K2
2.	Starożytne systemy filozoficzne jako podstawa aksjologiczna współczesnych społeczeństw	C1, C2	W1, W2, U1, U2, K1
3.	Myślenie krytyczne w filozofii: Kant, Rawls. Myślenie krytyczne w etyce biznesu: CSR, degrowth, ekonomia społeczna i sharing economy	C1, C2	W2, W4, U1, U2, U3, K1, K2, K3
4.	Filozofia społeczna i polityczna: Hobbes, Rousseau, Popper, Foucault	C1, C2	W2, W4, U1, U2, U5, K1, K2
5.	Epistemologia i filozofia nauki: problem pewności wiedzy (Kartezjusz, Locke, Hume), problem demarkacji, orientacje metodologiczne: neopozytywizm, hipotetyzm, programy badawcze Lakatosa, szkoła historyczno-socjologiczna, silny program w socjologii wiedzy naukowej, anarchizm Feyerabenda	C4, C5	W1, W3, U5, K4
6.	Logiczna analiza języka. Wynikanie logiczne. Wnioskowania dedukcyjne i niededukcyjne. Klasyczny rachunek zdań. Podstawowe prawa i tezy KRZ (prawo tożsamości, niesprzeczności, modus ponendo ponens itd.). Badanie statusu formuł (metoda zero-jedynkowa i metoda nie-wprost)	C3, C4, C5	W5, U4, K4

Wymagania wstępne	Student/ka ma podstawową wiedzę z zakresu kompetencji kulturowych
Metody nauczania	Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja
Sposób zaliczenia	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w wykładach	15	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	20	
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	45	
Zbieranie informacji do zadanej pracy	10	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 90	ECTS 3
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 35	ECTS 1
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 0	ECTS 0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia	
	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
W1	x	
W2	x	x
W3	x	
W4	x	x
W5	x	
U1	x	x
U2	x	x
U3	x	x
U4	x	x
U5	x	x
K1		x
K2		x
K3		x
K4		x



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Badania marketingowe		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Marketing research		
Kod przedmiotu UEPjRPS.21B.469.22	Rok / semestr 1 / 1	Forma zaliczenia Egzamin
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 15 Ćwiczenia: 30	Liczba punktów ECTS 4	Blok zajęciowy B

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Przekazanie wiedzy na temat roli i miejsca badań marketingowych w zarządzaniu przedsiębiorstwem
C2	Przekazanie wiedzy na temat procedury badań marketingowych
C3	Przekazanie wiedzy na temat technik i metod w badaniach marketingowych
C4	Wyszkolenie umiejętności wykorzystywania badań marketingowych w działaniach marketingowych przedsiębiorstwa

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Zna i wyjaśnia podstawowe pojęcia związane z badaniami marketingowymi	K2_W02, K2_W14
W2	Rozumie rolę badań marketingowych w zarządzaniu przedsiębiorstwem	K2_W11, K2_W16
W3	Rozpoznaje i klasyfikuje techniki i metody badań marketingowych	K2_W06, K2_W14
W4	Analizuje i interpretuje wyniki badań marketingowych	K2_W16
Umiejętności		
U1	Potrafi zdiagnozować potrzeby informacyjne przedsiębiorstwa	K2_U01, K2_U02, K2_U03, K2_U07, K2_U12
U2	Potrafi zaprojektować proces badania marketingowego	K2_U01, K2_U02, K2_U04, K2_U05, K2_U12
U3	Na podstawie analizy i interpretacji wyników badania marketingowego, potrafi zaproponować odpowiednie rozwiązania marketingowe	K2_U01, K2_U02, K2_U03, K2_U04, K2_U05, K2_U07, K2_U13, K2_U14

Kompetencje społecznych		
K1	Potrafi pracować w zespole	K2_K02
K2	Uzasadnia dobór zgłaszanych propozycji i rozwiązań	K2_K01, K2_K02
K3	Potrafi prezentować zgłaszane propozycje i rozwiązania	K2_K05

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Podstawowe typy, techniki i metody badań marketingowych. Pojęcie, zakres i znaczenie badań marketingowych w zarządzaniu przedsiębiorstwem	C1, C3, C4	W1, W2, W3
2.	Badania marketingowe w systemie informacji marketingowej. Źródła informacji i ich analiza; zasoby informacyjne w firmie i ich bilansowanie; wyznaczanie potrzeb informacyjnych	C2	W1, U1, K1, K2
3.	Procedura badań marketingowych. Zdefiniowanie problemu; sformułowanie hipotez i pytań badawczych; określenie celów i założeń badawczych; sprecyzowanie oczekiwań; ustalenie projektu badań; przygotowanie techniczne badania; realizacja i opracowanie wyników; analiza wyników	C2, C3	W1, W2, W3, W4, U1, U2, K1, K2, K3
4.	Wykorzystanie wyników badań (raport z badań) - interpretacja i formułowanie wniosków	C1, C4	W2, W4, U3, K1, K2, K3

Wymagania wstępne	Podstawowa wiedza z zakresu organizacji i zarządzania; podstawowa wiedza z zakresu marketingu
Metody nauczania	Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Analiza przypadków
Sposób zaliczenia	Projekt grupowy / praca w grupie, Egzamin pisemny testowy, Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w ćwiczeniach	30	
Uczestnictwo w wykładach	15	
Przygotowanie do egzaminu	18	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	15	
Przygotowanie projektu	20	
Przygotowanie do ćwiczeń	20	
Uczestnictwo w egzaminie	2	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 120	ECTS 4

Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 62	ECTS 2
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 50	ECTS 2

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia		
	Projekt grupowy / praca w grupie	Egzamin pisemny testowy	Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami
W1	x	x	x
W2	x	x	x
W3	x	x	x
W4	x		
U1	x		
U2	x		
U3	x		
K1	x		
K2	x		
K3	x		



Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Bezpieczeństwo i jakość produktów		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Safety and quality of products		
Kod przedmiotu UEPjRPS.21B.10277.22	Rok / semestr 1 / 1	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 30 Ćwiczenia: 30	Liczba punktów ECTS 5	Blok zajęciowy B

Cele uczenia się dla przedmiotu

G1	Zapoznanie z podstawowymi zagadnieniami związanymi z jakością i bezpieczeństwem produktów oraz wymaganiami w tym zakresie ujętymi w przepisach prawnych oraz normach
G2	Przekazanie wiedzy na temat sposobów nadzoru nad jakością i bezpieczeństwem produktów oraz postępowania z wyrobem niebezpiecznym
G3	Zapoznanie z metodami oceny jakości i bezpieczeństwa produktów na etapie ich rozwoju i wprowadzania na rynek oraz w trakcie produkcji i dystrybucji
G4	Przedstawienie zagrożeń jakości zdrowotnej żywności oraz bezpieczeństwa wybranych grup produktów przemysłowych

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Student zna i rozumie pojęcia z zakresu zapewnienia jakości i bezpieczeństwa produktów spożywczych oraz nieżywnościowych	K2_W04, K2_W13
W2	Student zna i rozumie regulacje prawne, wymagania branżowe oraz metody kontroli jakości i bezpieczeństwa żywności oraz wybranych grup produktów przemysłowych	K2_W03, K2_W09, K2_W17
W3	Student zna rodzaje i źródła zagrożeń jakości zdrowotnej żywności oraz bezpieczeństwa produktów przemysłowych, w tym metody oceny ryzyka ich występowania	K2_W04, K2_W06, K2_W10, K2_W13, K2_W14
Umiejętności		
U1	Student potrafi zaklasyfikować produkt w powszechnie używanych systemach klasyfikacji towarów, określić wymagania i normy dotyczące jego jakości i bezpieczeństwa	K2_U01, K2_U02, K2_U03
U2	Student potrafi określić i ocenić zagrożenia jakości i bezpieczeństwa produktów występujące na różnych etapach ich cyklu życia	K2_U01, K2_U02, K2_U05, K2_U08

U3	Student potrafi zaproponować rozwiązania z zakresu prognozowania ryzyka zagrożeń jakości i bezpieczeństwa produktu oraz postępowania z wyrobem niebezpiecznym	K2_U01, K2_U05, K2_U08
Kompetencji społecznych		
K1	Student ma świadomość swojej roli zawodowej w ocenie jakości i bezpieczeństwa produktów, a także informowania społeczeństwa o możliwych zagrożeniach	K2_K02, K2_K03

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Elementy prawa żywnościowego i podstawowe regulacje prawne dotyczące bezpieczeństwa żywności obowiązujące w Polsce i na terenie Unii Europejskiej. Rola organizacji krajowych i międzynarodowych w zapewnieniu bezpieczeństwa żywności. Dobre Praktyki Higieniczne i Dobre Praktyki Produkcyjne.	G1, G2	W1, W2, U1, K1
2.	Podstawowe systemy klasyfikacji wyrobów. Jakość i bezpieczeństwo produktów przemysłowych w świetle regulacji prawnych. Ogólne wymagania dotyczące bezpieczeństwa produktów - w tym produktów kosmetycznych. Znakowanie produktów niebezpiecznych (w tym umowa ADR, system GLC / REACH). Problem chemizacji produktów przemysłowych i jej wpływ na zdrowie człowieka.	G1, G2	W1, W2, U1, K1
3.	Charakterystyka zagrożeń chemicznych, biologicznych i fizycznych żywności. Analiza zagrożeń na przykładzie wybranego procesu produkcyjnego żywności, ustalenie krytycznych punktów kontroli i wymagań dla wybranych parametrów.	G3, G4	W2, W3, U2, U3, K1
4.	Mikrobiologiczna jakość i bezpieczeństwo produktów.	G1, G4	W3, U2, K1
5.	Mikrobiologia prognostyczna jako narzędzie do oceny bezpieczeństwa produktu. Szacowanie ryzyka mikrobiologicznego. Postępowanie w przypadku wykrycia zagrożeń mikrobiologicznych. Przygotowanie planu.	G2, G3, G4	W2, W3, U2, U3, K1
6.	Zagrożenia bezpieczeństwa i jakości wybranych wyrobów nieżywnościowych w poszczególnych fazach cyklu życia. Metody szacowania ryzyka i oceny jakości produktów.	G3, G4	W1, W3, U2, U3, K1
7.	Systemy nadzoru nad procesem produkcji i dystrybucji towarów. Postępowanie w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktu. Rejestr produktów niebezpiecznych. Dobrowolne powiadomienia i czynności wyjaśniające. Odpowiedzialność za produkt niebezpieczny.	G1, G2	W1, W2, U1, K1

Wymagania wstępne	Wiedza z zakresu przedmiotów Ocena jakości wyrobów żywnościowych/nieżywnościowych
Metody nauczania	Metoda projektów , Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Analiza przypadków

Sposób zaliczenia	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Sprawdzian pisemny testowy
-------------------	--

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w ćwiczeniach	30	
Uczestnictwo w wykładach	30	
Zbieranie informacji do zadanej pracy	10	
Przygotowanie projektu	30	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	10	
Przygotowanie do ćwiczeń	15	
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	20	
Łączny nakład pracy studenta		
	Liczba godzin 145	ECTS 5
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 70	ECTS 2.5
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 60	ECTS 2

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia		
	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt grupowy / praca w grupie	Sprawdzian pisemny testowy
W1	x		x
W2			x
W3	x	x	
U1	x		
U2		x	x
U3	x	x	
K1	x	x	



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Trendy estetyczne i rynkowe		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Aesthetic and market trends		
Kod przedmiotu UEPjRP06S.22C.11392.22	Rok / semestr 1 / 2	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Design i komercjalizacja produktu	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 15 Ćwiczenia: 0	Liczba punktów ECTS 2	Blok zajęciowy C

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Przekazanie wiedzy dotyczącej istoty prognozowania trendów estetycznych i rynkowych
C2	Przekazanie wiedzy na temat miejsca oraz znaczenia analizy i prognozowania trendów we współczesnym przedsiębiorstwie
C3	Przekazanie wiedzy na temat technik oraz narzędzi wykorzystywanych do analizy oraz prognozowania trendów
C4	Wykształcenie umiejętności analizy i prognozowania trendów

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Zna i rozumie podstawowe pojęcia związane z analizą i prognozowaniem trendów, trendwatchingiem	K2_W02, K2_W05, K2_W08, K2_W13
W2	Rozumie miejsce analizy i prognozowania trendów w budowaniu strategii wzorniczej przedsiębiorstwa	K2_W07, K2_W11
W3	Zna techniki i narzędzia wykorzystywane do analizy i prognozowania trendów	K2_W06, K2_W14
Umiejętności		
U1	Trafnie stosuje narzędzia i techniki wykorzystywane w procesie analizy i prognozowania trendów	K2_U01, K2_U04, K2_U07
U2	Posiada umiejętności interpretacji bieżących trendów oraz przewidywania przyszłych trendów na podstawie uważnej obserwacji zmian w otoczeniu przedsiębiorstwa	K2_U02, K2_U04, K2_U05
U3	Potrafi wykorzystywać wiedzę na temat trendów na potrzeby proponowania kreatywnych rozwiązań dla danego przedsiębiorstwa	K2_U02, K2_U04, K2_U05
Kompetencji społecznych		

K1	Potrafi pracować w zespole interdyscyplinarnym	K2_K03, K2_K04
K2	Potrafi proponować kreatywne rozwiązania dla przedsiębiorstwa wynikające z dogłębnej analizy trendów oraz racjonalnie argumentować dobór proponowanych działań	K2_K01

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Istota analizy i prognozowania trendów - podstawowe pojęcia.	C1	W1, W2, U1
2.	Obszary wykorzystania wiedzy dotyczącej trendów (branże, instytucje, przedsiębiorstwa...)	C1, C2	W1, W2, U3, K1
3.	Badanie procesów rządzących trendami - anatomia trendu.	C1	W1, U3
4.	Jak rozpoznać trend? Techniki i narzędzia analizy i prognozowania trendów.	C1, C3, C4	W1, W3, U1, U2, U3, K1, K2
5.	Ćwiczenia w analizie i prognozowaniu rzeczywistych trendów.	C3, C4	W1, W3, U1, U2, U3, K1, K2

Wymagania wstępne	podstawowa wiedza z zakresu marketingu oraz zarządzania produktem
Metody nauczania	Metoda projektów , Wykład konwersatoryjny, Wykład z prezentacją multimedialną, Analiza przypadków
Sposób zaliczenia	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w wykładach	15	
Przeprowadzenie badań literaturowych	20	
Przygotowanie projektu	20	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	5	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 60	ECTS 2
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 20	ECTS 0.5
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 20	ECTS 0.5

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia		
	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt grupowy / praca w grupie	Przygotowanie prezentacji
W1	x		x
W2	x		x
W3	x		x
U1	x	x	x
U2		x	x
U3			x
K1		x	x
K2			x



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Ocena jakości produktów nieżywnościowych		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Quality assessment of non-food products		
Kod przedmiotu UEPjRPS.22A.13465.22	Rok / semestr 1 / 2	Forma zaliczenia Egzamin
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 30 Ćwiczenia: 45	Liczba punktów ECTS 5	Blok zajęciowy A

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Poznanie podstawowych pojęć z zakresu jakości produktów nieżywnościowych
C2	Przekazanie wiedzy dotyczącej charakterystyki wybranych grup produktów przemysłowych, czynników kształtujących ich jakość oraz kryteriów oceny.
C3	Wykształcenie umiejętności oceny jakości produktów przemysłowych z wykorzystaniem różnych metod, opracowania uzyskanych wyników oraz przygotowania raportu.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Definiuje podstawowe pojęcia z zakresu jakości produktów nieżywnościowych.	K2_W03
W2	Opisuje charakterystykę oraz klasyfikację wybranych grup produktów przemysłowych.	K2_W02, K2_W04, K2_W13
W3	Opisuje metody oceny i analizy produktów przemysłowych. Definiuje i identyfikuje podstawowe wyróżniki jakościowe wybranych grup produktów przemysłowych.	K2_W14
Umiejętności		
U1	Dobiera i wykonuje oznaczenia organoleptyczne, fizyko-chemiczne i mechaniczne z wykorzystaniem metod analitycznych właściwych dla danego produktu.	K2_U03, K2_U06, K2_U09
U2	Interpretuje uzyskane wyniki i przygotowuje raport z przeprowadzonych badań.	K2_U07, K2_U08
Kompetencji społecznych		
K1	Wykazuje umiejętność współpracy w grupie, przyjmuje w niej różne role.	K2_K04

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Ocena jakości i metody badań produktów przemysłowych. Podstawy dobrej praktyki laboratoryjnej oraz zasady BHP obowiązujące w pracowni KJPPO.	C1, C2, C3	W1, W3, U1, U2, K1
2.	Surowce energetyczne. Wyroby petrochemiczne. Badanie paliw płynnych (benzyn i olejów napędowych).	C1, C2, C3	W1, W2, W3, U1, U2, K1
3.	Nawozy sztuczne i środki ochrony roślin. Oznaczenie wybranych wyróżników jakościowych nawozów sztucznych.	C1, C2, C3	W1, W2, W3, U1, U2, K1
4.	Charakterystyka wytworów papierniczych - rodzaje, właściwości i zastosowanie.	C1, C2	W1, W2, W3
5.	Ocena jakości produktów z tworzyw sztucznych - rodzaje tworzyw, właściwości, zastosowanie. Badanie wyrobów z tworzyw sztucznych.	C1, C2, C3	W1, W2, W3, U1, U2, K1
6.	Produkty kosmetyczne - właściwości i metody badań.	C1, C2	W1, W2, W3
7.	Wyroby szklane, ceramiczne, materiały budowlane - podstawowe informacje. Badanie płytek ceramicznych.	C1, C2, C3	W1, W2, W3, U1, U2, K1
8.	Właściwości fizykochemiczne i użytkowe wyrobów metalowych.	C1, C2	W1, W2
9.	Charakterystyka i badanie surowców włókienniczych. Ocena właściwości i zastosowania wyrobów włókienniczych.	C1, C2, C3	W1, W2, W3, U1, U2, K1
10.	Zagospodarowanie odpadów poprodukcyjnych i poużytkowych - podstawowe informacje.	C1, C2	W1, W2

Wymagania wstępne	Ma wiedzę i umiejętności z zakresu podstaw chemii, fizyki, matematyki i statystyki.
Metody nauczania	Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Ćwiczenia laboratoryjne
Sposób zaliczenia	Egzamin pisemny testowy, Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*
Uczestnictwo w ćwiczeniach	45
Uczestnictwo w wykładach	30
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	2
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	15
Przygotowanie raportu	20
Przygotowanie do egzaminu	15

Przygotowanie do ćwiczeń	20	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 147	ECTS 5
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 77	ECTS 3
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 65	ECTS 2

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia			
	Egzamin pisemny testowy	Sprawdzian pisemny testowy	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt grupowy / praca w grupie
W1	x	x	x	x
W2	x	x	x	
W3	x	x	x	x
U1			x	x
U2		x	x	x
K1			x	x



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Zarządzanie innowacjami		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Innovation management		
Kod przedmiotu UEPjRP06S.22C.7325.22	Rok / semestr 1 / 2	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Design i komercjalizacja produktu	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 15 Ćwiczenia: 15	Liczba punktów ECTS 3	Blok zajęciowy C

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Przekazanie wiedzy na temat działalności innowacyjnej, wspierania innowacyjności oraz zachowań konsumentów wobec innowacji
C2	Wykształcenie umiejętności poszukiwania i krytycznej oceny innowacyjnych rozwiązań

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Zna i rozumie specyfikę innowacji oraz działalności innowacyjnej	K2_W04, K2_W05, K2_W06, K2_W07, K2_W08, K2_W11, K2_W13
W2	Rozumie uwarunkowania zachowań konsumentów wobec innowacji	K2_W04, K2_W05, K2_W08
Umiejętności		
U1	Rozpoznaje i opisuje innowacyjne rozwiązania o dużym potencjale	K2_U01, K2_U02, K2_U05, K2_U07
U2	Analizuje i krytycznie ocenia możliwości rynkowe innowacyjnych rozwiązań	K2_U01, K2_U02, K2_U04, K2_U05, K2_U07
Kompetencje społecznych		
K1	Potrafi prezentować rozpoznane rozwiązania innowacyjne oraz krytycznie je oceniać	K2_K01, K2_K02, K2_K03, K2_K04
K2	Uzasadnia dokonywane oceny oraz potrafi o nich dyskutować	K2_K01, K2_K02, K2_K03, K2_K04

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Znaczenie innowacji, rodzaje i źródła innowacji, modele procesu innowacyjnego	C1	W1
2.	Dyfuzja i akceptacja innowacji, postawy konsumentów wobec ryzyka	C1	W2
3.	Budowanie innowacyjnego przedsiębiorstwa i tworzenie strategii innowacji	C1	W1
4.	Prezentacja innowacyjnych rozwiązań oraz dyskusja nad ich rynkowymi możliwościami i ograniczeniami	C2	U1, U2, K1, K2

Wymagania wstępne	podstawowa wiedza z zakresu marketingu
Metody nauczania	Wykład konwersatoryjny, Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Analiza przypadków
Sposób zaliczenia	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w wykładach	15	
Uczestnictwo w ćwiczeniach	15	
Przygotowanie projektu	25	
Przeprowadzenie badań literaturowych	15	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	10	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 80	ECTS 3
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 40	ECTS 1.5
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 40	ECTS 1.5

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia		
	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami	Projekt grupowy / praca w grupie	Przygotowanie prezentacji
W1	x	x	
W2	x	x	

U1		x	
U2		x	
K1		x	x
K2		x	x



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Zarządzanie przedsiębiorstwem		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Corporate management		
Kod przedmiotu UEPJRPS.22B.606.22	Rok / semestr 1 / 2	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 15 Ćwiczenia: 15	Liczba punktów ECTS 2	Blok zajęciowy B

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Przekazanie wiedzy z zakresu istoty zarządzania przedsiębiorstwem i jego cech charakterystycznych.
C2	Przekazanie wiedzy z zakresu istoty, roli i znaczenia człowieka w procesie zarządzania przedsiębiorstwem.
C3	Przekazanie wiedzy z zakresu metod i technik wykorzystywanych w procesie zarządzania przedsiębiorstwem.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Student rozumie istotę przedsiębiorstwa oraz identyfikuje podstawowe jego charakterystyki.	K2_W07, K2_W09
W2	Student rozumie istotę, rolę i znaczenie ludzi w procesie zarządzania przedsiębiorstwem.	K2_W07, K2_W08, K2_W09
W3	Student zna metody i techniki wykorzystywane w procesie zarządzania przedsiębiorstwem.	K2_W07, K2_W09
Umiejętności		
U1	Student identyfikuje działania związane z realizacją podstawowych funkcji zarządzania przedsiębiorstwem.	K2_U02, K2_U05
U2	Student potrafi wykorzystać podstawowe metody i techniki związane z zarządzaniem zasobami ludzkimi.	K2_U02, K2_U05
U3	Student potrafi zastosować metody i techniki wykorzystywane w procesie zarządzania przedsiębiorstwem.	K2_U02, K2_U05
Kompetencje społecznych		
K1	Student broni uzyskanych wyników w zakresie rozwiązywanych studiów przypadku.	K2_K01, K2_K04, K2_K05

K2	Student szanuje zasady współpracy z innymi członkami grupy.	K2_K01, K2_K04, K2_K05
K3	Student rozwiązuje problemy związane z przygotowaniem studiów przypadku.	K2_K01, K2_K04, K2_K05

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Wprowadzenie do zarządzania przedsiębiorstwem. Przedsiębiorstwo i jego charakterystyki. Typy przedsiębiorstw	C1	W1, U1, K1
2.	Diagnoza strategiczna przedsiębiorstwa. Przedsiębiorstwo jako uczestnik otoczenia makro i mikro. Otoczenie konkurencyjne jako środowisko przedsiębiorstwa.	C1, C2	W1, W2, U1, U2, K1, K2
3.	Strategiczne, taktyczne i operacyjne zarządzanie przedsiębiorstwem. Identyfikacja celów, zasad, warunków i metod zarządzania na poziomie strategicznym, taktycznym i operacyjnym.	C1, C2, C3	W1, W2, W3, U1, U2, U3, K1, K2
4.	Istota i rodzaje strategii przedsiębiorstwa - strategię funkcjonalne, strategię konkurowania i rozwoju przedsiębiorstwa	C1, C2	W1, W2, U1, U2, K1, K2
5.	Metody scenariuszowe w zarządzaniu przedsiębiorstwem. Istota, przesłanki, rola, ograniczenia i determinanty skutecznej implementacji	C1, C2	W1, W2, U1, U2, K1, K2
6.	Implementacja strategii przedsiębiorstwa - wyzwania i determinanty skutecznej implementacji	C1, C2, C3	W1, W2, W3, U1, U2, U3, K1, K2, K3
7.	Struktury organizacyjne przedsiębiorstw. Typy struktur i ich planowanie w zarządzaniu przedsiębiorstwem	C1, C2, C3	W1, W2, W3, U1, U2, U3, K1, K2
8.	Zarządzanie procesowe w organizacji. Istota, metody, wyzwania, ograniczenia i determinanty skutecznego zarządzania procesem w środowisku zmiennym	C1, C2	W1, W2, W3, U1, U2, U3, K1, K2, K3
9.	Nowoczesne metody zarządzania. Zarządzanie organizacją zwinną, zarządzanie przez cele, e-biznes, outsourcing, przedsiębiorstwo wirtualne.	C1, C2	W1, W2, W3, U1, U2, U3, K1, K2, K3
10.	Zarządzanie zasobami ludzkimi w przedsiębiorstwie	C3	W3, U1, U2, U3, K1, K2, K3
11.	Zarządzanie konfliktem w przedsiębiorstwie	C3	W3, U1, U2, U3, K1, K2, K3
12.	Partnerstwo strategiczne jako determinanta konkurencyjności i rozwoju przedsiębiorstwa	C1, C2	W1, W2, W3, U1, U2, U3, K1, K2, K3
13.	Zarządzanie kryzysem w przedsiębiorstwie	C1, C2	W1, W2, W3, U1, U2, U3, K1, K2, K3
14.	Kontrola w przedsiębiorstwie. Cele, rodzaje, systemy, metody, techniki i narzędzia kontroli w przedsiębiorstwie	C1, C2	W1, W2, W3, U1, U2, U3, K1, K2, K3

Wymagania wstępne	Podstawowa wiedza z zakresu zarządzania przedsiębiorstwem i ekonomii na poziomie pierwszego roku studiów I stopnia.
Metody nauczania	Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Analiza przypadków
Sposób zaliczenia	Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w wykładach	15	
Uczestnictwo w ćwiczeniach	15	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	5	
Przygotowanie projektu	15	
Przygotowanie do ćwiczeń	10	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 60	ECTS 2
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 35	ECTS 1
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 30	ECTS 1

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia		
	Sprawdzian pisemny testowy	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt grupowy / praca w grupie
W1	x	x	x
W2	x	x	x
W3	x	x	x
U1	x	x	x
U2	x	x	x
U3	x	x	x
K1	x	x	x
K2	x	x	x
K3	x	x	x



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Zarządzanie marką		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Brand management		
Kod przedmiotu UEPjRP06S.22C.730.22	Rok / semestr 1 / 2	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Design i komercjalizacja produktu	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 15 Ćwiczenia: 0	Liczba punktów ECTS 2	Blok zajęciowy C

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Przekazanie wiedzy na temat znaczenia i roli marki w przedsiębiorstwie.
C2	Przekazanie wiedzy w obszarze kreowania i wprowadzania nowej marki na rynek.
C3	Zapoznanie z zasadami zarządzania marką w odniesieniu do zróżnicowanych sytuacji rynkowych.
C4	Zapoznanie z zasadami zarządzania marką w kryzysie.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Student definiuje pojęcia związane z marką, jej atrybutami, wartością, wizerunkiem i tożsamością.	K2_W04, K2_W07, K2_W16
W2	Student rozumie proces kreowania marki i wprowadzania jej na rynek.	K2_W15, K2_W16
W3	Student przedstawia zasady zarządzania marką w różnych kontekstach rynkowych.	K2_W11, K2_W16
Umiejętności		
U1	Student opracowuje plan wykreowania i wprowadzania nowej marki na rynek.	K2_U02, K2_U05
U2	Student planuje działania związane z zarządzaniem marką w zmiennym otoczeniu rynkowym.	K2_U01, K2_U02, K2_U05
Kompetencji społecznych		
K1	Student jest zdolny do podjęcia odpowiednich działań w kontekście wprowadzania nowej marki na rynek i zarządzania nią.	K2_K01, K2_K04
K2	Student rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie.	K2_K01, K2_K05

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Miejsce i rola marki w strategii przedsiębiorstwa na rynku produktów i usług.	C1	W1
2.	Podstawowe pojęcia związane z marką.	C2	W1, W2, K2
3.	Proces kreowania marki.	C2, C3	W2, U1, U2, K1, K2
4.	Istota zarządzania marką.	C3	W3, U1, U2, K1, K2
5.	Zarządzanie marką w sytuacjach kryzysowych.	C4	W3, U2, K1, K2

Wymagania wstępne	Podstawowa wiedza z zakresu marketingu i komunikacji marketingowej
Metody nauczania	Metoda projektów , Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Analiza przypadków
Sposób zaliczenia	Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w wykładach	15	
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	10	
Przeprowadzenie badań literaturowych	10	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	5	
Przygotowanie projektu	20	
Łączny nakład pracy studenta		
	Liczba godzin 60	ECTS 2
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 20	ECTS 0.5
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 20	ECTS 0.5

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia		
	Sprawdzian pisemny testowy	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt grupowy / praca w grupie
W1	x		
W2	x		
W3	x	x	

U1			x
U2		x	x
K1		x	x
K2			x



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Instrumentalne metody oceny produktów		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Instrumental methods of product quality assessment		
Kod przedmiotu UEPjIRPS.22B.10278.22	Rok / semestr 1 / 2	Forma zaliczenia Egzamin
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 15 Ćwiczenia: 30	Liczba punktów ECTS 3	Blok zajęciowy B

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Przekazanie wiedzy na temat podstaw wybranych technik i metod instrumentalnych stosowanych w kontroli jakości wyrobów oraz zasad bezpieczeństwa i higieny pracy w laboratorium
C2	Przekazanie wiedzy z zakresu zastosowania wybranych technik i metod instrumentalnych: potencjometrii, konduktometrii, absorpcjometrii, fluorymetrii, spektrofotometrii IR, instrumentalnych pomiarów barwy i zapachu, wybranych technik chromatograficznych
C3	Wykształcenie umiejętności stosowania wybranych technik i metod instrumentalnych w kontroli jakości wyrobów
C4	Wykształcenie umiejętności opracowania, interpretacji i przedstawiania wyników wykonanych oznaczeń

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Zna i rozumie wybrane techniki i metody instrumentalne: potencjometrię i konduktometrię, absorpcjometrię, fluorymetrię, spektrofotometrię IR, instrumentalne pomiary barwy i zapachu, wybrane techniki chromatograficzne	K2_W06, K2_W14
W2	Zna zastosowanie wybranych technik i metod instrumentalnych	K2_W14, K2_W17
Umiejętności		
U1	Proponuje odpowiednią technikę lub metodę instrumentalną do rozwiązania prostego problemu analitycznego	K2_U06, K2_U09
U2	Wykonuje oznaczenia zaproponowane podczas zajęć, wykorzystując wybraną technikę lub metodę instrumentalną oraz zachowując zasady bezpieczeństwa i higieny pracy	K2_U06, K2_U07, K2_U09
U3	Interpretuje uzyskane wyniki i sporządza raport	K2_U07
Kompetencji społecznych		

K1	Jest gotów do pracy w zespole i przyjmowania w nim różnych ról	K2_K04
K2	Ma świadomość znaczenia prawidłowego wykonania analiz i uzyskania wiarygodnych wyników	K2_K03

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Bezpieczeństwo i higiena pracy w laboratorium analizy instrumentalnej	C1	U2
2.	Potencjometria i konduktometria	C1, C2, C3, C4	W1, W2, U1, U2, U3, K1, K2
3.	Absorpcja promieniowania. Prawa absorpcji. Ograniczenia praw absorpcji. Metody ilościowych badań absorpcyjometrycznych. Budowa i zasada działania absorpcjometrów. i spektrofotometrów UV Vis. Metodyka pomiaru absorbancji. Zastosowanie absorpcjometrii.	C1, C2, C3, C4	W1, W2, U1, U2, U3, K1, K2
4.	Fluorymetria. Zjawisko fluorescencji, rodzaje widm, ogólne zasady pomiaru widm, fluorymetry i spektrofluorymetry, fluorymetryczne oznaczanie stężenia, zastosowanie metody	C1, C2	W1, W2, U1, K2
5.	Spektrofotometria w podczerwieni (IR). Pochodzenie pasm absorpcji w widmie w zakresie średniej podczerwieni. Rodzaje i liczba drgań cząsteczkowych. Czynniki wpływające na położenie i kształt pasm. Spektrofotometry IR i ogólne zasady pomiaru widm. Zasady interpretacji widm. Zastosowanie metody.	C1, C2, C3, C4	W1, W2, U1, U3, K1, K2
6.	Klasyfikacja technik chromatograficznych. Podstawy teoretyczne: zasada rozdzielania składników mieszaniny, parametry retencji. Chromatogramy i ich interpretacja. Wysokosprawna chromatografia cieczowa (HPLC). Główne elementy chromatografu cieczowego i zasada działania. Elucja izokratyczna i gradientowa. Zastosowanie metody. Analiza jakościowa i ilościowa w chromatografii.	C1, C2, C3, C4	W1, W2, U1, U3, K1, K2
7.	Chromatografia gazowa (GC). Główne elementy chromatografu gazowego i zasada działania. Zastosowanie.	C1, C2, C3	W1, W2, U1, K2
8.	Inne techniki chromatograficzne: chromatografia sitowa, jonowymienna, powinowactwa, oddziaływań hydrofobowych, par jonowych, elektroforeza kapilarna, elektrochromatografia, chromatografia cienkowarstwowa. Zasada i zastosowanie technik.	C1, C2, C3	W1, W2, U1, K2
9.	Pomiar barwy. Zjawiska determinujące powstawanie i postrzeganie barwy. Addytywne i subtraktywne mieszanie barw. Parametry barwy. Obiektywny pomiar barwy. Metody pomiaru barwy: metoda kolorymetrii trójbodźcowej i spektrofotometryczna. Podstawowe systemy wyrażania barwy. Zastosowanie pomiarów barwy.	C1, C2, C3, C4	W1, W2, U1, U2, U3, K1, K2
10.	Instrumentalny pomiar zapachu. Idea i zastosowanie elektronicznego nosa	C1, C2, C3	W1, W2, U1, K2

Wymagania wstępne	Ma wiedzę i umiejętności z zakresu podstaw chemii, fizyki i matematyki
Metody nauczania	Wykład konwencjonalny, Dyskusja, Ćwiczenia laboratoryjne
Sposób zaliczenia	Egzamin pisemny testowy, Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami, Sprawdzian pisemny testowy, Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Przeprowadzenie badań, raporty z ćwiczeń

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w wykładach	15	
Uczestnictwo w ćwiczeniach	30	
Przygotowanie do egzaminu	20	
Przygotowanie do ćwiczeń	14	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	1	
Uczestnictwo w egzaminie	1	
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	9	
Łączny nakład pracy studenta		
	Liczba godzin 90	ECTS 3
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela		
	Liczba godzin 47	ECTS 1.5
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym		
	Liczba godzin 30	ECTS 1

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia						
	Egzamin pisemny testowy	Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami	Sprawdzian pisemny testowy	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Przeprowadzenie badań	raporty z ćwiczeń
W1	x	x	x	x	x	x	x
W2	x	x	x	x	x	x	x
U1	x	x	x	x	x	x	x
U2	x		x			x	x
U3	x		x		x	x	x
K1	x		x			x	x
K2	x		x		x	x	x



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Dobra praktyka higieniczna produktów kosmetycznych		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Good hygienic practice for cosmetic products		
Kod przedmiotu UEPjIRP07S.22C.13456.22	Rok / semestr 1 / 2	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Menedżer produktów kosmetycznych	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 15 Ćwiczenia: 45	Liczba punktów ECTS 5	Blok zajęciowy C

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Przekazanie wiedzy z zakresu zasad Dobrej Praktyki Higienicznej (GHP), Dobrej Praktyki Produkcyjnej (GMP) w produkcji kosmetyków i zakładach kosmetycznych
C2	Przekazanie wiedzy i zapoznanie ze źródłami zagrożeń mikrobiologicznych w produkcji kosmetyków oraz ich wpływie na jakość produktu, higienę cyklu produkcyjnego i zdrowotne bezpieczeństwo konsumenta
C3	Zapoznanie z klasycznymi oraz nowoczesnymi metodami identyfikacji mikroorganizmów, stosowanymi w ocenie jakości produktu oraz higieny procesu produkcyjnego i zakładów kosmetycznych
C4	Zapoznanie z rodzajami konserwantów, ich właściwościami oraz sposobami oceny skuteczności konserwacji
C5	Wykształcenie umiejętności samodzielnego przeprowadzenia analiz mikrobiologicznych z wykorzystaniem klasycznych i nowoczesnych metod mikrobiologicznych, interpretacji uzyskanych wyników oraz formułowania wniosków.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Zna i rozumie zasady Dobrej Praktyki Higienicznej (GHP), Dobrej Praktyki Produkcyjnej (GMP) w produkcji kosmetyków i zakładach kosmetycznych	K2_W01, K2_W03, K2_W10, K2_W17
W2	Zna i charakteryzuje źródła zagrożeń mikrobiologicznych w produkcji kosmetyków, w zakładach kosmetycznych i w trakcie użytkowania przez konsumenta	K2_W03, K2_W10, K2_W14
W3	Zna i charakteryzuje klasyczne i nowoczesne metody monitorowania zagrożeń mikrobiologicznych	K2_W03, K2_W06, K2_W10, K2_W14
W4	Wymienia i charakteryzuje rodzaje konserwantów i ich działanie na mikroorganizmy oraz sposoby oceny skuteczności konserwacji	K2_W03, K2_W10, K2_W14
Umiejętności		

U1	Potrafi oznaczyć ilościowo i zidentyfikować mikroorganizmy stanowiące zagrożenie w procesach produkcyjnych i higienie produkcji kosmetyków oraz przeprowadzić podstawową ocenę jakości produktów kosmetycznych	K2_U03, K2_U08, K2_U09
U2	Prowadzi samodzielnie lub w zespole dwuosobowym zaplanowane wcześniej eksperymenty zgodnie z obowiązującymi w pracowni zasadami BHP w ograniczonych ramach czasowych	K2_U03, K2_U06, K2_U09
U3	Interpretuje uzyskane wyniki, formułuje wnioski i raport	K2_U07, K2_U13
Kompetencje społecznych		
K1	Ma świadomość istniejących zagrożeń mikrobiologicznych w cyklu produkcyjnym, w zakładach kosmetycznych oraz skutków nieprzestrzegania zasad higieny	K2_K05

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Podstawowe pojęcia: jakość kosmetyków, mikrobiologiczne bezpieczeństwo kosmetyków, kryteria bezpieczeństwa. Podstawy prawne. Zasady GHP i GMP	C1	W1
2.	Charakterystyka głównych grup mikroorganizmów występujących w środowisku produkcyjnym. Podział mikroorganizmów według klas ryzyka.	C2	W2, U1
3.	Pierwotne i wtórne źródła zanieczyszczeń mikrobiologicznych w przemyśle kosmetycznym. Czynniki fizyczne determinujące rozwój mikroorganizmów	C2	W2, U1, K1
4.	Surowce jako źródło zanieczyszczeń mikrobiologicznych.	C2	W2, U1, K1
5.	Personel i środowisko produkcyjne jako źródło zanieczyszczeń mikrobiologicznych.	C3	W3, U1, U2, U3, K1
6.	Higiena produkcji. Biofilm w przemyśle. Metody prewencyjne w cyklu produkcyjnym (mycie i higiena)	C3	W3, U1, U2, U3, K1
7.	Monitoring zagrożeń mikrobiologicznych w przemyśle kosmetycznym i zakładach kosmetycznych.	C3, C5	W3, U1, U2, U3, K1
8.	Skażenie wtórne kosmetyków. Konsekwencje zanieczyszczenia mikrobiologicznego - zmiany jakościowe, bezpieczeństwo zdrowotne konsumenta. Mikrobiologiczne bezpieczeństwo kosmetyków i opakowań.	C2	W2, K1
9.	Metody oceny mikrobiologicznej jakości kosmetyków w oparciu o wymagania normatywne. Analizy ilościowe i jakościowe. Interpretacja wyników na podstawie obowiązujących norm.	C3, C5	W3, U1, U2, U3, K1
10.	Konserwacja kosmetyków - układy konserwujące, rodzaje konserwantów, mechanizmy działania. Naturalne substancje konserwujące. Testy kontrolowanego zanieczyszczenia kosmetyków - ocena podatności produktu na zanieczyszczenia wtórne.	C4	W4, U2, U3

Wymagania wstępne	Ma wiedzę i umiejętności z zakresu podstaw biologii, chemii ogólnej, matematyki
Metody nauczania	Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Ćwiczenia laboratoryjne
Sposób zaliczenia	Sprawdzian pisemny testowy, Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Przeprowadzenie badań

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w ćwiczeniach	45	
Uczestnictwo w wykładach	15	
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	30	
Przygotowanie do ćwiczeń	25	
Przygotowanie raportu	10	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	15	
Łączny nakład pracy studenta		
	Liczba godzin 140	ECTS 5
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela		
	Liczba godzin 75	ECTS 3
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym		
	Liczba godzin 55	ECTS 2

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia			
	Sprawdzian pisemny testowy	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Przeprowadzenie badań
W1	x	x	x	
W2	x	x	x	
W3	x	x	x	x
W4	x	x	x	x
U1			x	x
U2			x	x
U3			x	x
K1			x	x



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Zarządzanie projektem		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Project management		
Kod przedmiotu UEPjRP06S.22C.819.22	Rok / semestr 1 / 2	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Design i komercjalizacja produktu	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 15 Ćwiczenia: 15	Liczba punktów ECTS 2	Blok zajęciowy C

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Przekazanie wiedzy na temat zarządzania projektami
C2	Zapoznanie z normą ISO 9001 (innymi standardami stanowiącymi podstawę SZ) w odniesieniu do koniecznych etapów wdrażania
C3	Zapoznanie z praktycznym rozumieniem i stosowaniem pryncypiów i tematów metodyki zarządzania projektami - Prince 2
C4	Zapewnienie zrozumienia kluczowych zasad zarządzania projektami

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Zna i rozumie zastosowanie zarządzania projektami w organizacji	K2_W02, K2_W06, K2_W09
W2	Definiuje zasady i tematy charakteryzujące metodykę zarządzania projektami - Prince 2	K2_W05, K2_W08, K2_W11
Umiejętności		
U1	Charakteryzuje podstawowe zasady i tematy w metodyce Prince 2	K2_U02, K2_U05
U2	Interpretuje zasady i tematy Prince 2 w odniesieniu do specyfiki przedsiębiorstw oraz projektów	K2_U09
U3	Potrafi omówić i zinterpretować etapy zarządzania projektami	K2_U03, K2_U04, K2_U05
Kompetencje społecznych		
K1	Potrafi słuchać i analizować przekazywane treści wykładowe	K2_K02, K2_K05

K2	Demonstruje wyniki pracy indywidualnej i grupowej	K2_K02, K2_K03, K2_K04
----	---	---------------------------

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Istota zarządzania projektami w organizacji	C2, C3	W1, W2, U2, U3, K1
2.	Typowa działalność organizacji a zarządzanie projektami	C2, C3	W2, U1, K1
3.	Kluczowe metodyki zarządzania projektami. Charakterystyka metodyki Prince 2 – zasady i tematy w Prince 2	C2, C3, C4	W1, W2, U2, U3, K1
4.	Kluczowe metodyki zarządzania projektami. Charakterystyka metodyki Prince 2 – zasady i tematy w Prince 2	C2, C3	W2, U3, K1
5.	Kluczowe metodyki zarządzania projektami. Charakterystyka metodyki Prince 2 – zasady i tematy w Prince 2	C3	W2, U2, K2
6.	Omówienie i analiza elementów uzasadnienia biznesowe-go	C1	W2, U3, K1
7.	Role i obowiązki w zarządzaniu projektami (komitetu sterujący, kierownik projektu, zespoły wykonawcze, wsparcie i nadzór)	C1, C2	W1, W2, U2, K1
8.	Zarządzanie ryzykiem projektów	C2, C3	W2, U1, K1
9.	Zarządzanie ryzykiem projektów	C2, C3, C4	W2, U2, K1
10.	Zarządzanie etapowe oraz zarządzanie z wykorzystaniem tolerancji w zarządzaniu projektami	C2, C3	W1, U2, K1
11.	Zarządzanie etapowe oraz zarządzanie z wykorzystaniem tolerancji w zarządzaniu projektami	C1, C2	W2, U2, K1
12.	Koncentracja na produktach oraz dostosowanie do warunków projektu	C2, C3	W2, U1, K1
13.	Dokumentacja i zapisy w zarządzaniu projektami zgodnie z metodyką P2	C2, C3	W2, U1, U3
14.	Analiza przypadków – przykłady zarządzania projektami w przedsiębiorstwach produkcyjnych i organizacjach usługowych	C2, C3	W2, U2, K1
15.	Analiza przypadków – przykłady zarządzania projektami w przedsiębiorstwach produkcyjnych i organizacjach usługowych	C2, C3	W2, U2, K1

Wymagania wstępne	
Metody nauczania	Metoda projektów , Wykład konwencjonalny, Wykład z prezentacją multimedialną
Sposób zaliczenia	Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w ćwiczeniach	15	
Uczestnictwo w wykładach	15	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	2	
Przygotowanie projektu	10	
Zbieranie informacji do zadanej pracy	15	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 57	ECTS 2
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 32	ECTS 1
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 25	ECTS 1

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia	
	Projekt grupowy / praca w grupie	Przygotowanie prezentacji
W1	x	x
W2	x	x
U1	x	x
U2	x	x
U3	x	x
K1	x	x
K2	x	x



Karta opisu przedmiotu (syllabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Zachowania konsumentów		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Consumer behaviour		
Kod przedmiotu UEPjIRPS.22B.1338.22	Rok / semestr 1 / 2	Forma zaliczenia Egzamin
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 30 Ćwiczenia: 15	Liczba punktów ECTS 3	Blok zajęciowy B

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Przekazanie wiedzy z zakresu teorii zachowań konsumentów
C2	Przekazanie wiedzy na temat zachowań nabywczych konsumentów indywidualnych oraz determinant wpływających na ten proces
C3	Wykształcenie umiejętności stosowania wiedzy o zachowaniach uczestników rynku w działaniach marketingowych podmiotów rynkowych

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Zna podstawowe pojęcia związane z zachowaniami podmiotów rynkowych: potrzeby, decyzje nabywcze, determinanty wewnętrzne i zewnętrzne, proces zakupu, segmentacja i jej kryteria, satysfakcja, lojalność	K2_W05, K2_W07
W2	Zna i rozumie podstawowe modele zachowań uczestników rynku (instytucjonalnych i indywidualnych)	K2_W05, K2_W06
W3	Rozpoznaje i klasyfikuje determinanty wewnętrzne i zewnętrzne wpływające na zachowania podmiotów instytucjonalnych i indywidualnych na rynku	K2_W08
Umiejętności		
U1	Opisuje uwarunkowania wewnętrzne i zewnętrzne decyzji nabywczych konsumenta	K2_U04, K2_U07
U2	Potrafi zastosować odpowiednie kryteria i metody segmentacji podmiotów rynkowych	K2_U04, K2_U07
U3	Proponuje typowe rozwiązania w zakresie dostosowania działań marketingowych do trendów w zachowaniach konsumentów na rynku dóbr konsumpcyjnych	K2_U04, K2_U07
Kompetencje społecznych		

K1	Potrafi pracować w zespole	K2_K04
K2	Uzasadnia dobór zgłaszanych propozycji i rozwiązań	K2_K01, K2_K04
K3	Potrafi formułować praktyczne rozwiązania	K2_K01, K2_K04

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Teoria zachowań konsumenta: pojęcie, zakres zachowań uczestników rynku; rozwój teorii zachowań uczestników rynku.	C1	W1
2.	Potrzeba jako podstawa zachowań konsumenta. Nabywca a potrzeba informacji w procesie podejmowania decyzji konsumenckich. Proces podejmowania decyzji przez konsumentów indywidualnych. Modele podejmowania decyzji zakupu. Determinanty wewnętrzne i zewnętrzne zachowań nabywców indywidualnych.	C2, C3	W1, W2, W3, U3, K1
3.	Procesy decyzyjne nabywców instytucjonalnych. Proces zakupu (rodzaje decyzji, centra zakupowe); modele zakupu jednostek zinstytucjonalizowanych.	C2, C3	W1, W2, W3, U1, U3, K1, K2, K3
4.	Segmentacja strony popytowej i podażowej rynku.	C2	W2, W3, U2, K2, K3
5.	Zachowania konsumentów po dokonaniu zakupów. Trendy w zachowaniach podmiotów rynkowych.	C1, C2	W1, W3, U1, U3, K2

Wymagania wstępne	Podstawy marketingu, Badania Rynku
Metody nauczania	Metoda projektów , Burza mózgów, Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Analiza przypadków
Sposób zaliczenia	Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami, Sprawdzian ustny, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w ćwiczeniach	15	
Uczestnictwo w wykładach	30	
Przeprowadzenie badań literaturowych	10	
Przygotowanie projektu	10	
Przygotowanie do ćwiczeń	10	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	5	
Łączny nakład pracy studenta		
	Liczba godzin 80	ECTS 3
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 50	ECTS 2

Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 25	ECTS 1
---	---------------------	-----------

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia				
	Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami	Sprawdzian ustny	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt grupowy / praca w grupie	Przygotowanie prezentacji
W1	x			x	
W2	x		x		
W3	x		x		
U1	x				x
U2	x				x
U3		x			x
K1				x	x
K2				x	x
K3				x	x



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Opakowania produktów kosmetycznych		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Cosmetic product packaging		
Kod przedmiotu UEPjRP07S.22C.9421.22	Rok / semestr 1 / 2	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Menedżer produktów kosmetycznych	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 15 Ćwiczenia: 15	Liczba punktów ECTS 3	Blok zajęciowy C

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Poznanie podstawowych zagadnień z zakresu opakowań produktów kosmetycznych.
C2	Przekazanie wiedzy na temat specyfiki opakowań produktów kosmetycznych w zakresie jakości i bezpieczeństwa produktu, konsumenta i środowiska przyrodniczego.
C3	Zapoznanie studenta z trendami i innowacjami opakowaniowymi w branży kosmetycznej.
C4	Dobór i przeprowadzenie badań jakościowych opakowań produktów kosmetycznych.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Student definiuje pojęcie "opakowanie" zgodnie z wymaganiami branży kosmetycznej oraz charakteryzuje funkcje opakowań.	K2_W02, K2_W03, K2_W04, K2_W13, K2_W14
W2	Student posiada wiedzę z zakresu materiałów, konstrukcji, znakowania i etykietowania opakowań produktów kosmetyków.	K2_W02, K2_W03, K2_W10, K2_W14
W3	Student zna standardy dotyczące jakości i bezpieczeństwa w branży opakowań kosmetycznych w oparciu o wymagania prawne i praktyki branżowe.	K2_W04, K2_W06, K2_W12
W4	Student zna metody badań i oceny jakości materiałów opakowaniowych stosowanych w branży kosmetycznej.	K2_W03, K2_W06, K2_W14
W5	Student zna trendy i innowacje na rynku opakowań kosmetycznych.	K2_W02, K2_W03, K2_W04, K2_W06, K2_W13
Umiejętności		
U1	Student posiada kompetencje w zakresie doboru materiału opakowaniowego do specyfiki produktu kosmetycznego.	K2_U03, K2_U08, K2_U09

U2	Student potrafi zaplanować, wykonać, przedstawić i analizować wyniki badań materiałów opakowaniowych i opakowań.	K2_U03, K2_U06, K2_U07, K2_U08, K2_U09
U3	Student potrafi identyfikować trendy i innowacje opakowaniowe na rynku kosmetycznym.	K2_U01
Kompetencje społecznych		
K1	Student potrafi prowadzić dyskusję w oparciu o naukowe dane z wykorzystaniem branżowego słownictwa.	K2_K05

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Definicja, rola, funkcje i formy konstrukcyjne opakowań z perspektywy rynku produktów kosmetycznych.	C1	W1, U1, K1
2.	Charakterystyka i metody produkcji materiałów opakowaniowych i opakowań ze: szkła, metalu, papieru i tektury, tworzyw konwencjonalnych, biomateriałów i ich modyfikacji.	C1, C2, C4	W2, W3, W4, U1, U2, K1
3.	Rodzaje zamknięć, dozowników i aplikatorów stosowanych w opakowaniach produktów kosmetycznych.	C1, C2, C4	W2, W3, W4, U1, U2, K1
4.	Techniki druku i rodzaje etykiet stosowanych w branży kosmetycznej.	C1, C2, C4	W2, W3, W4, U1, U2, K1
5.	Aspekt ekologiczny opakowań kosmetycznych w kontekście zrównoważonego rozwoju, gospodarki cyrkularnej i recyklingu.	C1, C2, C3	W3, W5, U1, U3, K1
6.	Innowacje i trendy opakowaniowe w branży kosmetycznej.	C3	W5, U3, K1
7.	Standardy jakości i bezpieczeństwa opakowań w branży kosmetycznej.	C2, C4	W3, W4, U1, U2, K1

Wymagania wstępne	Student ma podstawową wiedzę z zakresu oceny jakości towarów i opakowań.
Metody nauczania	Wykład konwersatoryjny, Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Ćwiczenia laboratoryjne
Sposób zaliczenia	Quiz na platformie moodle, Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Przeprowadzenie badań

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*
Uczestnictwo w wykładach	15
Uczestnictwo w ćwiczeniach	15
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	5
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	15

Zbieranie informacji do zadanej pracy	10	
Przygotowanie raportu	15	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 75	ECTS 3
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 35	ECTS 1
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 30	ECTS 1

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia			
	Quiz na platformie moodle	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Przeprowadzenie badań
W1	x	x	x	x
W2	x	x	x	x
W3	x	x	x	x
W4	x	x	x	x
W5	x	x	x	
U1	x	x	x	x
U2	x		x	x
U3	x	x	x	
K1			x	x



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Design thinking		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Design thinking		
Kod przedmiotu UEPjRP06S.22C.12273.22	Rok / semestr 1 / 2	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Design i komercjalizacja produktu	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 0 Ćwiczenia: 15	Liczba punktów ECTS 1	Blok zajęciowy C

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Przekazanie wiedzy na temat istoty i warunków wykorzystywania metody Design thinking
C2	Omówienie poszczególnych etapów procesu Design thinking
C3	Wykształcenie umiejętności korzystania z technik i narzędzi metody Design thinking
C4	Wykształcenie umiejętności zaplanowania procesu rozwiązania problemu metodą Design thinking.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Student opisuje metodę Design thinking, przedstawia jej istotę oraz możliwości wykorzystania w rozwiązywaniu problemów przedsiębiorstw.	K2_W04, K2_W07
W2	Student ma wiedzę na temat narzędzi wykorzystywanych w metodzie Design thinking i obszarów oraz zasad ich wykorzystywania.	K2_W07, K2_W08
W3	Student zna ogólne zasady planowania i realizacji procesu Design thinking.	K2_W11, K2_W16
Umiejętności		
U1	Student planuje proces Design thinking w oparciu o zdiagnozowane potrzeby przedsiębiorstwa.	K2_U02, K2_U05
U2	Student prawidłowo rozróżnia i posługuje się narzędziami wykorzystywanymi podczas realizacji procesu metodą Design thinking.	K2_U04, K2_U05
Kompetencje społecznych		
K1	Student jest zdolny do podejmowania odpowiednich działań w kontekście zaplanowania procesu opartego o metodę Design thinking.	K2_K01, K2_K02
K2	Student wykazuje inicjatywę i jest zorientowany na podejście kreatywne do rozwiązywania problemów przedsiębiorstw.	K2_K02, K2_K05

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Wprowadzenie do procesu Design thinking - istota, obszary i warunki wykorzystania, zasady, uczestnicy.	C1	W1, U1, K2
2.	Omówienie kolejnych etapów procesu Design thinking: empatia, diagnozowanie problemu, generowanie pomysłów, prototypowanie, testowanie.	C2, C4	W3, U1, K1, K2
3.	Narzędzia wykorzystywane w procesie Design thinking.	C3, C4	W2, W3, U2, K1

Wymagania wstępne	
Metody nauczania	Wykład z prezentacją multimedialną, Rozwiązywanie zadań, Praktyczna nauka narzędzi stosowanych w metodzie Design Thinking
Sposób zaliczenia	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w ćwiczeniach	15	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	5	
Przygotowanie projektu	10	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 30	ECTS 1
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 20	ECTS 0.5
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 25	ECTS 1

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia	
	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt grupowy / praca w grupie
W1	x	
W2		x
W3		x
U1	x	

U2		x
K1		x
K2		x



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Zarządzanie produktem		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Product management		
Kod przedmiotu UEPjRPS.22B.990.22	Rok / semestr 1 / 2	Forma zaliczenia Egzamin
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 15 Ćwiczenia: 30	Liczba punktów ECTS 4	Blok zajęciowy B

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Przekazanie wiedzy na temat roli i miejsca zarządzania produktem (portfelem produktów) w zarządzaniu przedsiębiorstwem
C2	Przekazanie wiedzy na temat konstruowania strategii produktu jako strategii instrumentalnej
C3	Przekazanie wiedzy na temat elementów składowych strategii produktu i jej relacji z pozostałymi strategiami instrumentalnymi
C4	Wykształcenie umiejętności wykorzystywania elementów strategii produktu w działaniach marketingowych przedsiębiorstwa

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Zna i wyjaśnia podstawowe pojęcia związane z zarządzaniem produktem	K2_W02, K2_W14
W2	Rozumie rolę strategii produktu w zarządzaniu przedsiębiorstwem	K2_W11, K2_W16
W3	Rozpoznaje i klasyfikuje elementy strategii produktu	K2_W06, K2_W14
W4	Analizuje i implementuje składowe strategii produktu	K2_W16
Umiejętności		
U1	Potrafi zdiagnozować potrzeby informacyjne dla zarządzania produktem	K2_U01, K2_U02, K2_U03, K2_U07, K2_U12
U2	Potrafi zaprojektować składowe strategii produktu	K2_U01, K2_U02, K2_U04, K2_U05, K2_U12

U3	Na podstawie analizy i implementacji strategii produktu, potrafi zaproponować modyfikacje i zmiany rozwiązań w strategii produktu	K2_U01, K2_U02, K2_U03, K2_U04, K2_U05, K2_U07, K2_U13, K2_U14
Kompetencji społecznych		
K1	Potrafi pracować w zespole	K2_K02
K2	Uzasadnia dobór zgłaszanych propozycji i rozwiązań	K2_K01, K2_K02
K3	Potrafi prezentować zgłaszane propozycje i rozwiązania	K2_K05

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Podstawowe pojęcie, zakresy i znaczenie zarządzania produktem w zarządzaniu przedsiębiorstwem	C1, C3, C4	W1, W2, W3
2.	Strategia produktu jako strategia instrumentalna, jej relacje z pozostałymi strategiami oraz miejsce strategii marketingowej przedsiębiorstwa	C2	W1, U1, K1, K2
3.	Proces budowy strategii produktu. Określenie jej składowych/elementów strategii produktu i ich wzajemnych relacji	C2, C3	W1, W2, W3, W4, U1, U2, K1, K2, K3
4.	Rozwiązania organizacyjne zarządzania produktem w przedsiębiorstwie. Określenie zasad implementacji strategii produktu i jej weryfikacji	C1, C4	W2, W4, U3, K1, K2, K3

Wymagania wstępne	Podstawowa wiedza z zakresu organizacji i zarządzania; podstawowa wiedza z zakresu marketingu, podstawowa wiedza z zakresu zachowań uczestników rynku
Metody nauczania	Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja
Sposób zaliczenia	Egzamin pisemny testowy, Projekt indywidualny, Ćwiczenia: sprawdzian pisemny wiadomości przed ćwiczeniami (20%), projekt zaliczeniowy (80%) Wykład: egzamin pisemny (100%)

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w ćwiczeniach	30	
Uczestnictwo w wykładach	15	
Przygotowanie do egzaminu	15	
Przygotowanie raportu	15	
Przygotowanie do ćwiczeń	20	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	5	
Łączny nakład pracy studenta		
	Liczba godzin 100	ECTS 4

Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 50	ECTS 2
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 45	ECTS 1.5

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia		
	Egzamin pisemny testowy	Projekt indywidualny	Ćwiczenia: sprawdzian pisemny wiadomości przed ćwiczeniami (20%), projekt zaliczeniowy (80%) Wykład: egzamin pisemny (100%)
W1	x	x	x
W2	x	x	x
W3	x	x	x
W4		x	x
U1		x	x
U2		x	x
U3		x	x
K1		x	x
K2		x	x
K3		x	x



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Właściwości i jakość surowców kosmetycznych		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Properties and quality of cosmetic ingredients		
Kod przedmiotu UEPjIRP07S.22C.13503.22	Rok / semestr 1 / 2	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Menedżer produktów kosmetycznych	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 30 Ćwiczenia: 0	Liczba punktów ECTS 2	Blok zajęciowy C

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Przekazanie szczegółowej wiedzy dotyczącej właściwości i jakości surowców kosmetycznych oraz technologii ich wytwarzania
C2	Wykształcenie umiejętności doboru składników produktów kosmetycznych
C3	Poznanie właściwości surowców kształtujących właściwości użytkowe produktów kosmetycznych
C4	Zapoznanie z metodami badania właściwości wybranych surowców stosowanych w produktach kosmetycznych
C5	Wyrobienie umiejętności oceny właściwości użytkowych i jakości stosowanych w produktach kosmetycznych

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	charakteryzuje główne surowce kosmetyczne oraz technologię ich wytwarzania	K2_W10
W2	charakteryzuje metody doboru surowców kosmetycznych	K2_W14
W3	zna i opisuje właściwości surowców kształtujących właściwości użytkowe produktów kosmetycznych	K2_W06
W4	zna i opisuje metody badania właściwości wybranych surowców stosowanych w produktach kosmetycznych	K2_W04, K2_W05
W5	Rozumie znaczenie właściwości surowców kosmetycznych w projektowaniu receptury produktów kosmetycznych	K2_W15
Umiejętności		
U1	rozumie znaczenie właściwości i jakości surowców kosmetycznych w procesie wytwarzania produktów kosmetycznych	K2_U02

Kompetencje społecznych		
K1	określa priorytety służące realizacji określonych zadań z zakresu badania jakości i właściwości surowców kosmetycznych	K2_K02

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Podstawowe pojęcia z zakresu receptury produktów kosmetycznych	C1	W1, W2
2.	Główne surowce do produkcji wyrobów kosmetycznych i charakterystyka ich właściwości	C1	W1, W4
3.	Główne surowce do produkcji wyrobów kosmetycznych i ich charakterystyka Podział właściwości surowców kosmetycznych	C1, C3	W1
4.	Formy użytkowe kosmetyków i podstawowe zasady ich projektowania	C1	W2
5.	Właściwości surowców stosowanych do wytwarzania wyrobów kosmetycznych : płynów, żeli, emulsji, maści, proszków, pudrów, pian, past itd.	C1, C2	W2, U1, K1
6.	Właściwości surowców kształtujące właściwości użytkowe oraz skuteczność działania kosmetyków	C3, C5	W3
7.	Surfaktanty jako składniki produktów kosmetycznych	C3, C4	U1, K1
8.	Zasady doboru emulgatorów do receptur kosmetycznych	C5	W5

Wymagania wstępne	Podstawowa wiedza z zakresu chemii ogólnej zdobyta na studiach licencjackich lub inżynierskich I stopnia
Metody nauczania	Wykład z prezentacją multimedialną
Sposób zaliczenia	Sprawdzian pisemny testowy

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w wykładach	30	
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	10	
Zbieranie informacji do zadanej pracy	20	
Łączny nakład pracy studenta		
	Liczba godzin 60	ECTS 2
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 30	ECTS 1
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 0	ECTS 0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia
	Sprawdzian pisemny testowy
W1	x
W2	x
W3	x
W4	x
W5	x
U1	x
K1	x



Karta opisu przedmiotu (syllabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu E-konsument		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim E-consumer		
Kod przedmiotu UEPjIRPS.22B.11952.22	Rok / semestr 1 / 2	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Do wyboru
Godziny Wykłady: 30 Ćwiczenia: 0	Liczba punktów ECTS 2	Blok zajęciowy B

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Przekazanie wiedzy na temat zachowań konsumentów na rynku internetowym
C2	Zapoznanie studentów z procesem dokonywania zakupów w Internecie (eprodukty, eusługi)
C3	Wykształcenie umiejętności stosowania wiedzy o podejściu przedsiębiorstw w oddziaływaniu na zachowania konsumentów w przestrzeni wirtualnej (oferta produktów, usług, badania konsumenckie)

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Zna podstawowe pojęcia związane z zachowaniami konsumentów: potrzeby, decyzje nabywcze, determinanty wewnętrzne i zewnętrzne, proces zakupu, segmentacja i jej kryteria, satysfakcja, lojalność	K2_W05, K2_W07, K2_W08
W2	Zna i rozumie podstawowe modele zachowań uczestników rynku na rynku internetowym	K2_W05, K2_W07, K2_W08
W3	Rozpoznaje i klasyfikuje determinanty wewnętrzne i zewnętrzne wpływające na zachowania podmiotów w Internecie	K2_W07, K2_W08, K2_W14
Umiejętności		
U1	Opisuje uwarunkowania wewnętrzne i zewnętrzne decyzji nabywczych konsumenta	K2_U01, K2_U05, K2_U07
U2	Potrafi zastosować odpowiednie metody badań konsumenckich w Internecie	K2_U01, K2_U04, K2_U06
U3	Proponuje typowe rozwiązania w zakresie dostosowania działań marketingowych do trendów w zachowaniach konsumentów na rynku internetowym	K2_U05, K2_U13, K2_U14
Kompetencji społecznych		

K1	Potrafi pracować w zespole	K2_K01, K2_K04
K2	Uzasadnia dobór zgłaszanych propozycji i rozwiązań	K2_K01, K2_K05

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Teoria zachowań konsumenta: pojęcie, zakres zachowań uczestników rynku; trendy konsumenckie	C1	W1, U1
2.	Potrzeba jako podstawa zachowań konsumenta. Nabywca a potrzeba informacji w procesie podejmowania decyzji konsumenckich. Proces podejmowania decyzji przez konsumentów indywidualnych. Modele podejmowania decyzji zakupu. Determinanty wewnętrzne i zewnętrzne zachowań nabywców indywidualnych.	C1	W1, W2, U1, K2
3.	E usługi w Internecie - oferta, proces powstawania, wpływ konsumentów	C2	W2, U2, U3, K1, K2
4.	Profil Ekonsumenta w Polsce	C2	W3, U2, K1
5.	Badania konsumenckie w Internecie	C3	W3, U2, U3, K1, K2

Wymagania wstępne	Podstawowa wiedza z zakresu Podstaw marketingu oraz Badań rynku
Metody nauczania	Wykład konwersatoryjny, Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Analiza przypadków
Sposób zaliczenia	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Projekt grupowy / praca w grupie

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w wykładach	30	
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	10	
Przygotowanie projektu	10	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 50	ECTS 2
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 30	ECTS 1
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 10	ECTS 0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia	
	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami	Projekt grupowy / praca w grupie

W1	x	
W2	x	
W3	x	
U1		x
U2		x
U3		x
K1		x
K2		x



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Marketing relacyjny		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Relationship marketing		
Kod przedmiotu UEPjRPS.22B.1235.22	Rok / semestr 1 / 2	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Do wyboru
Godziny Wykłady: 30 Ćwiczenia: 0	Liczba punktów ECTS 2	Blok zajęciowy B

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Poznanie przez uczestników zajęć pojęcia i istoty marketingu relacji
C2	Poznanie przez uczestników zajęć procesu budowania i utrzymania relacji z podmiotami rynku
C3	Poznanie przez uczestników zajęć sposobów komunikacji marketingowej z klientami oraz zasad budowania wartości dla klientów
C4	Poznanie przez uczestników zajęć instrumentów marketingowych budowania relacji z klientami oraz zasad planowania eventu dla klientów

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Student definiuje marketingu relacji i objaśnia jego istotę.	K2_W07, K2_W08
W2	Student identyfikuje i objaśnia etapy procesu budowania i utrzymania relacji przedsiębiorstwa z podmiotami rynku.	K2_W07
W3	Student przedstawia sposoby komunikacji marketingowej z klientami oraz zasady budowania wartości dla klientów.	K2_W08, K2_W11
W4	Student przedstawia instrumenty marketingowe budowania relacji z klientami oraz wyjaśnia zasady planowania eventu dla klientów.	K2_W07, K2_W08
Umiejętności		
U1	Student opracowuje działania zgodnie z zasadami marketingu relacji dla różnych typów organizacji.	K2_U02, K2_U04
U2	Student projektuje proces budowania relacji organizacji (przedsiębiorstwa) z klientem.	K2_U02, K2_U04
U3	Student przygotowuje projekt komunikacji marketingowej przedsiębiorstwa z klientami.	K2_U02, K2_U04

U4	Student projektuje event dla klientów wybranego przedsiębiorstwa.	K2_U02, K2_U04
Kompetencje społecznych		
K1	Student identyfikuje i rozwiązuje problemy w obszarze budowania relacji organizacji z uczestnikami rynku .	K2_K01
K2	Student potrafi pracować samodzielnie oraz w grupie.	K2_K04, K2_K05

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Wprowadzenie do marketingu relacji - definicja pojęcia i istota marketingu relacji	C1	W1, U1, K1
2.	Proces budowania relacji przedsiębiorstwa z klientem	C2	W2, U2, K1
3.	Metody pozyskiwania klientów	C2	W2, U2, K1
4.	Badania potrzeb klientów	C2	W2, U2, K1, K2
5.	Budowanie relacji z klientami	C2, C3, C4	W2, W3, W4, U2, U3, U4, K1, K2
6.	Sposoby komunikacji marketingowej z klientami	C3	W3, U3, K1, K2
7.	Budowanie wartości dla klientów	C3	W3, U3, K1, K2
8.	Planowanie eventu dla klientów	C4	W4, U4, K1, K2
9.	Utrzymanie relacji z klientem	C2	W2, U2, K1, K2

Wymagania wstępne	
Metody nauczania	Metoda projektów , Wykład z prezentacją multimedialną, Rozwiązywanie zadań, Metody e-learningowe
Sposób zaliczenia	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt indywidualny, Przygotowanie prezentacji, Quiz na platformie moodle

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w wykładach	30	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	5	
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	15	
Przygotowanie projektu	5	
Przygotowanie prezentacji multimedialnej	1	
Zbieranie informacji do zadanej pracy	3	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 59	ECTS 2

Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 35	ECTS 1
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 5	ECTS 0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia				
	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt indywidualny	Przygotowanie prezentacji	Quiz na platformie moodle
W1	x	x	x	x	x
W2	x	x	x	x	x
W3	x	x	x	x	x
W4	x	x	x	x	x
U1	x	x	x	x	
U2	x	x	x	x	
U3	x	x	x	x	
U4	x	x	x	x	
K1	x	x	x	x	
K2	x	x	x	x	



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Narzędzia analizy danych rynkowych		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Market data analysis methods		
Kod przedmiotu UEPjRPS.22B.12311.22	Rok / semestr 1 / 2	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Do wyboru
Godziny Wykłady: 30 Ćwiczenia: 0	Liczba punktów ECTS 2	Blok zajęciowy B

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Poznanie podstawowych metod eksploracyjnej analizy danych
C2	Poznanie narzędzi analizy wykorzystywanych w praktyce gospodarczej
C3	Wykształcenie umiejętności analiza danych przy pomocy arkusza kalkulacyjnego lub dedykowanego oprogramowania
C4	Poznanie metod pozyskiwania i oczyszczania danych (bazy danych, różne formaty plików, analiza danych on-line)

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Zna podstawowe pojęcia z zakresu analizy danych	K2_W05, K2_W08, K2_W09
W2	Ma wiedzę odnośnie metod i ograniczeń z nimi związanych	K2_W07, K2_W09, K2_W11
Umiejętności		
U1	Potrafi załadować źródło danych i dokonać wstępnego oczyszczenia	K2_U01, K2_U04, K2_U07
U2	Potrafi przeprowadzić podstawową analizę w arkuszu kalkulacyjnym lub dedykowanym oprogramowaniu	K2_U01, K2_U04, K2_U07
U3	Potrafi zinterpretować wyniki swojej analizy, a także analiz wykonanych przez inne osoby	K2_U01, K2_U04, K2_U05, K2_U07
U4	Potrafi odnieść wyniki do pozycji rynkowej przedsiębiorstwa	K2_U02, K2_U05
Kompetencje społecznych		

K1	Potrafi uzyskać informację zwrotną od zlecającego zadanie	K2_K01, K2_K02, K2_K03
----	---	---------------------------

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Źródła danych i data wrangling	C1, C2, C3	W1, U1, K1
2.	Analysis ToolPak w Ms Excel	C2, C3, C4	W1, W2, U1, U2, U3, K1
3.	Statystyki opisowe	C1, C3	W1, W2, U2, U3, U4
4.	Porównywanie średnich w dwóch i więcej grupach	C1, C2, C3	W1, W2, U2, U3, U4, K1
5.	Analiza skupień	C1, C2, C3, C4	W2, U1, U2, U4, K1
6.	Analiza regresji i inne metody analityczne	C1, C2, C3, C4	W1, W2, U2, U3, U4, K1
7.	Wykorzystanie baz danych	C2, C3, C4	W2, U4, K1
8.	Narzędzia do wizualizacji	C2, C3, C4	W2, U1, U2, U3, U4, K1

Wymagania wstępne	Matematyka, Statystyka, Informatyka (obsługa MS Excel lub innego arkusza kalkulacyjnego)
Metody nauczania	Analiza przypadków, Ćwiczenia laboratoryjne
Sposób zaliczenia	Projekt grupowy / praca w grupie

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w wykładach	30	
Przygotowanie projektu	25	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	5	
Łączny nakład pracy studenta		
	Liczba godzin 60	ECTS 2
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela		
	Liczba godzin 35	ECTS 1
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym		
	Liczba godzin 25	ECTS 1

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia	
		Projekt grupowy / praca w grupie
W1	x	

W2	x
U1	x
U2	x
U3	x
U4	x
K1	x



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Nutraceutyki		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Nutraceuticals		
Kod przedmiotu UEPjRPS.22B.11992.22	Rok / semestr 1 / 2	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Do wyboru
Godziny Wykłady: 15 Ćwiczenia: 0	Liczba punktów ECTS 1	Blok zajęciowy B

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Przedstawienie koncepcji żywności o prozdrowotnych właściwościach (w tym health and wellness) jako nowego kierunku rozwoju rynku produktów spożywczych
C2	Charakterystyka składników bioaktywnych oraz ich wykorzystanie w produkcji żywności funkcjonalnej i suplementów diety grupy oral beauty products
C3	Zapoznanie studentów z problematyką stosowania oświadczeń żywieniowych i zdrowotnych oraz regulacjami prawnymi w tym zakresie

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Charakteryzuje substancje bioaktywne wykorzystywane w produkcji żywności funkcjonalnej i suplementów diety z grupy oral beauty products	K2_W02
W2	Charakteryzuje rodzaje żywności funkcjonalnej i suplementów diety i znaa powiązania między poszczególnymi kategoriami żywności o prozdrowotnych właściwościach	K2_W02
Umiejętności		
U1	Korzysta z aktów prawnych w zakresie znakowania wartością odżywczą i zdrowotną	K2_U03
Kompetencji społecznych		
K1	Rozumie konieczność odpowiedzialnego znakowania suplementów diety oraz potrzebę rzetelnego informowania konsumentów	K2_K02

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Zarys rozwoju nauk o żywności i żywieniu	C1	W1
2.	Składniki odżywcze i wartość odżywcza żywności	C2	W1
3.	Nutraceutyki (składniki bioaktywne) i ich źródła (roślinne, zwierzęce)	C2	W1, W2
4.	Suplementy diety, doustne preparaty dla urody (OBPs) charakterystyka produktów, aktualne trendy	C2, C3	W1, W2
5.	Stosowanie oświadczeń żywieniowych i zdrowotnych, studia przypadków . Rola Europejskiej Agencji ds. Bezpieczeństwa Żywności.	C2	W2, U1, K1

Wymagania wstępne	Regulacje prawne
Metody nauczania	Analiza tekstów , Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Analiza przypadków
Sposób zaliczenia	Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w wykładach	15	
Zbieranie informacji do zadanej pracy	10	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	2	
Łączny nakład pracy studenta		
	Liczba godzin 27	ECTS 1
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 17	ECTS 0.5
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 0	ECTS 0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia	
	Projekt grupowy / praca w grupie	Przygotowanie prezentacji
W1	x	x
W2	x	x
U1	x	x
K1	x	x



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Podstawy perfumerii		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Introduction to perfumery		
Kod przedmiotu UEPjRPS.22B.11295.22	Rok / semestr 1 / 2	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Do wyboru
Godziny Wykłady: 15 Ćwiczenia: 0	Liczba punktów ECTS 1	Blok zajęciowy B

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Przekazanie wiedzy na temat zmysł węchu, znaczenia czynników zapachowych w przyrodzie, gospodarce i życiu człowieka
C2	Przekazanie wiedzy na temat substancji zapachowych
C3	Przekazanie wiedzy na temat perfum i wyrobów perfumowanych (klasyfikacja, surowce, sposób wytwarzania, charakterystyka)

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Ma wiedzę na temat znaczenia i percepcji zapachu	K2_W02, K2_W04
W2	Posiada wiedzę na temat substancji zapachowych	K2_W02, K2_W04
W3	Posiada wiedzę na temat perfum i wyrobów perfumowanych (klasyfikacja, surowce, sposób wytwarzania, charakterystyka)	K2_W02, K2_W04
Umiejętności		
U1	Umie dokonać charakterystyki wybranych substancji zapachowych	K2_U08
U2	Umie dokonać charakterystyki perfum i wyrobów perfumowanych	K2_U08
Kompetencji społecznych		
K1	Zna znaczenie zapachów w życiu społecznym	K2_K05

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
-----	-------------------	---------------------------------	-----------------------------------

1.	Wprowadzenie, historia perfumerii (1)	C1	W1, W2, W3
2.	Podstawowe zmysły człowieka. Zmysł węchu. Zapach jako źródło i nośnik informacji (1)	C1	W1, K1
3.	Substancje zapachowe (2)	C2	W2, U1
4.	Rodzaje perfum, tworzenie kompozycji zapachowych skład chemiczny, przemiany fizykochemiczne i utrwalanie (2)	C3	W3, U2
5.	Perfumowanie wyrobów (2)	C3	W3
6.	Znaczenie czynników zapachowych w przyrodzie, gospodarce i życiu człowieka (1)	C1	W1

Wymagania wstępne	Ma podstawową wiedzę z zakresu chemii
Metody nauczania	Wykład konwencjonalny, Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja
Sposób zaliczenia	Sprawdzian pisemny testowy, Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w wykładach	15	
Zbieranie informacji do zadanej pracy	10	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	1	
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	4	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 30	ECTS 1
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 16	ECTS 0.5
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 0	ECTS 0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia		
	Sprawdzian pisemny testowy	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
W1	x	x	x
W2	x	x	x
W3	x	x	x
U1	x	x	x

U2	x	x	x
K1	x	x	x



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Techniki badania preferencji konsumenckich		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Techniques in consumer preferences research		
Kod przedmiotu UEPjRPS.22B.11985.22	Rok / semestr 1 / 2	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Do wyboru
Godziny Wykłady: 15 Ćwiczenia: 0	Liczba punktów ECTS 1	Blok zajęciowy B

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Przekazanie wiedzy na temat historii badań nad ludzkim poznaniem, podstaw wybranych technik neurofizjologicznych, metod psychologicznych i behawioralnych oraz metod analizy i opracowywania danych stosowanych w badaniach preferencji konsumenckich
C2	Przekazanie wiedzy z zakresu zastosowania konwencjonalnych metod badania rynku, wybranych technik neurofizjologicznych, metod psychologicznych i behawioralnych oraz metod analizy i opracowywania danych stosowanych w badaniach preferencji konsumenckich
C3	Wykształcenie umiejętności stosowania wybranych technik badawczych i metod oceny w badaniach preferencji konsumentów na podstawie przykładów z praktyki rynkowej

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Zna podstawy i zastosowanie konwencjonalnych metod badania rynku	K2_W01, K2_W02
W2	Zna zastosowanie wybranych technik neurofizjologicznych, metod psychologicznych i behawioralnych oraz metod analizy i opracowywania danych stosowanych w badaniach preferencji konsumenckich	K2_W04, K2_W06, K2_W08
W3	Zna podstawy nauki o ludzkim poznaniu i wybranych metodach badawczych w niej stosowanych w aspekcie badań preferencji konsumenckich	K2_W03, K2_W04, K2_W08
Umiejętności		
U1	Proponuje odpowiednią technikę lub metodę badawczą do rozwiązania prostego problemu zaczerpniętego z praktyki rynkowej	K2_U01, K2_U02, K2_U05
U2	Proponuje odpowiednią technikę lub metodę badawczą do rozwiązania prostego problemu zaczerpniętego z praktyki rynkowej	K2_U02, K2_U11, K2_U14
Kompetencje społecznych		
K1	Potrafi pracować w zespole (grupie) i przyjmować w nim różne role	K2_K01

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Podstawy nowoczesnych teorii marketingowych. Badania ilościowe i jakościowe	C1	W1, U1
2.	Podstawy kognitywistyki - rozwiązania heurystyczne w zarządzaniu	C1, C2	W1, W2, W3, U1, U2
3.	Funkcjonowanie mózgu - nowe techniki badawcze oparte na pomiarach neurofizjologicznych: fMRI, EEG, PET (zastosowanie i demonstracja działania wybranych technik)	C1, C2, C3	W1, W2, W3, U1, U2
4.	Techniki badawcze oparte na pomiarach okulograficznych (eyetracking) i mimiki twarzy - prezentacja narzędzi firmy NOLDUS i Cogision	C1, C2, C3	W1, W2, W3, U1, U2
5.	Emocje a mózg - ich wpływ na decyzje ekonomiczne. Podstawy teorii gier	C2, C3	W1, W2, W3, U1, U2
6.	Analiza sensoryczna - nowoczesne podejście do pomiaru odczuć zmysłowych. Instrumentalny pomiar barwy i zapachu. Idea i zastosowanie elektronicznego języka. Marka 5D. Marketing sensoryczny.	C1, C2, C3	W1, W2, W3, U1, U2
7.	Reklama, marki i marketing konta konsument - analiza przypadków	C1, C2, C3	W1, W2, W3, U1, U2, K1

Wymagania wstępne	Ma wiedzę i umiejętności z zakresu podstawowych metod stosowanych w badaniach marketingowych i sensorycznych badaniach konsumenckich
Metody nauczania	Metoda projektów , Wykład konwersatoryjny, Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja
Sposób zaliczenia	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt indywidualny, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w wykładach	15	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	1	
Przeprowadzenie badań empirycznych lub literaturowych	5	
Przygotowanie projektu	5	
Przygotowanie prezentacji multimedialnej	4	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 30	ECTS 1
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 16	ECTS 0.5
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 10	ECTS 0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia			
	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt indywidualny	Projekt grupowy / praca w grupie	Przygotowanie prezentacji
W1	x			
W2	x	x		x
W3	x	x		x
U1	x	x		x
U2	x	x		x
K1		x	x	x



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Seminarium dyplomowe		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Diploma seminar		
Kod przedmiotu UEPjRPS.22C.409.22	Rok / semestr 1 / 2	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 0 Ćwiczenia: 15	Liczba punktów ECTS 1	Blok zajęciowy C

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Zapoznanie z podstawową literaturą z zakresu przedmiotowego seminarium
C2	Zbudowanie warsztatu naukowego umożliwiającego przygotowanie pracy dyplomowej
C3	Wyrobienie umiejętności prezentacji poglądów i przemyśleń
C4	Przekazanie podstawowej wiedzy na temat sposobów pozyskiwania i rozliczania funduszy na realizację projektów naukowych i aplikacyjnych w zakresie towaroznawstwa

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	zna podstawowy dorobek teoretyczny z zakresu przedmiotowego seminarium	K2_W01, K2_W02
W2	zna zasady definiowania problemu badawczego i przygotowania pracy dyplomowej	K2_W10
W3	zna podstawowe metody badań naukowych z zakresu przedmiotowego seminarium, umożliwiające przygotowanie pracy dyplomowej	K2_W06, K2_W14
W4	zna podstawowe bazy danych bibliograficznych i statystycznych właściwe dla przedmiotowego seminarium	K2_W06, K2_W15
W5	ma podstawową wiedzę na temat sposobów pozyskiwania i rozliczania funduszy na realizację projektów naukowych i aplikacyjnych w zakresie towaroznawstwa	K2_W18
Umiejętności		
U1	potrafi przeprowadzić kwerendę literaturową i dokonać krytycznej oceny pozyskanych informacji	K2_U01, K2_U02, K2_U11, K2_U12
U2	potrafi zdefiniować problem badawczy, sformułować tezy, hipotezy lub cele badawcze, zaprojektować badania empiryczne lub teoretyczne	K2_U03, K2_U06, K2_U09, K2_U10, K2_U12

U3	potrafi przygotować pracę pisemną lub prezentację z zakresu przedmiotowego seminarium	K2_U12, K2_U13, K2_U14
Kompetencje społecznych		
K1	potrafi pracować w zespole	K2_K04
K2	postępuje etycznie i zgodnie z regulaminem studiów UEP	K2_K03

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Zasady przygotowania pracy dyplomowej	C2	W1, W2, U2, U3, K2
2.	Podstawowe bazy danych bibliograficznych i statystycznych właściwe dla przedmiotowego seminarium	C1	W4, U1
3.	Metodyka badawcza w zakresie przedmiotowym seminarium	C1, C2, C3	W1, W3, W4, U1, U2
4.	Dyskusja nad koncepcją pracy dyplomowej	C1, C2, C3	W1, W2, U1, U2, K1, K2
5.	Referowanie częściowych wyników badań	C1, C2, C3	W1, W2, W3, U2, K2
6.	Prezentacja tez pracy dyplomowej	C3	W1, W2, U2, U3, K2
7.	Podstawowe sposoby pozyskiwania i rozliczania funduszy na realizację projektów naukowych i aplikacyjnych w zakresie towaroznawstwa	C4	W5

Wymagania wstępne	Umiejętność obsługi edytorów tekstowych oraz arkuszy kalkulacyjnych (np. MS Word, MS Excel)
Metody nauczania	Seminarium, Dyskusja
Sposób zaliczenia	Esej / referat, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Przeprowadzenie badań, Przygotowanie prezentacji, prezentacja częściowych wyników badań

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w seminarium	15	
Zbieranie informacji do zadanej pracy	5	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	5	
Przygotowanie referatu	5	
Łączny nakład pracy studenta		
	Liczba godzin 30	ECTS 1
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela		
	Liczba godzin 20	ECTS 0.5
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym		
	Liczba godzin 0	ECTS 0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia				
	Esej / referat	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Przeprowadzenie badań	Przygotowanie prezentacji	prezentacja cząstkowych wyników badań
W1	x	x		x	x
W2	x	x	x	x	x
W3	x	x	x	x	x
W4	x	x		x	x
W5	x	x			
U1	x	x	x	x	x
U2	x	x	x	x	x
U3	x	x	x	x	x
K1	x	x			
K2	x	x	x	x	x



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Analiza finansowa procesu innowacyjnego		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Innovation process analysis		
Kod przedmiotu UEPjIRP06S.24C.11391.22	Rok / semestr 2 / 3	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Design i komercjalizacja produktu	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 15 Ćwiczenia: 15	Liczba punktów ECTS 3	Blok zajęciowy C

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Przekazanie wiedzy na temat planowania innowacyjnej działalności biznesowej (start-up, nowoczesne technologie lub innowacja produktowa/procesowa)
C2	Poznanie wskaźników pozwalających na ocenę przedsięwzięcia (wskaźniki finansowe)
C3	Wykształcenie umiejętności projektowania i prezentacji różnych opcji rozwoju biznesu wraz z analizą ryzyka i tworzeniem scenariuszy
C4	Poznanie podstawowych wskaźników oceny efektywności inwestycji (analiza wskaźnikowa i analiza finansowa)

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Zna podstawowe pojęcia związane z elementami analizy finansowej (wskaźniki finansowe, elementy sprawozdania finansowego)	K2_W03, K2_W04, K2_W05
W2	Ma wiedzę odnośnie do różnych źródeł finansowania innowacji oraz związanego z tym ryzyka	K2_W05, K2_W11, K2_W15, K2_W16
W3	Ma wiedzę odnośnie do różnych rodzajów innowacji, a także metody oceny ich potencjału	K2_W03, K2_W04, K2_W05, K2_W07
Umiejętności		
U1	Potrafi prawidłowo ocenić potencjał finansowy przedsięwzięcia	K2_U02, K2_U04
U2	Potrafi przeprowadzić analizę finansową oraz analizę skuteczności działania	K2_U02, K2_U04, K2_U05
U3	Potrafi zastosować nowoczesne narzędzia do oceny/poprawy konwersji na sprzedaż i skuteczności działań marketingowych	K2_U02, K2_U05
Kompetencji społecznych		

K1	Potrafi współpracować w grupie przyjmując różne cele	K2_K01, K2_K04
K2	Potrafi uzyskać informację zwrotną od potencjalnych inwestorów i innych interesariuszy	K2_K01, K2_K02, K2_K03, K2_K05

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Podstawy analizy finansowej	C1, C2, C3, C4	W1, W2, U1
2.	Narzędzia promocji procesów innowacyjnych	C1, C3	W3, U3
3.	Formy prawne, rodzaje opodatkowania oraz ograniczenia dotyczące działalności biznesowej w Polsce	C1, C3	W3, U2
4.	Metody oceny konwersji klientów oraz skuteczności działań promocyjnych i wpływających na ulepszenie produktu	C1, C3, C4	U1, U3
5.	Opłacalność biznesu	C1, C4	U1, U2
6.	Benchmarking	C1, C3, C4	W3, U3, K2
7.	Analiza projektu grupowego (opis innowacji/start-upu) oraz analiza finansowa przedsięwzięcia	C1, C2, C3, C4	W1, U1, U2, U3, K1, K2

Wymagania wstępne	Podstawowa wiedza z zakresu finansów, rachunkowości oraz prawa gospodarczego/podstaw prawa.
Metody nauczania	Metoda projektów , Burza mózgów, Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Analiza przypadków
Sposób zaliczenia	Projekt grupowy / praca w grupie, Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w ćwiczeniach	15	
Uczestnictwo w wykładach	15	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	10	
Przygotowanie projektu	25	
Przygotowanie prezentacji multimedialnej	5	
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	10	
Przygotowanie do ćwiczeń	5	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 85	ECTS 3
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 40	ECTS 1.5
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 40	ECTS 1.5

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia	
	Projekt grupowy / praca w grupie	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami
W1	x	x
W2	x	x
W3	x	x
U1	x	x
U2	x	x
U3	x	x
K1	x	
K2	x	



Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Ekologiczna ocena wyrobów		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Ecological evaluation of products		
Kod przedmiotu UEPJRPS.24B.11045.22	Rok / semestr 2 / 3	Forma zaliczenia Egzamin
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 15 Ćwiczenia: 15	Liczba punktów ECTS 4	Blok zajęciowy B

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Przekazanie wiedzy dotyczącej sposobów oceniania ekologiczności wyrobów
C2	Nabycie przez studentów podstawowych umiejętności z zakresu wykonywania analiz cyklu życia produktu(ów) (LCA)

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Student zna sposoby oceny wpływu na środowisko wyrobów i komunikowania informacji środowiskowej	K2_W02, K2_W04, K2_W13
Umiejętności		
U1	Student umie wymienić aspekty środowiskowe charakterystyczne dla poszczególnych etapów cyklu życia wyrobów	K2_U01, K2_U04
U2	Student potrafi wykonać uproszczoną analizę LCA dla wybranego produktu lub jego opakowania	K2_U01, K2_U04
Kompetencji społecznych		
K1	Student współdziała z innymi członkami zespołu	K2_K04, K2_K05
K2	Student staje się bardziej świadomy ekologicznych konsekwencji produkcji i użytkowania różnych produktów	K2_K04

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Produkty jako obiekty analiz środowiskowych	C1	W1, U1

2.	LCA - definicja celu i zakresu oraz analiza zbioru wejść i wyjść	C1, C2	U2, K1, K2
3.	LCA - ocena wpływu cyklu życia oraz interpretacja	C2	U1, U2, K1, K2
4.	Analiza środowiskowa w programie do badań LCA	C2	U1, U2, K1, K2

Wymagania wstępne	Umiejętność obsługi Excel i Word Umiejętność wyszukiwania informacji w Internecie
Metody nauczania	Metoda projektów, Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Analiza przypadków
Sposób zaliczenia	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Egzamin pisemny testowy

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w ćwiczeniach	15	
Uczestnictwo w wykładach	15	
Przygotowanie do ćwiczeń	5	
Przygotowanie prezentacji multimedialnej	10	
Przygotowanie do egzaminu	15	
Zbieranie informacji do zadanej pracy	10	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	30	
Łączny nakład pracy studenta		
	Liczba godzin 100	ECTS 4
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela		
	Liczba godzin 60	ECTS 2
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym		
	Liczba godzin 15	ECTS 0.5

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia		
	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt grupowy / praca w grupie	Egzamin pisemny testowy
W1	x	x	x
U1	x	x	x
U2		x	
K1		x	
K2		x	



Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Projektowanie i wzornictwo opakowań		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Packaging design		
Kod przedmiotu UEPjRP06S.24C.11953.22	Rok / semestr 2 / 3	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Design i komercjalizacja produktu	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 15 Ćwiczenia: 0	Liczba punktów ECTS 2	Blok zajęciowy C

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Przekazanie wiedzy na temat projektowania opakowań
C2	Przekazanie wiedzy na temat wytycznych wzornictwa opakowań
C3	Wykształcenie umiejętności na temat wytycznych projektowania opakowań produktów konsumpcyjnych

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Zna podstawowe zasady projektowania opakowań	K2_W02, K2_W04, K2_W06, K2_W15
W2	Rozumie role wzornictwa przemysłowego w projektowaniu opakowań	K2_W04, K2_W09, K2_W10
W3	Zna i wykorzystuje wytyczne projektowania i wzornictwa opakowań	K2_W07, K2_W09, K2_W12, K2_W13
Umiejętności		
U1	Potrafi określać reguły projektowania opakowań	K2_U04, K2_U06, K2_U08, K2_U13
U2	Potrafi wyznaczać wytyczne projektowania opakowań dla wybranych grup produktowych	K2_U05, K2_U06, K2_U07
U3	Proponuje rozwiązania w zakresie projektowania opakowań dla wybranych produktów konsumpcyjnych	K2_U05, K2_U06, K2_U07
Kompetencje społecznych		
K1	Potrafi pracować w zespole	K2_K04
K2	Uzasadnia dobór zgłaszanych propozycji i rozwiązań	K2_K04, K2_K05

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Opakowania produktów konsumpcyjnych, rodzaje, typy, wytyczne dla produktów	C1	W1, W2, U1, U2, K1
2.	wytyczne towaroznawcze projektowania opakowań produktów konsumpcyjnych	C2	W2, W3, U1, U2, U3, K2
3.	Wytyczne marketingowe projektowania produktów konsumpcyjnych	C3	W1, W2, U2, U3, K1, K2
4.	Trendy we wzornictwie opakowań	C3	W2, U1, K1, K2

Wymagania wstępne	Podstawowa wiedza z zakresu opakowalnictwa
Metody nauczania	Metoda projektów , Metoda sytuacyjna, Wykład konwencjonalny, Wykład konwersatoryjny, Dyskusja, Analiza przypadków
Sposób zaliczenia	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przeprowadzenie badań, Przygotowanie prezentacji

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w wykładach	15	
Przygotowanie projektu	20	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	2	
Zbieranie informacji do zadanej pracy	20	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 57	ECTS 2
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 17	ECTS 0.5
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 20	ECTS 0.5

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia			
	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt grupowy / praca w grupie	Przeprowadzenie badań	Przygotowanie prezentacji
W1		x		x
W2	x	x		x
W3	x	x	x	
U1		x	x	x

U2	x	x		x
U3	x	x	x	x
K1		x		
K2		x		x



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Komunikacja w biznesie		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Communication in business		
Kod przedmiotu UEPjRPS.24B.1452.22	Rok / semestr 2 / 3	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 15 Ćwiczenia: 0	Liczba punktów ECTS 2	Blok zajęciowy B

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Przekazanie wiedzy na temat roli oraz specyfiki procesów komunikacyjnych w biznesie
C2	Przekazanie wiedzy na temat technik oraz narzędzi wspomagających procesy komunikacyjne w organizacji
C3	Wykształcenie umiejętności interpersonalnych i komunikacyjnych niezbędnych w praktyce biznesowej

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Zna i rozumie podstawowe pojęcia związane z komunikacją w biznesie	K2_W07, K2_W08, K2_W09, K2_W11
W2	Rozumie istotę kluczowych decyzji związanych z zagadnieniem komunikacji w biznesie i ich wpływ na funkcjonowanie przedsiębiorstwa	K2_W07, K2_W08, K2_W09, K2_W11
W3	Zna techniki i narzędzia wspomagające procesy komunikacyjne w biznesie	K2_W07, K2_W08, K2_W09, K2_W11
Umiejętności		
U1	Trafnie stosuje narzędzia i techniki wspomagające procesy komunikacyjne w biznesie	K2_U14
U2	Posiada rozwinięte umiejętności interpersonalne i komunikacyjne	K2_U02, K2_U15
U3	Potrafi zaproponować rozwiązania komunikacyjne w ramach danej organizacji	K2_U02, K2_U05
Kompetencje społecznych		
K1	Potrafi pracować w zespole efektywnie wykorzystując techniki komunikacyjne	K2_K04
K2	Potrafi proponować kreatywne rozwiązania zdiagnozowanego problemu i racjonalnie argumentować dobór proponowanych działań	K2_K01

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Istota i specyfika komunikacji w biznesie. Proces komunikacji. Komunikacja w organizacjach.	C1, C2	W1, W2, W3, U1, U3
2.	Poprawianie relacji międzyludzkich. Efektywne słuchanie.	C1, C2, C3	W1, W2, W3, U1, U2, K1
3.	Komunikacja niewerbalna.	C1, C2, C3	W1, W2, W3, U1, K1
4.	Przezwyciężanie barier komunikacyjnych.	C1, C2, C3	W1, W2, W3, U1, K1, K2
5.	Komunikacja w małych grupach.	C1, C2, C3	W1, W2, W3, U1, U3, K1, K2
6.	Rodzaje wywiadów, rozmów i spotkań.	C1, C2	W1, W2, W3, U1, U3, K1, K2

Wymagania wstępne	podstawowa wiedza z zakresu organizacji i zarządzania
Metody nauczania	Wykład konwersatoryjny, Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Analiza przypadków
Sposób zaliczenia	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Projekt grupowy / praca w grupie

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w wykładach	15	
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	15	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	8	
Przeprowadzenie badań literaturowych	10	
Przygotowanie referatu	6	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 54	ECTS 2
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 23	ECTS 0.5
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 0	ECTS 0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia	
	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami	Projekt grupowy / praca w grupie
W1	x	

W2	x	
W3	x	
U1	x	
U2	x	
U3	x	
K1		x
K2		x



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Konsumencka ocena produktu		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Consumer product evaluation		
Kod przedmiotu UEPjRP06S.24C.11997.22	Rok / semestr 2 / 3	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Design i komercjalizacja produktu	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 15 Ćwiczenia: 15	Liczba punktów ECTS 3	Blok zajęciowy C

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Przekazanie wiedzy na temat produktu i jego roli w zaspokajaniu potrzeb konsumentów
C2	Omówienie obserwacji (z uwzględnieniem badań etnograficznych oraz e-obserwacji) jako metody marketingowego testowania produktów
C3	Wskazanie zastosowania dla metod opartych na indagacji w odniesieniu do konsumenckiej oceny produktu
C4	Przekazanie wiedzy na temat wybranych metod specjalnych testowania produktu
C5	Omówienie możliwości wykorzystania technik projekcyjnych w procesie testowania produktu
C6	Określenie użyteczności próbnego użytkowania jako techniki marketingowego testowania produktu
C7	Przekazanie wiedzy na temat satysfakcji klientów z użytkowania produktu oraz lojalności klientów, a także technik pomiaru

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Definiuje istotę oraz rozumie znaczenie prowadzenia konsumenckich ocen produktu	K2_W07, K2_W08, K2_W10
W2	Zna techniki konsumenckiego testowania produktu oraz ich zastosowanie	K2_W07, K2_W08, K2_W10
W3	Rozumie pojęcia potrzeb konsumenta, satysfakcji oraz lojalności konsumentów i zna techniki ich pomiaru	K2_W09, K2_W10
Umiejętności		
U1	Potrafi wykorzystać wybrane techniki marketingowego testowania produktu - samodzielnie planuje i prowadzi proces badawczy	K2_U03, K2_U04, K2_U05

U2	Potrafi opracować wyniki przeprowadzonego konsumentckiej oceny produktów, wyciągnąć wnioski z nich płynące i zaproponować ich praktyczne wykorzystanie	K2_U13, K2_U14, K2_U15
Kompetencji społecznych		
K1	Potrafi efektywnie pracować w grupie	K2_K04
K2	Potrafi proponować kreatywne rozwiązania dla przedsiębiorstwa wynikające z dogłębnej analizy wyników przeprowadzonych badań	K2_K01, K2_K02, K2_K03

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Produkt i jego rola w zaspokajaniu potrzeb konsumentów.	C1	W1, W3
2.	Istota i formy testowania produktu.	C2, C3, C4, C5, C6	W2, U1, U2, K1, K2
3.	Obserwacja jako metoda marketingowego testowania produktów.	C3	W2, U1, U2, K1, K2
4.	Metody marketingowego testowania produktów oparte na indagacji - metody ilościowe i jakościowe.	C4	W2, U1, U2, K1, K2
5.	Specjalne metody marketingowego testowania produktów.	C5	W2, U1, U2, K1, K2
6.	Próbne użytkowanie jako metoda marketingowego testowania produktów.	C6	W2, U1, U2, K1, K2
7.	Satysfakcja i lojalność konsumentów i ich pomiar.	C7	W3, U2, K1, K2

Wymagania wstępne	Podstawowa wiedza z badań marketingowych, zarządzania produktem, marketingu
Metody nauczania	Metoda projektów , Wykład konwersatoryjny, Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Analiza przypadków
Sposób zaliczenia	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przeprowadzenie badań, Przygotowanie prezentacji

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w wykładach	15	
Uczestnictwo w ćwiczeniach	15	
Przeprowadzenie badań empirycznych	15	
Przeprowadzenie badań literaturowych	15	
Przygotowanie projektu	15	
Przygotowanie prezentacji multimedialnej	5	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	5	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 85	ECTS 3

Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 35	ECTS 1
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 45	ECTS 1.5

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia			
	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt grupowy / praca w grupie	Przeprowadzenie badań	Przygotowanie prezentacji
W1	x	x	x	x
W2	x	x	x	x
W3	x	x	x	x
U1		x	x	x
U2		x	x	x
K1	x	x		
K2	x	x		



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Marketing usług kosmetycznych		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Marketing of cosmetic services		
Kod przedmiotu UEPjIRP07S.24C.10285.22	Rok / semestr 2 / 3	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Menedżer produktów kosmetycznych	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 15 Ćwiczenia: 15	Liczba punktów ECTS 3	Blok zajęciowy C

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Poznanie przez uczestników zasad projektowania strategii marketingowych usług kosmetycznych
C2	Poznanie przez uczestników metod projektowania produktów usługowych i kształtowania jakości usług
C3	Poznanie przez uczestników metod projektowania kampanii promocyjnej produktu usługowego
C4	Poznanie przez uczestników metod rozwiązania problemów decyzyjnych w przedsiębiorstwie

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Student zna i rozumie zasady projektowania strategii marketingowych przedsiębiorstwa na rynku usług kosmetycznych, zasady zarządzania projektem usługowym i kierowania zespołem projektowym.	K2_W04, K2_W06, K2_W08, K2_W11
W2	Student posiada wiedzę na temat metod projektowania usług kosmetycznych i kształtowania jakości usług kosmetycznych oraz metod projektowania kampanii promocyjnej usług kosmetycznych.	K2_W04, K2_W06, K2_W08, K2_W11
W3	Student zna metody rozwiązywania problemów decyzyjnych w przedsiębiorstwie usługowym.	K2_W04, K2_W06, K2_W08, K2_W11
Umiejętności		
U1	Student potrafi zidentyfikować i opisać zasady projektowania strategii marketingowych przedsiębiorstwa usługowego zasady zarządzania projektem usługowym i kierowania zespołem projektowym w odniesieniu do wybranych studiów przypadków oraz zaproponować rozwiązania sytuacji problemowej i uzasadnić swój wybór.	K2_U01, K2_U02, K2_U05, K2_U07, K2_U15
U2	Student potrafi zidentyfikować i opisać metody projektowania usług kosmetycznych i kształtowania jakości usług oraz metody projektowania kampanii promocyjnej produktu usługowego i kształtowania jakości usług oraz metody projektowania kampanii promocyjnej produktu usługowego.	K2_U01, K2_U02, K2_U05, K2_U07, K2_U15

U3	Student potrafi dokonać analizy problemu decyzyjnego i zaproponować i uzasadnić sposób jego rozwiązania.	K2_U01, K2_U02, K2_U05, K2_U07, K2_U15
Kompetencji społecznych		
K1	Student potrafi pracować indywidualnie i w zespole.	K2_K01, K2_K04

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Pojęcie i klasyfikacja usług, elementy i segmentacja rynku usług	C1	W1, U1, K1
2.	Mierniki oceny rynku usług	C1	W1, U1, K1
3.	Zasady projektowania strategii marketingowych przedsiębiorstwa usługowego i usług kosmetycznych	C1	W1, U1, K1
4.	Metody projektowania produktów usługowych i kształtowania jakości usług	C1	W1, U1, K1
5.	Zasady zarządzania projektem usługowym	C1	W1, U1, K1
6.	Metody kształtowania cen usług kosmetycznych	C1	W1, U1, K1
7.	Projektowanie kampanii promocyjnej usług kosmetycznych	C2	W2, U2, K1
8.	Strategie dystrybucji/miejsca świadczenia usług kosmetycznych	C3	W2, W3, U2, U3, K1
9.	Personel jako instrument marketingu-mix przedsiębiorstwa usługowego	C3, C4	W2, W3, U2, U3, K1
10.	Problemy decyzyjne w przedsiębiorstwie usługowym - identyfikacja i metody rozwiązywania	C4	W3, U3, K1
11.	Ewaluacja procesu usługowego	C1, C2, C3, C4	W1, W2, W3, U1, U2, U3, K1

Wymagania wstępne	
Metody nauczania	Analiza tekstów , Metoda projektów , Burza mózgów, Wykład konwencjonalny, Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Analiza przypadków, Rozwiązywanie zadań, Metody e-learningowe
Sposób zaliczenia	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Przygotowanie prezentacji, Projekt grupowy / praca w grupie

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*
Uczestnictwo w wykładach	15
Uczestnictwo w ćwiczeniach	15
Uczestnictwo w egzaminie	2

Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	2	
Przygotowanie do ćwiczeń	20	
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	10	
Przygotowanie do egzaminu	10	
Przygotowanie projektu	5	
Przygotowanie prezentacji multimedialnej	5	
Łączny nakład pracy studenta		
	Liczba godzin 84	ECTS 3
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela		
	Liczba godzin 34	ECTS 1
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym		
	Liczba godzin 20	ECTS 0.5

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia			
	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Przygotowanie prezentacji	Projekt grupowy / praca w grupie
W1	x	x	x	x
W2	x	x	x	x
W3	x	x	x	x
U1	x	x	x	x
U2	x	x	x	x
U3	x	x	x	x
K1		x	x	x



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Projektowanie produktu		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Product design		
Kod przedmiotu UEPjIRP06S.24C.11955.22	Rok / semestr 2 / 3	Forma zaliczenia Egzamin
Specjalność Design i komercjalizacja produktu	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 30 Ćwiczenia: 60	Liczba punktów ECTS 6	Blok zajęciowy C

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Przekazanie wiedzy na temat istoty procesu projektowania i wprowadzenia produktu na rynek
C2	Przekazanie wiedzy na temat prawnych, społecznych, ekonomicznych, technologicznych oraz środowiskowych uwarunkowań projektowania produktu
C3	Wykształcenie umiejętności planowania i podejmowania zadań na poszczególnych etapach projektowania produktu oraz umiejętności posługiwania się technikami i narzędziami właściwymi dla procesu projektowania
C4	Wykształcenie umiejętności sporządzania dokumentacji produktowej
C5	Wykształcenie umiejętności pracy w grupie

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Charakteryzuje istotę procesu projektowania produktu i wprowadzania produktu na rynek	K2_W01, K2_W02, K2_W04, K2_W08, K2_W10
W2	Identyfikuje korzyści i wyzwania związane z procesem wdrożenia produktu na rynek	K2_W04
W3	Identyfikuje trendy rozwojowe na rynku dóbr konsumpcyjnych	K2_W02
W4	Omawia prawne, ekonomiczne, społeczne, technologiczne i środowiskowe uwarunkowania procesu projektowania produktów żywnościowych i nieżywnościowych	K2_W04, K2_W05, K2_W09
W5	Charakteryzuje etapy projektowania produktu	K2_W04
Umiejętności		

U1	Planuje i wykonuje zadania na poszczególnych etapach projektowania produktu z wykorzystaniem właściwych narzędzi	K2_U01, K2_U02, K2_U03, K2_U04, K2_U05, K2_U07, K2_U08, K2_U09
U2	Korzysta z aktów prawnych, normatywnych, literatury naukowej i branżowej	K2_U01, K2_U03
U3	Prezentuje wyniki pracy	K2_U07, K2_U14
U4	Sporządza dokumentację produktową	K2_U03, K2_U13, K2_U15
Kompetencje społecznych		
K1	Wykorzystuje myślenie kreatywne do poszukiwania oryginalnych rozwiązań	K2_K01

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Istota procesu projektowania i wprowadzenia produktu na rynek	C1	W1
2.	Czynniki determinujące rozwój produktu, trendy rozwojowe na rynku dóbr konsumpcyjnych	C1	W1, W3
3.	Brief produktu, business case	C3, C5	U1, U3
4.	Prawne, społeczne, ekonomiczne, technologiczne i środowiskowe uwarunkowania projektowania produktu	C2	W2, W4
5.	Koncepcja produktu, źródła pomysłów, techniki kreatywnego myślenia, selekcji oraz weryfikacji pomysłów na nowy produkt	C3, C5	W5, U1, U3, K1
6.	Opracowanie wstępnej receptury i warunków prowadzenia procesu	C3, C5	W5, U1, U2, U3
7.	Planowanie eksperymentu, prototypowanie, testowanie prototypów	C2, C5	W5, U1, U3, K1
8.	Zasady projektowania i prognozowania trwałości	C2	W4
9.	Optymalizacja cech jakościowych produktu, projektowanie zaawansowane	C3, C5	W5, U1, U3
10.	Przygotowanie propozycji opakowania wraz z projektem etykiety	C2, C3, C5	U1, U2, U3, K1
11.	Przygotowanie dokumentacji produktowej	C2, C3, C4, C5	U1, U2, U3, U4
12.	Narzędzia komputerowe wspomagające proces projektowania produktu	C3	W4
13.	Komercjalizacja	C2, C3, C5	W4, U1, U3, K1
14.	Ocena skuteczności i efektywności procesu projektowania produktu - weryfikacja założeń projektowych	C3, C5	U1, U3

Wymagania wstępne	Podstawowa wiedza z zakresu jakości i bezpieczeństwa produktu, marketingu, zarządzania projektem i produktem
-------------------	--

Metody nauczania	Metoda projektów , Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Analiza przypadków, Ćwiczenia laboratoryjne
Sposób zaliczenia	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji, Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w ćwiczeniach	60	
Uczestnictwo w wykładach	30	
Przygotowanie prezentacji multimedialnej	10	
Przygotowanie do ćwiczeń	20	
Zbieranie informacji do zadanej pracy	20	
Uczestnictwo w egzaminie	2	
Przygotowanie do egzaminu	20	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	15	
Łączny nakład pracy studenta		
	Liczba godzin 177	ECTS 6
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela		
	Liczba godzin 107	ECTS 4
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym		
	Liczba godzin 60	ECTS 2

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia			
	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt grupowy / praca w grupie	Przygotowanie prezentacji	Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami
W1	x			x
W2	x			x
W3	x			x
W4	x			x
W5	x			x
U1	x	x		
U2	x	x		
U3	x	x	x	

U4	x	x		
K1	x	x		



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Ochrona własności intelektualnej i przemysłowej		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Protection of intellectual and industrial property		
Kod przedmiotu UEPjIRPS.24B.7359.22	Rok / semestr 2 / 3	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 15 Ćwiczenia: 0	Liczba punktów ECTS 2	Blok zajęciowy B

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Przekazanie wiedzy z zakresu prawa własności przemysłowej.
C2	Przekazanie wiedzy dotyczącej podstawowych form ochrony własności intelektualnej i przemysłowej (patenty, wzory przemysłowe i użytkowe, znaki towarowe, marki, oznaczenia pochodzenia), prawa autorskiego, nieuczciwej konkurencji.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Student wymienia regulacje prawne dotyczące własności intelektualnej i przemysłowej oraz posługuje się terminologią w nich zawartą.	K2_W09, K2_W15
W2	Student wymienia i charakteryzuje podstawowe formy ochrony własności intelektualnej i przemysłowej (patenty, wzory przemysłowe i użytkowe, znaki towarowe, oznaczenia pochodzenia)	K2_W09, K2_W15
W3	Student wymienia warunki decydujące o nieuczciwej konkurencji w zakresie własności intelektualnej i przemysłowej.	K2_W09, K2_W15
W4	Student opisuje sankcje naruszenia praw własności przemysłowej i intelektualnej	K2_W09, K2_W15
Umiejętności		
U1	Student rozróżnia podstawowe formy ochrony własności intelektualnej i przemysłowej.	K2_U03
U2	Student sporządza raport z tematycznego przeszukiwania bazy patentowej	K2_U02
U3	Student potrafi stosować reguły dozwolonego użytku w praktyce w zakresie praw własności przemysłowej i intelektualnej	K2_U03
Kompetencje społecznych		

K1	Student współdziała z innymi członkami zespołu.	K2_K04
K2	Student prezentuje wyniki przeprowadzonego badania i analizy stosując fachową terminologię	K2_K02

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Rola ochrony własności przemysłowej i intelektualnej oraz wynikające z niej korzyści dla nauki i przedsiębiorców.	C1, C2	W1, U1
2.	Ochrona wynalazków – patenty. Ochrona wzorów użytkowych i przemysłowych.	C1, C2	W2, U1
3.	Ochrona oznaczenia towarów. Prawa ochronne na znaki towarowe. Znaki towarowe w Internecie. Uzyskanie ochrony prawnej na wynalazki, wzory użytkowe, przemysłowe, znaki towarowe i oznaczenia pochodzenia w Polsce oraz Europie.	C1, C2	W2, U1, K2
4.	Źródła informacji patentowej i badania patentowe. Polityka patentowa w przedsiębiorstwie.	C1, C2	W1, W2, U2, K2
5.	Urząd Patentowy (polski, europejski), eksperci patentowi, organizacje zbiorowego zarządzania prawami autorskimi.	C1, C2	W2, W3, U1
6.	Administracyjna ochrona własności. Ochrona własności intelektualnej na gruncie konwencji międzynarodowych	C1, C2	W1, W2, U1
7.	Dozwolone korzystanie a prawo własności przemysłowej i intelektualnej. Obrót prawami wyłącznymi. Umowy: licencji i know-how. Cesja praw.	C1, C2	W1, W3, U1, K1
8.	Prawo autorskie. Prawo autorskie a internet. Dozwolone korzystanie i obrót prawami autorskimi	C1, C2	W1, W3, U1, U3, K1
9.	Naruszenia stanowiące czynny nieuczciwej konkurencji. Nieuczciwa konkurencja w reklamie. Roszczenia z tytułu naruszenia praw wyłącznych, praw autorskich, w związku z nieuczciwą konkurencją. Dochodzenie roszczeń w postępowaniu cywilnym. Odpowiedzialność karna.	C1, C2	W3, W4, U2, K2

Wymagania wstępne	Wiedza z zakresu przedmiotu Prawo (ochrona własności intelektualnej) Umiejętność wyszukiwania informacji w Internecie. Umiejętność obsługi programów Microsoft Power Point i Word
Metody nauczania	Wykład z prezentacją multimedialną
Sposób zaliczenia	Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt indywidualny, Projekt grupowy / praca w grupie, Przeprowadzenie badań

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*
---------------------------	--

Uczestnictwo w wykładach	15	
Przygotowanie raportu	10	
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	10	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	3	
Zbieranie informacji do zadanej pracy	22	
Łączny nakład pracy studenta		
	Liczba godzin 60	ECTS 2
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela		
	Liczba godzin 18	ECTS 0.5
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym		
	Liczba godzin 10	ECTS 0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia				
	Sprawdzian pisemny testowy	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt indywidualny	Projekt grupowy / praca w grupie	Przeprowadzenie badań
W1	x		x		
W2	x		x		
W3	x		x		
W4	x		x		
U1	x		x		
U2			x		x
U3		x	x		
K1			x	x	
K2			x		x



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Projektowanie produktów kosmetycznych		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Design of cosmetic products		
Kod przedmiotu UEPjIRP07S.24C.13457.22	Rok / semestr 2 / 3	Forma zaliczenia Egzamin
Specjalność Menedżer produktów kosmetycznych	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 15 Ćwiczenia: 45	Liczba punktów ECTS 6	Blok zajęciowy C

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Przekazanie szczegółowej wiedzy z receptury kosmetycznej oraz technologii wytwarzania produktów kosmetycznych
C2	Wykształcenie umiejętności wytwarzania produktów kosmetycznych
C3	Poznanie czynników kształtujących właściwości użytkowe oraz skuteczność działania produktów kosmetycznych
C4	Zapoznanie z metodami badań właściwości użytkowych i skuteczności działania produktów kosmetycznych
C5	Wyrobienie umiejętności oceny właściwości użytkowych oraz skuteczności działania produktów kosmetycznych
C6	Zapoznanie z ogólnymi zasadami projektowania produktów kosmetycznych

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	charakteryzuje główne składniki oraz kryteria ich doboru w procesie wytwarzania produktów kosmetycznych	K2_W12, K2_W14
W2	charakteryzuje formy użytkowe kosmetyków, metody doboru składników oraz technologie ich produkcji	K2_W12
W3	zna i opisuje czynniki kształtujące właściwości użytkowe i skuteczność działania produktów kosmetycznych	K2_W13, K2_W15
W4	zna i opisuje metody badania właściwości użytkowych i skuteczności działania produktów kosmetycznych	K2_W14, K2_W15
W5	zna ogólne zasady projektowania produktów kosmetycznych	K2_W12
Umiejętności		

U1	projektuje wybrane grupy produktów kosmetycznych i przeprowadza eksperymenty z zakresu ich wytwarzania interpretuje uzyskane wyniki	K2_U01, K2_U06, K2_U10
U2	stosuje techniki i narzędzia badawcze związane z projektowaniem i wytwarzaniem produktów kosmetycznych	K2_U02
U3	wykorzystuje metody komputerowe i eksperymentalne do formułowania i rozwiązywania zadań z zakresu projektowania produktów kosmetycznych	K2_U06, K2_U09
Kompetencje społecznych		
K1	określa priorytety służące realizacji określonych zadań z zakresu projektowania i wytwarzania produktów kosmetycznych, uwzględniając przy tym wpływ swojej działalności na otoczenie	K2_K02

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Podstawowe pojęcia z zakresu receptury produktów kosmetycznych i technologii ich wytwarzania	C1	W1, W2
2.	Główne składniki produktów kosmetycznych i ich charakterystyka	C1	W1
3.	Podstawy projektowania produktów kosmetycznych i kryteria doboru stosowanych składników	C1, C3	W1, K1
4.	Formy użytkowe produktów kosmetycznych i podstawowe zasady ich projektowania	C1	W2, K1
5.	Technologia i projektowanie podstawowych form kosmetycznych: płynów, żeli, emulsji, maści, proszków, pudrów, pian, past itd.	C1, C2	W2, U1, U2, U3, K1
6.	Czynniki kształtujące właściwości użytkowe oraz skuteczność działania produktów kosmetycznych	C3, C5	W3
7.	Metody projektowania wybranych właściwości użytkowych produktów kosmetycznych i metody ich oceny	C4, C5	W4, U1, U2, U3, K1
8.	Projektowanie wybranych właściwości produktów kosmetycznych w zmienionych warunkach zewnętrznych	C1, C3	W3
9.	Projektowanie receptur wybranych produktów kosmetycznych	C6	W5, K1

Wymagania wstępne	Podstawowa wiedza z zakresu chemii ogólnej zdobyta na studiach licencjackich lub inżynierskich I stopnia
Metody nauczania	Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Ćwiczenia laboratoryjne
Sposób zaliczenia	Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami, Egzamin ustny, Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt indywidualny, Projekt grupowy / praca w grupie, Przeprowadzenie badań, Raporty

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*
---------------------------	--

Uczestnictwo w wykładach	15
Uczestnictwo w ćwiczeniach	45
Uczestnictwo w egzaminie	2
Przygotowanie ekspertyzy	10
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	15
Przygotowanie do ćwiczeń	15
Przeprowadzenie badań literaturowych	15
Przygotowanie raportu	15
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	25
Łączny nakład pracy studenta	
	Liczba godzin 157
ECTS	
	6
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	
	Liczba godzin 87
ECTS	
	3
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	
	Liczba godzin 70
ECTS	
	2.5

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia							
	Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami	Egzamin ustny	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt indywidualny	Projekt grupowy / praca w grupie	Przeprowadzenie badań	Raporty
W1	x	x	x		x			x
W2	x		x		x			x
W3	x		x		x			x
W4	x		x		x			x
W5	x		x		x			x
U1			x	x	x		x	
U2			x	x	x		x	
U3			x	x	x		x	
K1			x	x	x	x		



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Seminarium dyplomowe		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Diploma seminar		
Kod przedmiotu UEPjRPS.24C.409.22	Rok / semestr 2 / 3	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 0 Ćwiczenia: 15	Liczba punktów ECTS 1	Blok zajęciowy C

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Zapoznanie z podstawową literaturą z zakresu przedmiotowego seminarium
C2	Zbudowanie warsztatu naukowego umożliwiającego przygotowanie pracy dyplomowej
C3	Wyrobienie umiejętności prezentacji poglądów i przemyśleń
C4	Przekazanie podstawowej wiedzy na temat sposobów pozyskiwania i rozliczania funduszy na realizację projektów naukowych i aplikacyjnych w zakresie towaroznawstwa

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	zna podstawowy dorobek teoretyczny z zakresu przedmiotowego seminarium	K2_W01, K2_W02
W2	zna zasady definiowania problemu badawczego i przygotowania pracy dyplomowej	K2_W10
W3	zna podstawowe metody badań naukowych z zakresu przedmiotowego seminarium, umożliwiające przygotowanie pracy dyplomowej	K2_W06, K2_W14
W4	zna podstawowe bazy danych bibliograficznych i statystycznych właściwe dla przedmiotowego seminarium	K2_W06, K2_W15
W5	ma podstawową wiedzę na temat sposobów pozyskiwania i rozliczania funduszy na realizację projektów naukowych i aplikacyjnych w zakresie towaroznawstwa	K2_W18
Umiejętności		
U1	potrafi przeprowadzić kwerendę literaturową i dokonać krytycznej oceny pozyskanych informacji	K2_U01, K2_U02, K2_U11, K2_U12
U2	potrafi zdefiniować problem badawczy, sformułować tezy, hipotezy lub cele badawcze, zaprojektować badania empiryczne lub teoretyczne	K2_U03, K2_U06, K2_U09, K2_U10, K2_U12

U3	potrafi przygotować pracę pisemną lub prezentację z zakresu przedmiotowego seminarium	K2_U12, K2_U13, K2_U14
Kompetencje społecznych		
K1	potrafi pracować w zespole	K2_K04
K2	postępuje etycznie i zgodnie z regulaminem studiów UEP	K2_K03

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Zasady przygotowania pracy dyplomowej	C2	W1, W2, U2, U3, K2
2.	Podstawowe bazy danych bibliograficznych i statystycznych właściwe dla przedmiotowego seminarium	C1	W4, U1
3.	Metodyka badawcza w zakresie przedmiotowym seminarium	C1, C2, C3	W1, W3, W4, U1, U2
4.	Dyskusja nad koncepcją pracy dyplomowej	C1, C2, C3	W1, W2, U1, U2, K1, K2
5.	Referowanie częściowych wyników badań	C1, C2, C3	W1, W2, W3, U2, K2
6.	Prezentacja tez pracy dyplomowej	C3	W1, W2, U2, U3, K2
7.	Podstawowe sposoby pozyskiwania i rozliczania funduszy na realizację projektów naukowych i aplikacyjnych w zakresie towaroznawstwa	C4	W5

Wymagania wstępne	Umiejętność obsługi edytorów tekstowych oraz arkuszy kalkulacyjnych (np. MS Word, MS Excel)
Metody nauczania	Seminarium, Dyskusja
Sposób zaliczenia	Esej / referat, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Przeprowadzenie badań, Przygotowanie prezentacji, prezentacja częściowych wyników badań

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w seminarium	15	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	5	
Zbieranie informacji do zadanej pracy	5	
Przygotowanie referatu	5	
Łączny nakład pracy studenta		
	Liczba godzin 30	ECTS 1
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 20	ECTS 0.5
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 0	ECTS 0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia				
	Esej / referat	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Przeprowadzenie badań	Przygotowanie prezentacji	prezentacja częściowych wyników badań
W1	x	x		x	x
W2	x	x	x	x	x
W3	x	x	x	x	x
W4	x	x		x	x
W5	x	x			x
U1	x	x	x	x	x
U2	x	x	x	x	x
U3	x	x	x	x	x
K1	x	x			
K2	x	x	x	x	x



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Promocja kosmetyków		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Promotion of cosmetics		
Kod przedmiotu UEPjRP07S.24C.10286.22	Rok / semestr 2 / 3	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Menedżer produktów kosmetycznych	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 15 Ćwiczenia: 15	Liczba punktów ECTS 2	Blok zajęciowy C

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Przekazanie wiedzy na temat znaczenia działań promocyjnych na rynku produktów i usług kosmetycznych.
C2	Zapoznanie z możliwościami wykorzystania poszczególnych instrumentów promocji, zarówno klasycznych, jak i nowoczesnych.
C3	Wykształcenie umiejętności opracowania planu promocji z uwzględnieniem specyfiki rynku/branży/produktu.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Student wyjaśnia rolę i znaczenie działań promocyjnych podejmowanych przez przedsiębiorstwo na rynku produktów i usług kosmetycznych.	K2_W11, K2_W16
W2	Student dostrzega różnice między poszczególnymi instrumentami promocji.	K2_W04, K2_W09
W3	Student dobiera odpowiednie działania w zakresie promocji na rynku kosmetycznym.	K2_W07, K2_W08
Umiejętności		
U1	Student potrafi zaplanować strategię promocji na rynku produktów i usług kosmetycznych.	K2_U02, K2_U03
U2	Student weryfikuje strategie promocji i proponuje własne rozwiązania.	K2_U05, K2_U07
Kompetencje społecznych		
K1	Student ocenia i dobiera odpowiednie instrumenty promocji, uwzględniając możliwości i zagrożenia związane z rynkiem kosmetycznym.	K2_K01, K2_K02
K2	Student rozumie potrzebę doskonalenia nabytej wiedzy.	K2_K05

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Miejsce promocji w strategii marketingowej przedsiębiorstwa na rynku kosmetycznym.	C1	W1
2.	Tradycyjne i nowoczesne instrumenty promocji.	C2	W2, U2
3.	Niestandardowe formy promocji i możliwości ich wykorzystania.	C2	W2, U2
4.	Rola zmysłów, emocji i doświadczeń w promocji produktów i usług kosmetycznych.	C2	W2, U2
5.	Prezentacja i analiza projektów zaplanowania strategii promocji dla wybranego produktu / usługi kosmetycznej.	C3	W3, U1, K1, K2

Wymagania wstępne	Podstawowa wiedza z zakresu marketingu
Metody nauczania	Metoda projektów , Wykład konwersatoryjny, Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Analiza przypadków
Sposób zaliczenia	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w wykładach	15	
Uczestnictwo w ćwiczeniach	15	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	5	
Przygotowanie prezentacji multimedialnej	5	
Przeprowadzenie badań literaturowych	5	
Przygotowanie do ćwiczeń	5	
Przygotowanie projektu	5	
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	5	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 60	ECTS 2
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 35	ECTS 1
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 20	ECTS 0.5

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia			
	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt grupowy / praca w grupie	Przygotowanie prezentacji
W1	x			
W2	x		x	
W3		x	x	
U1			x	
U2	x		x	
K1	x		x	
K2		x	x	x



Syllabus

Field of study*: Jakość i rozwój produktu

Subject name Management and organization		
Subject name in English Management and organization		
Subject code UEPjRPS.24D(B).12861.22	Year / semester 2 / 3	Method of evaluation Zaliczenie
Specialisation All	Track ogólnoakademicki	Level of qualification studia drugiego stopnia
Mode of study stacjonarne	Language of instruction Angielski	Subject Do wyboru
Number of hours Lectures: 30 Classes: 0	Number of ECTS points 2	Block D(B)

Subject's educational aims

C1	To provide knowledge on management processes - planning, organizing, motivating, control, evaluation
C2	To provide knowledge on the design of organizational structures and team building and team management
C3	To provide knowledge on methods of in-company problems solving
C4	To develop the ability/skills of processes management - planning, organizing, motivating, control, evaluation
C5	To develop the ability/skills of the design of organizational structures and team management
C6	To develop the ability/skills of in-company problems solving

Subject's learning outcomes

Code	Outcomes in terms of	Learning outcomes within the field of study
Knowledge		
W1		K2_W07, K2_W08
W2		K2_W07, K2_W08, K2_W11
W3		K2_W07, K2_W08, K2_W11
Skills		
U1		K2_U01, K2_U03, K2_U04
U2		K2_U01, K2_U04
U3		K2_U03
Social competences		

K1		K2_K04
----	--	--------

Study content

No.	Study content	Subject's educational aims	Subject's learning outcomes
1.		C1	W1, W2, U1, K1
2.		C1, C4	W1, U1, K1
3.		C3, C6	W3, U3, K1
4.		C2, C5	W2, U2, K1
5.		C2, C5	W2, U2, K1
6.		C2, C5	W2, U2, K1
7.		C1, C2, C4, C5	W1, W2, U1, U2, K1
8.		C2, C5	W2, U2, K1
9.		C2, C5	W2, U2, K1
10.		C2, C5	W2, U2, K1
11.		C1, C4	W1, U1, K1
12.		C1, C2, C3, C4, C5, C6	W1, W2, W3, U1, U2, U3, K1

Entry requirements	
Teaching methods	Analiza tekstów , Wykład konwencjonalny, Wykład konwersatoryjny, Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Analiza przypadków, Rozwiązywanie zadań
Method of evaluation	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt indywidualny, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji

Settlement of ECTS points

Forms of student work	Average number of hours for student work*	
Uczestnictwo w wykładach	30	
Uczestnictwo w egzaminie	1	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	1	
Przygotowanie do ćwiczeń	5	
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	10	
Przygotowanie prezentacji multimedialnej	3	
Przygotowanie projektu	5	
Przygotowanie raportu	5	
Student work in total	Number of hours 60	ECTS points 2
Contact hours (with the teacher)	Number of hours 32	ECTS points 1

Practical-class work	Number of hours 10	ECTS points 0
----------------------	-----------------------	------------------

* one hour of classes = 45 minutes

Methods of evaluating the learning outcomes

Learning-outcome code	Methods of evaluation				
	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt indywidualny	Projekt grupowy / praca w grupie	Przygotowanie prezentacji
W1	x	x	x	x	x
W2	x	x	x	x	x
W3	x	x	x	x	x
U1		x	x		x
U2		x	x		x
U3		x	x	x	x
K1		x		x	x



Syllabus

Field of study*: Jakość i rozwój produktu

Subject name HR management and leadership		
Subject name in English HR management and leadership		
Subject code UEPjRPS.24D(B).12862.22	Year / semester 2 / 3	Method of evaluation Zaliczenie
Specialisation All	Track ogólnoakademicki	Level of qualification studia drugiego stopnia
Mode of study stacjonarne	Language of instruction Angielski	Subject Do wyboru
Number of hours Lectures: 30 Classes: 0	Number of ECTS points 2	Block D(B)

Subject's educational aims

C1	To provide knowledge and develop skills/ability of Human Resources Recruitment, Human Resources Placement, Talent Management, Human Resources Evaluation and Rewarding
C2	To provide knowledge and develop skills/ability of Team Building and Team Development
C3	To provide knowledge and develop skills/ability of Leadership (styles and process)
C4	To provide knowledge develop skills/ability of Global Human Resources Management

Subject's learning outcomes

Code	Outcomes in terms of	Learning outcomes within the field of study
Knowledge		
W1		K2_W02, K2_W07, K2_W08
W2		K2_W07, K2_W08
W3		K2_W07, K2_W08
W4		K2_W07, K2_W08, K2_W09
Skills		
U1		K2_U05
U2		K2_U05
U3		K2_U05
U4		K2_U05
Social competences		
K1		K2_K04

Study content

No.	Study content	Subject's educational aims	Subject's learning outcomes
1.		C1	W1, U1, K1
2.		C1	W1, U1, K1
3.		C1	W1, U1, K1
4.		C1	W1, U1, K1
5.		C1	W1, U1, K1
6.		C1	W1, U1, K1
7.		C2	W2, U2, K1
8.		C2	W2, U2, K1
9.		C3	W3, U3, K1
10.		C3	W3, U3, K1
11.		C4	W4, U4, K1
12.		C1, C2, C3, C4	W1, W2, W3, W4, U1, U2, U3, U4, K1

Entry requirements	
Teaching methods	Metoda sytuacyjna, Burza mózgów, Wykład konwencjonalny, Wykład konwersatoryjny, Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Gra dydaktyczna, Analiza przypadków, Rozwiązywanie zadań
Method of evaluation	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Esej / referat, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt indywidualny, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji

Settlement of ECTS points

Forms of student work	Average number of hours for student work*	
Uczestnictwo w wykładach	30	
Przygotowanie do ćwiczeń	10	
Uczestnictwo w egzaminie	2	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	2	
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	10	
Przygotowanie prezentacji multimedialnej	5	
Zbieranie informacji do zadanej pracy	1	
Student work in total	Number of hours 60	ECTS points 2
Contact hours (with the teacher)	Number of hours 34	ECTS points 1
Practical-class work	Number of hours 0	ECTS points 0

* one hour of classes = 45 minutes

Methods of evaluating the learning outcomes

Learning-outcome code	Methods of evaluation					
	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami	Esej / referat	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt indywidualny	Projekt grupowy / praca w grupie	Przygotowanie prezentacji
W1	X	X	X	X	X	X
W2	X	X	X	X	X	X
W3	X	X	X	X	X	X
W4	X	X	X	X	X	X
U1	X	X	X	X	X	X
U2	X	X	X	X	X	X
U3	X	X	X	X	X	X
U4	X	X	X	X	X	X
K1	X	X	X	X	X	X



Syllabus

Field of study*: Jakość i rozwój produktu

Subject name Human resources management		
Subject name in English Human resources management		
Subject code UEPjRPS.24D(B).6788.22	Year / semester 2 / 3	Method of evaluation Zaliczenie
Specialisation All	Track ogólnoakademicki	Level of qualification studia drugiego stopnia
Mode of study stacjonarne	Language of instruction Angielski	Subject Do wyboru
Number of hours Lectures: 30 Classes: 0	Number of ECTS points 2	Block D(B)

Subject's educational aims

C1	Przekazanie wiedzy z zakresu podstawowych zjawisk i procesów zachodzących na rynku pracy oraz występujących zależności pomiędzy świadczeniodawcami i świadczeniobiorcami stosunku pracy w gospodarce wolnorynkowej.
C2	Wykształcenie umiejętności zastosowania koncepcji teoretycznych i analizy danych do oceny sytuacji gospodarczej kraju w zakresie rynku pracy.

Subject's learning outcomes

Code	Outcomes in terms of	Learning outcomes within the field of study
Knowledge		
W1	Wyjaśnia podstawowe kategorie ekonomiczne w zakresie tematyki zarządzania zasobami ludzkimi	K2_W05, K2_W06, K2_W07, K2_W08, K2_W09, K2_W11, K2_W16
W2	Charakteryzuje cele i narzędzia zarządzania zasobami ludzkimi oraz wyjaśnia mechanizm ich oddziaływania na gospodarkę	K2_W05, K2_W06, K2_W07, K2_W08, K2_W09, K2_W11, K2_W16
Skills		
U1	Wskazuje możliwe przyczyny i skutki zdarzeń oraz procesów w zarządzaniu zasobami ludzkimi w kontekście poznanych koncepcji teoretycznych	K2_U01, K2_U02, K2_U03, K2_U04, K2_U05, K2_U09, K2_U10, K2_U11, K2_U15
U2	Analizuje konkretne sytuacje gospodarcze przy wykorzystaniu odpowiednich wielkości ekonomicznych	K2_U01, K2_U02, K2_U03, K2_U04, K2_U05, K2_U09, K2_U10, K2_U11, K2_U15

Social competences		
K1	Potrafi uzupełniać i doskonalić zdobytą wiedzę w zakresie zarządzania zasobami ludzkimi	K2_K01, K2_K02, K2_K03, K2_K04, K2_K05

Study content

No.	Study content	Subject's educational aims	Subject's learning outcomes
1.	Istota i znaczenie pojęcia pracy, pracodawcy, pracownika oraz różnych form zatrudnienia.	C1, C2	W1, W2
2.	Istota i znaczenie zarządzania zasobami ludzkimi. Pojęcie personelu, zasobów ludzkich, kapitału ludzkiego, kapitału intelektualnego organizacji.	C1, C2	W1, W2, U1, U2, K1
3.	Istota i proces analizy stanowiska pracy i planowania zatrudnienia. Karta opisu stanowisk pracy i profilu idealnego kandydata. Zastosowanie i przykłady.	C1, C2	W1, U1, U2
4.	Rekrutacja kandydatów na pracowników: dobór i metody selekcji. Adaptacja nowych pracowników.	C1, C2	W1, U1, U2
5.	Awanse, degradacja, zwolnienia, outsourcing pracowniczy.	C1, C2	W1, U1, U2
6.	Jak skutecznie ubiegać się o pracę? Praca nad poprawnym przygotowaniem życiorysu, listu motywacyjnego i innych dokumentów aplikacyjnych.	C1	U1, U2, K1
7.	Rozmowa kwalifikacyjna. Zasady argumentacji i negocjacji. Stres w miejscu pracy - jak sobie z nim radzić.	C1	U1, U2, K1
8.	Istota i rodzaje oceny pracowników. Wybrane metody oceniania.	C1, C2	W1, U1, U2, K1
9.	Motywacja i motywowanie - definicje, pojęcia, cele, zadania i narzędzia. Case studies.	C1, C2	W1, U1, U2, K1
10.	Doskonalenie, rozwój i szkolenie pracowników. Metody szkoleniowe.	C1, C2	W1, U1, U2
11.	Kształtowanie karier w organizacji. Analiza wybranych ścieżek karier zawodowych.	C1, C2	W1, U1, U2
12.	Wynagradzanie pracowników. Definicje, pojęcia, cele i zadania płacowych i pozapłacowych form wynagradzania.	C1, C2	W1, U1, U2, K1
13.	Charakterystyka narzędzi wynagradzania z praktycznymi przykładami.	C1, C2	W1, U1, U2, K1
14.	Doradztwo personalne. Systemy informacji personalnej. Umieędzynarodowienie zarządzania zasobami ludzkimi.	C1, C2	W1, U1, U2

Entry requirements	
Teaching methods	Analiza tekstów , Metoda projektów , Metoda sytuacyjna, Inscenizacja, Burza mózgów, Wykład konwencjonalny, Wykład konwersatoryjny, Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Gra dydaktyczna, Analiza przypadków, Rozwiązywanie zadań

Method of evaluation	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt indywidualny, Projekt grupowy / praca w grupie, Przeprowadzenie badań
----------------------	---

Settlement of ECTS points

Forms of student work	Average number of hours for student work*	
Uczestnictwo w wykładach	30	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	2	
Przeprowadzenie badań literaturowych	8	
Zbieranie informacji do zadanej pracy	10	
Przeprowadzenie badań empirycznych	10	
Student work in total	Number of hours 60	ECTS points 2
Contact hours (with the teacher)	Number of hours 32	ECTS points 1
Practical-class work	Number of hours 10	ECTS points 0

* one hour of classes = 45 minutes

Methods of evaluating the learning outcomes

Learning-outcome code	Methods of evaluation			
	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt indywidualny	Projekt grupowy / praca w grupie	Przeprowadzenie badań
W1	x		x	x
W2	x		x	x
U1	x	x	x	x
U2	x	x	x	x
K1	x	x	x	



Syllabus

Field of study*: Jakość i rozwój produktu

Subject name Ecological and sustainable products		
Subject name in English Ecological and sustainable products		
Subject code UEPjRPS.24D(B).12863.22	Year / semester 2 / 3	Method of evaluation Zaliczenie
Specialisation All	Track ogólnoakademicki	Level of qualification studia drugiego stopnia
Mode of study stacjonarne	Language of instruction Angielski	Subject Do wyboru
Number of hours Lectures: 15 Classes: 0	Number of ECTS points 1	Block D(B)

Subject's educational aims

C1	Przekazanie wiedzy z zakresu oddziaływania produktów na środowisko, uwarunkowań produkcji ekologicznej i procesu certyfikacji.
C2	Przekazanie wiedzy o regulacjach prawnych dotyczących produktów ekologicznych.
C3	Przekazanie wiedzy dotyczącej jakości produktów ekologicznych oraz nabycie przez studentów praktycznych umiejętności ich identyfikowania.

Subject's learning outcomes

Code	Outcomes in terms of	Learning outcomes within the field of study
Knowledge		
W1		K2_W04, K2_W06, K2_W07, K2_W11, K2_W12, K2_W13, K2_W17
W2		K2_W06, K2_W07, K2_W08, K2_W11, K2_W12, K2_W13, K2_W14
W3		K2_W04, K2_W05, K2_W06, K2_W11, K2_W12, K2_W13
Skills		
U1		K2_U04, K2_U06, K2_U08, K2_U09, K2_U13
U2		K2_U02, K2_U03, K2_U05, K2_U08

U3		K2_U02, K2_U03, K2_U05, K2_U06, K2_U07, K2_U08
Social competences		
K1		K2_K02, K2_K04, K2_K05
K2		K2_K02, K2_K04, K2_K05

Study content

No.	Study content	Subject's educational aims	Subject's learning outcomes
1.		C1, C2	W1, W2, W3, U1, U2, U3, K1, K2
2.		C1, C2, C3	W1, W2, W3, U2, K1, K2
3.		C1, C2, C3	W1, W2, W3, U2, U3, K1, K2
4.		C1, C2, C3	W1, W2, W3, U2, U3, K1, K2
5.		C1, C2, C3	W1, W2, W3, U1, U2, U3, K1, K2

Entry requirements	
Teaching methods	Metoda projektów , Wykład z prezentacją multimedialną, Analiza przypadków, Metody e-learningowe
Method of evaluation	Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie

Settlement of ECTS points

Forms of student work	Average number of hours for student work*	
Uczestnictwo w wykładach	15	
Przeprowadzenie badań empirycznych lub literaturowych	6	
Przygotowanie projektu	6	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	1	
Przygotowanie prezentacji multimedialnej	1	
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	1	
Student work in total	Number of hours 30	ECTS points 1
Contact hours (with the teacher)	Number of hours 16	ECTS points 0.5
Practical-class work	Number of hours 12	ECTS points 0

* one hour of classes = 45 minutes

Methods of evaluating the learning outcomes

Learning-outcome code	Methods of evaluation		
	Sprawdzian pisemny testowy	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt grupowy / praca w grupie
W1	x	x	x
W2	x	x	x
W3	x	x	x
U1	x	x	x
U2	x	x	x
U3	x	x	x
K1	x	x	x
K2	x	x	x



Syllabus

Field of study*: Jakość i rozwój produktu

Subject name Business etiquette		
Subject name in English Business etiquette		
Subject code UEPJRPS.24D(B).12864.22	Year / semester 2 / 3	Method of evaluation Zaliczenie
Specialisation All	Track ogólnoakademicki	Level of qualification studia drugiego stopnia
Mode of study stacjonarne	Language of instruction Angielski	Subject Do wyboru
Number of hours Lectures: 15 Classes: 0	Number of ECTS points 1	Block D(B)

Subject's educational aims

C1	To provide knowledge on the universal principles of behavior in the work environment.
C2	Discussion of the rules of savoir-vivre associated with building relationships with business partners.
C3	Indication of intercultural differences in cultural behavior.

Subject's learning outcomes

Code	Outcomes in terms of	Learning outcomes within the field of study
Knowledge		
W1	Student knows the rules of behavior in the work environment.	K2_W07, K2_W08, K2_W09
W2	Student understands the importance of etiquette in building interpersonal relationships	K2_W07, K2_W08, K2_W09
W3	Student describes the cultural differences in relation to the business etiquette.	K2_W07, K2_W08, K2_W09
Skills		
U1	Student identifies and explains the different rules of cultural behavior in the business environment.	K2_U05, K2_U10
U2	Student is able to use the etiquette rules in business relations	K2_U05, K2_U10
U3	Student is able to identify the differences in behavior typical of individual countries.	K2_U05, K2_U10
Social competences		
K1	Student can work in group respecting the rules of cultural behavior.	K2_K03, K2_K04
K2	Student is aware of the importance of business etiquette in the national and international work environment.	K2_K04

Study content

No.	Study content	Subject's educational aims	Subject's learning outcomes
1.	Relationships rules between people	C1	W1, U1, K1
2.	The basic courtesies.	C1	W1, U1, K1
3.	Business correspondence	C2	W2, U2, K1, K2
4.	The rules relating to the precedence	C2	W2, U2, K1, K2
5.	Official business meetings and social events	C2	W2, U2, K1, K2
6.	Good manners at the table	C2	W2, U2, K1, K2
7.	N-etiquette	C2	W2, U2, K1, K2
8.	Cultural codes in business etiquette	C3	W3, U3, K2

Entry requirements	
Teaching methods	Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Analiza przypadków, Rozwiązywanie zadań
Method of evaluation	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie

Settlement of ECTS points

Forms of student work	Average number of hours for student work*	
Uczestnictwo w wykładach	15	
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	5	
Przeprowadzenie badań literaturowych	5	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	5	
Student work in total	Number of hours 30	ECTS points 1
Contact hours (with the teacher)	Number of hours 20	ECTS points 0.5
Practical-class work	Number of hours 0	ECTS points 0

* one hour of classes = 45 minutes

Methods of evaluating the learning outcomes

Learning-outcome code	Methods of evaluation		
	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt grupowy / praca w grupie
W1	x	x	x
W2		x	x
W3	x	x	x

U1	x	x	x
U2		x	x
U3	x	x	x
K1		x	x
K2		x	x



Syllabus

Field of study*: Jakość i rozwój produktu

Subject name Creative thinking		
Subject name in English Creative thinking		
Subject code UEPjRPS.24D(B).12865.22	Year / semester 2 / 3	Method of evaluation Zaliczenie
Specialisation All	Track ogólnoakademicki	Level of qualification studia drugiego stopnia
Mode of study stacjonarne	Language of instruction Angielski	Subject Do wyboru
Number of hours Lectures: 15 Classes: 0	Number of ECTS points 1	Block D(B)

Subject's educational aims

C1	To provide the knowledge on the nature and importance of creativity in everyday life.
C2	To develop skills of creative approach to diagnosing and solving problems.
C3	To provide the knowledge on techniques of creative thinking in the decision-making process.

Subject's learning outcomes

Code	Outcomes in terms of	Learning outcomes within the field of study
Knowledge		
W1	Student defines the concepts of creation and creativity, conditions and barriers to creative thinking.	K2_W07, K2_W08, K2_W09
W2	Student understands the importance of the techniques of creative thinking in business practice.	K2_W07, K2_W08, K2_W09
W3	Student indicates the usefulness of creative thinking in the practice of solving problems in a professional environment .	K2_W07, K2_W08, K2_W09
Skills		
U1	Student identifies and explains the various principles of creative thinking.	K2_U05, K2_U10
U2	Student selects the appropriate methods of creative thinking to solve a particular problem.	K2_U05, K2_U10
U3	Student is able to develop new business concepts using the techniques of creative thinking.	K2_U05, K2_U10
Social competences		
K1	Student exhibits a proactive stance in relation to explore a variety of possibilities of solving problems.	K2_K04
K2	Student shows creativity in teamwork.	K2_K04

Study content

No.	Study content	Subject's educational aims	Subject's learning outcomes
1.	The essence of creativity and its determinants.	C1	W1, U1, K1
2.	Techniques of creative thinking	C2, C3	W2, W3, U2, U3, K1, K2
3.	Creative problem-solving	C2, C3	W2, W3, U2, U3, K1, K2
4.	Creative thinking and decision-making.	C2, C3	W2, W3, U2, U3, K1, K2

Entry requirements	
Teaching methods	Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Rozwiązywanie zadań
Method of evaluation	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie

Settlement of ECTS points

Forms of student work	Average number of hours for student work*	
Uczestnictwo w wykładach	15	
Przygotowanie do ćwiczeń	3	
Przeprowadzenie badań literaturowych	3	
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	6	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	3	
Student work in total	Number of hours 30	ECTS points 1
Contact hours (with the teacher)	Number of hours 18	ECTS points 0.5
Practical-class work	Number of hours 0	ECTS points 0

* one hour of classes = 45 minutes

Methods of evaluating the learning outcomes

Learning-outcome code	Methods of evaluation		
	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt grupowy / praca w grupie
W1	x	x	x
W2		x	x
W3	x	x	x
U1	x	x	x
U2		x	x

U3		x	x
K1		x	x
K2		x	x



Syllabus

Field of study*: Jakość i rozwój produktu

Subject name Solar power technologies for sustainable electricity generation		
Subject name in English Solar power technologies for sustainable electricity generation		
Subject code UEPjRPS.24D(B).12866.22	Year / semester 2 / 3	Method of evaluation Zaliczenie
Specialisation All	Track ogólnoakademicki	Level of qualification studia drugiego stopnia
Mode of study stacjonarne	Language of instruction Angielski	Subject Do wyboru
Number of hours Lectures: 15 Classes: 0	Number of ECTS points 1	Block D(B)

Subject's educational aims

C1	Introduction of students with the basic issues concerning photovoltaics
C2	Presentation of commercially available solar cells technology as well as being at the implementation stage and recycling ways
C3	Transfer of knowledge concerning the principles of solar cells, both commercially available and those that are at the implementation stage
C4	Presentation of the market development of solar cells and their impact on the environment

Subject's learning outcomes

Code	Outcomes in terms of	Learning outcomes within the field of study
Knowledge		
W1	has a basic knowledge about operational principles of photovoltaic cells	K2_W02, K2_W09, K2_W10, K2_W13
W2	knows the rules of the most important recycling of photovoltaic cells	K2_W03, K2_W10, K2_W12
W3	knows the principles of design of photovoltaic systems	K2_W09, K2_W10, K2_W12
W4	knows the policy of support for photovoltaic systems	K2_W09, K2_W14, K2_W16
Skills		
U1	can analyze the operational principles and evaluate technical solutions used in various photovoltaic technologies	K2_U01, K2_U02, K2_U03, K2_U13
U2	is able to assess the cost effectiveness of various photovoltaic technologies and their impact on the environment	K2_U02, K2_U03, K2_U10, K2_U11

U3	is able to identify basic factors determining the choice of the photovoltaic technology	K2_U03, K2_U07, K2_U10
U4	can design a photovoltaic system	K2_U01, K2_U02, K2_U06
Social competences		
K1	is aware of the need to monitor the development of technologies used in photovoltaics	K2_K01, K2_K02
K2	is aware of and understands the importance of non-technical aspects and consequences of photovoltaic technologies and their impact on the environment	K2_K01, K2_K03, K2_K04
K3	is aware of and understands the role of social, economic and legal aspects of the application of photovoltaic systems	K2_K01, K2_K05

Study content

No.	Study content	Subject's educational aims	Subject's learning outcomes
1.	Introduction and current market technology	C1	W1, U3
2.	Manufacturing processes and life cycle assessment for PV systems	C1, C2, C3	W1, U1, U3, K1
3.	Solar radiation and energy output	C1, C2	W1, U1, K1
4.	Concentrated solar power (CSP)	C2, C4	W2, K2, K3
5.	Characterization and design of PV module	C2, C4	W2, U2, K2, K3
6.	PV panles recycling	C2	W1, W2, U2, K2, K3
7.	The economics of solar energy	C2	W1, U3
8.	Policy instruments to support solar energy development	C2, C3	W1, U3
9.	Future market technologies and prospects for solar energy	C1, C2	W1, W3, U3, U4, K1
10.	Characterization of PV module	C1	W1, U3, K1
11.	PV panles recycling	C2	W2, U2, K2, K3
12.	Future market technologies	C3, C4	W1, U1, U3, K1, K2
13.	The economics of solar energy	C2, C4	W4, U3, K2, K3
14.	Policy instruments to support solar energy development	C4	W4, U3, K2, K3
15.	Future prospects for solar energy	C3, C4	W1, U1, U2, K1, K2, K3

Entry requirements	
Teaching methods	Wykład konwencjonalny, Dyskusja
Method of evaluation	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt indywidualny, Projekt grupowy / praca w grupie

Settlement of ECTS points

Forms of student work	Average number of hours for student work*	
Uczestnictwo w wykładach	15	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	5	
Przygotowanie projektu	5	
Student work in total	Number of hours 25	ECTS points 1
Contact hours (with the teacher)	Number of hours 20	ECTS points 0.5
Practical-class work	Number of hours 5	ECTS points 0

* one hour of classes = 45 minutes

Methods of evaluating the learning outcomes

Learning-outcome code	Methods of evaluation		
	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt indywidualny	Projekt grupowy / praca w grupie
W1	x	x	x
W2	x	x	x
W3	x	x	x
W4	x	x	x
U1	x	x	x
U2	x	x	x
U3	x	x	x
U4	x	x	x
K1	x	x	x
K2	x	x	x
K3	x	x	x



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu La comptabilité financière et le contrôle de gestion		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim La comptabilité financière et le contrôle de gestion		
Kod przedmiotu UEPjRPS.24D(B).204405.22	Rok / semestr 2 / 3	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Francuski	Przedmiot Do wyboru
Godziny Wykłady: 30 Ćwiczenia: 0	Liczba punktów ECTS 2	Blok zajęciowy D(B)

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Zapoznanie z celem sporządzania i elementami sprawozdań finansowych oraz poszerzenie wiedzy i umiejętności z rachunkowości finansowej
C2	Zapoznanie z pojęciem, celem i narzędziami zaawansowanej rachunkowości zarządczej

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Student zna zasady sporządzania sprawozdania finansowego, uzasadnia i wybiera zasady w obszarze wyceny jego składników oraz wyjaśnia skutki bilansowe i ekonomiczne stosowania tej wyceny	K2_W02, K2_W09, K2_W12
W2	Zna metody i instrumenty informacyjnego wspomaganie decyzji biznesowych oraz zarządzania kosztami i rentownością	K2_W04, K2_W09, K2_W15, K2_W16
Umiejętności		
U1	Student dobiera dane potrzebne do sporządzenia sprawozdania finansowego oraz analizuje jego zawartość informacyjną.	K2_U01, K2_U02, K2_U04, K2_U05, K2_U07
U2	Prezentuje informacje przydatne do wspomaganie decyzji biznesowych oraz analizuje wpływ decyzji biznesowych na wynik finansowy i wartość przedsiębiorstwa.	K2_U02, K2_U05, K2_U06, K2_U07, K2_U12
Kompetencji społecznych		
K1	Student identyfikuje problemy z zakresu rachunkowości finansowej i zaawansowanej rachunkowości zarządczej oraz podejmuje dyskusję na ich temat.	K2_K03, K2_K04, K2_K05
K2	Jest świadomy konieczności ciągłego uzupełniania wiedzy z zakresu rachunkowości finansowej i zaawansowanej rachunkowości zarządczej.	K2_K01

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Les sources législatives et réglementaires de la comptabilité (harmonisation/régulation/normalisation international)	C1	W1, U1, K1
2.	L'entreprise et son patrimoine, les coûts et les revenus de son activité économique	C1	W1, U1, K1, K2
3.	Lire et comprendre des documents de synthèses - états financiers (Bilan, Compte de résultat, État des flux de trésorerie, Notes aux états financiers)	C1	W1, U1, U2, K1, K2
4.	La tenue des livres (Journal, Grand Livre Général, Grands Livres Auxiliaires)	C1	W1, U1, U2, K2
5.	Les concepts du contrôle de gestion	C2	W2, U2, K1, K2
6.	L'analyse et le calcul des coûts, la comptabilité à base d'activité - la méthode ABC/ABM, le seuil de rentabilité	C2	W2, U2, K1, K2
7.	La planification et le contrôle budgétaire, les écarts budgétaires	C2	W2, U1, U2, K1, K2
8.	Les tableaux de bord stratégiques et opérationnels	C2	W2, U2, K1, K2
9.	Le management et l'évaluation des performances	C2	W1, W2, U1, U2, K1, K2

Wymagania wstępne	
Metody nauczania	Wykład konwersatoryjny, Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja
Sposób zaliczenia	Sprawdzian pisemny testowy, Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w wykładach	30	
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	20	
Przeprowadzenie badań literaturowych	10	
Łączny nakład pracy studenta		
	Liczba godzin 60	ECTS 2
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 30	ECTS 1
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 0	ECTS 0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia		
	Sprawdzian pisemny testowy	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
W1	x	x	
W2	x	x	
U1	x	x	x
U2	x	x	x
K1	x		x
K2	x		x



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Qualitätsmanagement		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Qualitätsmanagement		
Kod przedmiotu UEPjRPS.24D(B).11338.22	Rok / semestr 2 / 3	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Niemiecki	Przedmiot Do wyboru
Godziny Wykłady: 30 Ćwiczenia: 0	Liczba punktów ECTS 2	Blok zajęciowy D(B)

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Zarządzanie jakością w procesie zaspokajania potrzeb
C2	Zarządzanie procesowe
C3	przedstawienie praktycznych aspektów związanych z wdrażaniem orientacji pro jakościowej
C4	Wprowadzenie do zasad certyfikacji

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Rozwój podejścia do jakości	K2_W01
W2	Zarządzanie przez jakość	K2_W02
W3	Znormalizowane systemy jakości	K2_W06
W4	Koszty jakości	K2_W08
Umiejętności		
U1	Wdrożenie koncepcji zarządzania przez jakość	K2_U01
U2	Podejście procesowe	K2_U04
U3	Branżowe podejście do jakości	K2_U03
U4	Programy jakościowe	K2_U04
Kompetencji społecznych		
K1	Posiada kompetencje w zakresie budowania świadomości pro jakościowej	K2_K01
K2	Potrafi budować relacje z pracownikami w zakresie systemu jakości	K2_K03

K3	Potrafi organizować pracę zespołową	K2_K04
K4	Potrafi być kreatywny	K2_K05

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Pojęcie zapewnienia jakości	C1	W1, W4
2.	Istota koncepcji TQM	C2	W2, W4
3.	Prekursorzy koncepcji TQM	C1	W2, W4
4.	Systemowe podejście do jakości w oparciu o normy ISO serii 9000	C3	W3
5.	Rola personelu w procesie wdrażania zarządzania przez jakość w przedsiębiorstwie	C1	K1
6.	Rola obsługi klienta w budowaniu systemu jakości w przedsiębiorstwie	C1	U3
7.	Metody i techniki statystyczne projakościowego sterowania procesami w przedsiębiorstwie	C3	U2, K1, K2, K3, K4
8.	Ekonomika jakości	C3	U1
9.	Modele TQM skodyfikowane w nagrodach jakości i metoda samooceny diagnostycznej	C3	U4
10.	Koncepcja zarządzania przez jakość w przedsiębiorstwach handlowych	C3, C4	U1, K1, K2, K3, K4

Wymagania wstępne	bases of the management
Metody nauczania	Analiza tekstów , Metoda projektów
Sposób zaliczenia	Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w wykładach	30	
Przygotowanie projektu	30	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 60	ECTS 2
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 30	ECTS 1
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 30	ECTS 1

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia		
	Sprawdzian pisemny testowy	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt grupowy / praca w grupie
W1		x	
W2	x		
W3	x		
W4	x		
U1			x
U2			x
U3			x
U4			x
K1			x
K2			x
K3			x
K4			x



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Komunikacja z elementami rosyjskiej korespondencji służbowej (wykład prowadzony w języku rosyjskim)		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Communication with Russian business correspondence elements (lecture in Russian)		
Kod przedmiotu UEPjRPS.24D(B).12601.22	Rok / semestr 2 / 3	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Rosyjski	Przedmiot Do wyboru
Godziny Wykłady: 30 Ćwiczenia: 0	Liczba punktów ECTS 2	Blok zajęciowy D(B)

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	To acquaint students with the principles of communication in business
C2	Showing the basic mechanisms that cause problems in communication
C3	Developing communication verbal and non-verbal skills
C4	Developing an attitude of openness to new possibilities of communication and new communication tools
C5	Introducing students to the basic patterns of letters in Russian

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Student discuss problems arising in communication	K2_W18
W2	Student discuss differences in verbal and non-verbal communication	K2_W17, K2_W18
W3	Student justifies the use of specific tools of communication in busieness	K2_W08, K2_W09
W4	Student characterizes building of basic forms of letters in Russian	K2_W08, K2_W09
W5	Student explains spelling rules in Russian	K2_W08, K2_W09
Umiejętności		
U1	Student argues his/her point of view	K2_U15
U2	STUDENT IS BUILDING RELATIONSHIPS WITH THE ENVIRONMENT	K2_U15
U3	Student interprets the speech of others	K2_U15
U4	STUDENT PRESENTS HIS/HER PORTFOLIO OF LETTERS IN RUSSIAN	K2_U14, K2_U15
U5	STUDENT USES FORM OF RUSSIAN LETTERS	K2_U14, K2_U15

Kompetencje społecznych		
K1	Student defences own opinion	K2_K01, K2_K02
K2	Student identifies problems in the communication process	K2_K01, K2_K02
K3	STUDENT SUPPORTS THE OPINIONS OF HIS/HER COLLEAGUES	K2_K04
K4	STUDENT RESPECTS OTHERS OPINIONS	K2_K04
K5	Student demonstrates initiative for expanding his/her competences	K2_K01

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Communication - the basic concepts	C1, C2, C3	U1, K1, K2
2.	Verbal communication.	C1, C2, C3	W1, W2, W3, U1, U2, K1, K2, K3
3.	Non-verbal communication.	C1, C2, C3	W1, W2, W3, U1, U2, K1, K2, K3
4.	Communication barriers.	C1, C2, C3, C4	W1, W3, U1, U2, K1, K2, K3
5.	We are writing a letter - workshops.	C4, C5	W3, W4, W5, U4, U5, K5
6.	We write the invitation - workshops.	C4, C5	W3, W4, W5, U4, U5, K5
7.	We are writing an advertisement - workshops.	C4, C5	W3, W4, W5, U4, U5, K5
8.	We write congratulations - workshops.	C4, C5	W3, W4, W5, U4, U5, K5
9.	We write the statement - workshops.	C4, C5	W3, W4, W5, U4, U5, K5
10.	We write application - workshops.	C4, C5	W3, W4, W5, U4, U5, K5
11.	We write CV - workshops.	C4, C5	W3, W4, W5, U4, U5, K5
12.	Self-presentation. Fundamentals of Public Speaking.	C2, C3, C4	W1, W3, U1, U2, U3, K1, K2, K3, K4, K5
13.	Summary of activities. Student presentations.	C1, C2, C3, C4, C5	W1, W2, W3, W4, W5, U1, U2, U3, U4, U5, K1, K2, K3, K4, K5
14.	Summary of activities. Student presentations.	C1, C2, C3, C4, C5	W1, W2, W3, W4, W5, U1, U2, U3, U4, U5, K1, K2, K3, K4, K5
15.	Summary of activities. Student presentations.	C1, C2, C3, C4, C5	W1, W2, W3, W4, W5, U1, U2, U3, U4, U5, K1, K2, K3, K4, K5

Wymagania wstępne	Knowledge of the Russian language.
Metody nauczania	Analiza tekstów , Burza mózgów, Wykład konwencjonalny, Dyskusja, Analiza przypadków
Sposób zaliczenia	Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt indywidualny

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w wykładach	30	
Przygotowanie projektu	20	
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	10	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 60	ECTS 2
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 30	ECTS 1
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 20	ECTS 0.5

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia		
	Sprawdzian pisemny testowy	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt indywidualny
W1		x	
W2	x	x	
W3	x	x	x
W4		x	x
W5	x	x	x
U1	x	x	
U2		x	
U3		x	
U4		x	x
U5		x	x
K1		x	x
K2	x	x	
K3		x	
K4		x	
K5	x	x	x



Karta opisu przedmiotu (syllabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Current issues in economic sciences		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Current issues in economic sciences		
Kod przedmiotu UEPjIRPS.24D(B).204379.22	Rok / semestr 2 / 3	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Angielski	Przedmiot Do wyboru
Godziny Wykłady: 30 Ćwiczenia: 0	Liczba punktów ECTS 2	Blok zajęciowy D(B)

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Zapoznanie studenta z istotą i cechami funkcjonowania nowoczesnej gospodarki opartej na wiedzy i zgodnej z zasadami zrównoważonego rozwoju.
C2	Zapoznanie studenta z zagadnieniami aktualnie poruszonymi w naukach ekonomicznych oraz ich związkiem ze współczesną gospodarką i społeczeństwem w wybranych państwach
C3	Zaznajomienie studentów z metodologią współczesnych nauk ekonomicznych

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Student zna i rozumie istotę nowoczesnej gospodarki opartej na wiedzy oraz korzyści i zagrożenia z niej wynikające	K2_W01, K2_W05
W2	Student rozumie istotę i cechy zrównoważonego rozwoju oraz zna jego miejsce w badaniach naukowych z zakresu nauk ekonomicznych.	K2_W02, K2_W04, K2_W13
W3	Student zna główne problemy i koncepcje rozpatrywane w naukach ekonomicznych.	K2_W02
Umiejętności		
U1	Student potrafi dyskutować na temat wybranych zagadnień poruszanych w naukach ekonomicznych	K2_U01, K2_U02
U2	Student dostrzega znaczenie badań naukowych na rzecz nowoczesnej gospodarki opartej na wiedzy i zrównoważonego rozwoju.	K2_U01, K2_U02, K2_U05
U3	Student potrafi dobrać instrumentarium adekwatne do analizy współczesnych problemów ekonomicznych	K2_U04, K2_U05
Kompetencji społecznych		

K1	Student jest gotów do krytycznej oceny znaczenia wybranych zagadnień z zakresu nauk ekonomicznych dla funkcjonowania nowoczesnej gospodarki opartej na wiedzy i zrównoważonego rozwoju.	K2_K02, K2_K05
K2	Student rozwija w sobie zdolność interpretowania informacji dotyczących politycznych, kulturowych i społecznych aspektów zjawisk ekonomicznych.	K2_K02, K2_K03

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Istota, geneza oraz cechy gospodarki opartej na wiedzy	C1	W1, U1
2.	Zrównoważony rozwój - pojęcia, cechy, znaczenie	C1	W2, U1, U2, K1
3.	Procesy i uwarunkowania determinujące funkcjonowanie gospodarki opartej na wiedzy	C2	W1, U1, K1, K2
4.	Wybrane problemy współczesnych nauk ekonomicznych, ich związek z nowoczesną gospodarką opartą na wiedzy i zrównoważonym rozwojem.	C2	W3, U1, U2, K2
5.	Nowe kierunki badań w naukach ekonomicznych	C2	W3, U2, K2
6.	Instrumentarium współczesnych nauk ekonomicznych v	C3	W3, U3, K1
7.	Case studies - analiza wybranych procesów, rynków i instytucji w gospodarkach wybranych państw	C2	W3, U2, K1

Wymagania wstępne	Wiedza z zakresu dziedzin i dyscyplin właściwych dla studiowanego kierunku
Metody nauczania	Wykład z prezentacją multimedialną, Konwersatorium językowe
Sposób zaliczenia	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Quiz na platformie moodle

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w wykładach	30	
Zbieranie informacji do zadanej pracy	15	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	10	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 55	ECTS 2
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 40	ECTS 1.5
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 0	ECTS 0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia	
	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Quiz na platformie moodle
W1	x	x
W2	x	x
W3	x	x
U1	x	
U2	x	
U3	x	x
K1	x	
K2	x	



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Design i użyteczność produktów High-Tech		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Design and utility of high-tech products		
Kod przedmiotu UEPjRPS.24B.11951.22	Rok / semestr 2 / 3	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Do wyboru
Godziny Wykłady: 30 Ćwiczenia: 0	Liczba punktów ECTS 2	Blok zajęciowy B

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Przekazanie wiedzy na temat specyfiki produktów high-tech i strategii marketingowych na rynku produktów high-tech
C2	Zapoznanie studentów z zachowaniami konsumentów na rynku produktów high-tech
C3	Przekazanie wiedzy na temat metod projektowania i badania użyteczności produktów high-tech

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Student charakteryzuje specyfikę produktów high-tech, a także ma wiedzę na temat strategii marketingowych na rynku produktów high-tech	K2_W04, K2_W13
W2	Student charakteryzuje zachowania konsumentów na rynku produktów high-tech	K2_W08
W3	Student rozpoznaje metody projektowania i badania użyteczności produktów high-tech	K2_W06, K2_W13, K2_W14
Umiejętności		
U1	Student potrafi zdiagnozować potrzeby i oczekiwania konsumentów wobec produktów high-tech	K2_U01, K2_U02, K2_U04
U2	Student potrafi zaprojektować i przeprowadzić proces badania użyteczności produktów high-tech	K2_U01, K2_U02, K2_U04, K2_U05, K2_U07, K2_U09
U3	Student potrafi stworzyć koncepcję produktu high-tech zgodnie z zasadami procesu projektowania zorientowanego na użytkownika	K2_U01, K2_U02, K2_U03, K2_U05, K2_U07
Kompetencji społecznych		

K1	Student potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role	K2_K04
K2	Student rozumie potrzebę uzupełniania i doskonalenia wiedzy i umiejętności	K2_K05

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Specyfika i klasyfikacja produktów high-tech	C1	W1
2.	Uwarunkowania i strategie rozwoju przedsiębiorstw sektora high-tech	C1	W1
3.	Strategie marketingowe na rynku produktów high-tech	C1	W1
4.	Analiza trendów na rynku produktów high-tech	C1, C2	W1, W2, U1, K1, K2
5.	Konsument na rynku produktów high-tech	C2	W2, U1, K1, K2
6.	Miejsce i rola designu w strategii produktu	C3	W3
7.	Projektowanie użyteczności produktów high-tech	C2, C3	W2, W3, U1, U2, U3, K1, K2
8.	Badania użyteczności produktów high-tech	C2, C3	W2, W3, U1, U2, K1, K2

Wymagania wstępne	Podstawowa wiedza z zakresu marketingu, zachowań konsumentów
Metody nauczania	Wykład konwersatoryjny, Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Analiza przypadków
Sposób zaliczenia	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w wykładach	30	
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	15	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	5	
Przeprowadzenie badań literaturowych	5	
Łączny nakład pracy studenta		
	Liczba godzin 55	ECTS 2
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela		
	Liczba godzin 35	ECTS 1
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym		
	Liczba godzin 0	ECTS 0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia	
	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
W1	x	
W2	x	
W3	x	
U1		x
U2		x
U3		x
K1		x
K2		x



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Media społecznościowe w marketingu		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Social media in marketing		
Kod przedmiotu UEPjRPS.24B.12272.22	Rok / semestr 2 / 3	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Do wyboru
Godziny Wykłady: 30 Ćwiczenia: 0	Liczba punktów ECTS 2	Blok zajęciowy B

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Przekazanie wiedzy na temat roli i znaczenia mediów społecznościowych jako jednego z narzędzi nowoczesnych narzędzi komunikacji marketingowej
C2	Zapoznanie studentów z rodzajami mediów społecznościowych oraz ze sposobami ich wykorzystania w procesie komunikacji rynkowej
C3	Wykształcenie umiejętności zaplanowania skutecznych działań komunikacyjnych opartych na mediach społecznościowych z uwzględnieniem specyfiki branży, celów oraz adresatów komunikatu

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Student ma wiedzę o komunikacji marketingowej	K2_W04, K2_W07
W2	Student posiada wiedzę na temat mediów społecznościowych, definiuje cele i zakres ich działania	K2_W07, K2_W08, K2_W16
W3	Student definiuje instrumenty mediów społecznościowych	K2_W04, K2_W07, K2_W09
Umiejętności		
U1	Student potrafi planować możliwości rozwoju strategii marketingowej organizacji w oparciu o nowoczesne narzędzia promocji	K2_U01, K2_U03
U2	Student umiejętnie dobiera odpowiednie kanały komunikacji marketingowej w odniesieniu do wybranych studiów przypadków oraz uzasadnia swój wybór	K2_U01, K2_U02, K2_U03, K2_U05
Kompetencje społecznych		
K1	Student potrafi pracować indywidualnie i w zespole	K2_K01, K2_K04
K2	Student rozumie potrzebę uzupełniania i doskonalenia wiedzy oraz umiejętności	K2_K05

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Proces komunikacji internetowej w Internecie	C1	W1
2.	Nowoczesne narzędzia komunikacji marketingowej	C1	W2
3.	Media społecznościowe - definicja, rodzaje	C1, C2	W3
4.	Funkcje i cele mediów społecznościowych	C1, C2	W2
5.	Metody wykorzystywania mediów społecznościowych w działaniach przedsiębiorstw z różnych branż	C1, C2, C3	U1, U2, K1, K2

Wymagania wstępne	Podstawowa wiedza z zakresu marketingu i komunikacji marketingowej
Metody nauczania	Metoda projektów , Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Analiza przypadków
Sposób zaliczenia	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w wykładach	30	
Przygotowanie projektu	13	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	5	
Przygotowanie prezentacji multimedialnej	3	
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	8	
Łączny nakład pracy studenta		
	Liczba godzin 59	ECTS 2
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 35	ECTS 1
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 13	ECTS 0.5

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia			
	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt grupowy / praca w grupie	Przygotowanie prezentacji
W1	x			
W2	x			
W3	x			

U1		x	x	
U2			x	
K1		x	x	x
K2			x	x



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Toksykologia żywności i produktów kosmetycznych		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Food and cosmetic product toxicology		
Kod przedmiotu UEPjRPS.24B.204396.22	Rok / semestr 2 / 3	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Do wyboru
Godziny Wykłady: 30 Ćwiczenia: 0	Liczba punktów ECTS 2	Blok zajęciowy B

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Przekazanie wiedzy na temat podstawowych uregulowań prawnych dotyczących bezpieczeństwa żywności i produktów kosmetycznych.
C2	Przekazanie wiedzy na temat czynników warunkujących toksyczność substancji, losów trucizn w organizmie, procesów biotransformacji i zagrożeń wynikających z działania trucizn w organizmie.
C3	Przekazanie wiedzy na temat naturalnych i antropogenicznych trucizn (substancji szkodliwych) obecnych w żywności i produktach kosmetycznych.
C4	Przekazanie wiedzy na temat substancji szkodliwych powstających w czasie przetwarzania żywności, szkodliwości niektórych substancji dodawanych do żywności.
C5	Przekazanie wiedzy na temat znaczenia oceny toksykologicznej dla zapewnienia jakości zdrowotnej żywności i produktów kosmetycznych.
C6	Wykształcenie umiejętności rozpoznawania potencjalnych zagrożeń wynikających ze spożycia żywności i stosowania produktów kosmetycznych.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Student zna podstawowe akty prawne dotyczące bezpieczeństwa żywności i produktów kosmetycznych.	K2_W01
W2	Student zna czynniki warunkujące toksyczność substancji, rozumie losy trucizn w organizmie i procesy biotransformacji oraz zagrożenia wynikające z działania trucizn w organizmie.	K2_W01

W3	Student zna wybrane trucizny (zagrożenia) obecne w żywności lub w produktach kosmetycznych (pochodzenia naturalnego i wynikające z zanieczyszczenia środowiska), zna substancje szkodliwe powstające w czasie przetwarzania żywności, rozumie na czym polega szkodliwość wybranych substancji dodawanych do żywności oraz znaczenia oceny toksykologicznej dla zapewnienia jakości zdrowotnej żywności i produktów kosmetycznych.	K2_W01
Umiejętności		
U1	Student potrafi wskazać potencjalne zagrożenia wynikające ze spożycia albo obecności wybranych substancji odpowiednio w żywności i produktach kosmetycznych.	K2_U02
Kompetencje społecznych		
K1	Student jest świadomy potencjalnych zagrożeń wynikających ze spożycia albo obecności substancji toksycznych (szkodliwych) odpowiednio w żywności i produktach kosmetycznych.	K2_K05

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Wstęp. Historia, cel i zakres działania toksykologii. Podstawy ustawodawstwa w Polsce dotyczącego bezpieczeństwa żywności i produktów kosmetycznych.	C1	W1
2.	Czynniki warunkujące toksyczność. Losy trucizn w organizmie: absorpcja, dystrybucja, biotransformacja (detoksykacja i bioaktywacja), wydalanie. Odległe skutki działania trucizn: mutagenne, rakotwórcze, teratogenne, neurotoksyczne itp.	C2	W2
3.	Badanie toksyczności, ADI, ocena mutagenności i rakotwórczości, metody analizy związków toksycznych.	C2, C5	W2
4.	Naturalne trucizny (zagrożenia) pochodzenia roślinnego i zwierzęcego w żywności. Zagrożenia mikrobiologiczne.	C3, C5, C6	W3, U1, K1
5.	Substancje toksyczne obecne w żywności i produktach kosmetycznych na skutek zanieczyszczenia środowiska.	C3, C5, C6	W3, U1, K1
6.	Substancje szkodliwe powstające w żywności na skutek obróbki technologicznej i kulinarnej oraz przechowywania żywności. Szkodliwość wybranych substancji dodawanych do żywności.	C4, C5, C6	W3, U1, K1
7.	Inne substancje szkodliwe obecne w żywności i produktach kosmetycznych, np. alergeny.	C3, C5, C6	W3, U1, K1

Wymagania wstępne	Wiedza z zakresu podstaw chemii i biochemii.
Metody nauczania	Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja
Sposób zaliczenia	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Sprawdzian pisemny

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w wykładach	30	
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	15	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	5	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 50	ECTS 2
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 35	ECTS 1
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 0	ECTS 0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia	
	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Sprawdzian pisemny
W1		x
W2		x
W3		x
U1		x
K1	x	



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Trendy w kosmetyce		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Trends in cosmetics		
Kod przedmiotu UEPJRPS.24B.11115.22	Rok / semestr 2 / 3	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Do wyboru
Godziny Wykłady: 30 Ćwiczenia: 0	Liczba punktów ECTS 2	Blok zajęciowy B

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Przekazanie szczegółowej wiedzy dotyczącej faktów i mitów we współczesnej kosmetologii
C2	Poznanie najnowocześniejszych substancji aktywnych stosowanych we współczesnych kosmetykach i kosmeceutykach
C3	Zapoznanie z postęпами współczesnej kosmetyki twarzy i ciała
C4	Wykształcenie umiejętności przeprowadzenia analizy oferty rynkowej kosmetyków pod kątem wykorzystania nowych trendów kosmetycznych

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	ma rozszerzoną wiedzę obejmującą kluczowe zagadnienia z zakresu rozwoju kosmetyki i kosmetologii	K2_W02
W2	zna nowoczesne surowce kosmetyczne i ich zastosowanie we współczesnych kosmetykach	K2_W03, K2_W13
W3	opisuje postęp w kosmetyce pielęgnacyjnej twarzy i ciała	K2_W10
Umiejętności		
U1	rozdzieli fakty od mitów zakorzenionych we współczesnej kosmetyce i kosmetologii	K2_U02
U2	ocenia przydatność i możliwość wykorzystania nowych osiągnięć kosmetyki i kosmetologii	K2_U05
U3	potrafi przeprowadzić analizę oferty rynkowej pod kątem wykorzystania nowych trendów kosmetycznych	K2_U01, K2_U07
Kompetencje społecznych		

K1	rozumie potrzebę zapoznawania się z publikacjami naukowymi i doniesieniami dotyczącymi najnowszych osiągnięć współczesnej kosmetyki	K2_K05
----	---	--------

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Fakty i mity we współczesnej kosmetyce i kosmetologii na tle najnowszych badań	C1	U1, K1
2.	Badanie nowych trendów na rynku kosmetycznym z wykorzystaniem analizy oferty rynkowej producentów kosmetyków	C4	U2, U3, K1
3.	Nowoczesne surowce kosmetyczne. Trendy w anti-ageing	C2, C3	W1, W2, W3
4.	Zastosowanie nowoczesnych kosmeceutyków w pielęgnacji problemów skórnych	C2, C3	W1, W2, W3
5.	Nutrikosmetyki - produkty z pogranicza kosmetologii i farmakologii	C2, C3	W1, W2, W3
6.	Postęp w kosmetyce pielęgnacyjnej ciała	C2, C3	W1, W2, W3
7.	Trendy w kosmetykach dla mężczyzn	C2, C3	W1, W2, W3
8.	Biotrendy w kosmetyce	C2, C3	W1, W2, W3
9.	Nowoczesne kosmetyki promieniochronne	C2, C3	W1, W2, W3
10.	Badania in vitro i in vivo we współczesnej kosmetologii	C2, C3	W1, W3

Wymagania wstępne	Podstawowa wiedza z zakresu kosmetyki i kosmetologii
Metody nauczania	Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja
Sposób zaliczenia	Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w wykładach	30	
Przeprowadzenie badań literaturowych	10	
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	15	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 55	ECTS 2
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 30	ECTS 1
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 0	ECTS 0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia	
	Sprawdzian pisemny testowy	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
W1	x	
W2	x	
W3	x	
U1	x	x
U2	x	x
U3	x	x
K1	x	x



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Zarządzanie wzornictwem		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Design management		
Kod przedmiotu UEPjRPS.24B.12195.22	Rok / semestr 2 / 3	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Do wyboru
Godziny Wykłady: 30 Ćwiczenia: 0	Liczba punktów ECTS 2	Blok zajęciowy B

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Przekazanie wiedzy na temat istoty, miejsca oraz znaczenia wzornictwa przemysłowego w strategii przedsiębiorstwa oraz w kontekście społeczno-kulturowym.
C2	Przekazanie wiedzy na temat design managementu. Przedstawienie narzędzi oraz strategii zarządzania designem w różnych obszarach działalności firmy.
C3	Przekazanie wiedzy na temat procesu rozwoju produktu wzorniczego oraz zasobów niezbędnych w tym procesie.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Zna podstawowe pojęcia związane z wzornictwem oraz rozumie jego znaczenie w przedsiębiorstwie oraz w kontekście społeczno-kulturowym	K2_W07, K2_W09
W2	Rozumie powiązanie pomiędzy wzornictwem a strategią przedsiębiorstwa	K2_W07, K2_W09, K2_W11
W3	Rozumie istotę procesu zarządzania produktem wzorniczym oraz potrafi wskazać zasoby niezbędne w tym procesie	K2_W04, K2_W13, K2_W15
Umiejętności		
U1	Wskazuje trafne koncepcje i kierunki rozwoju nowych produktów wzorniczych, potrafi rozpoznać dobry wzór	K2_U02, K2_U05
U2	Potrafi zaproponować trafne rozwiązania związane z budowaniem konkurencyjności przedsiębiorstwa w oparciu o wzornictwo	K2_U02, K2_U05
Kompetencje społecznych		
K1	Potrafi pracować w zespole interdyscyplinarnym	K2_K03, K2_K04

K2	Potrafi prezentować oraz argumentować dobór proponowanych kreatywnych działań i rozwiązań analizowanego problemu	K2_K03
----	--	--------

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Istota wzornictwa i wybrane nurty współczesnego designu Znaczenie wzornictwa w kontekście społeczno-kulturowym Kategorie kluczowe dla wzornictwa w przedsiębiorstwie Wzornictwo jako skuteczna metoda generowania wartości dodanej Wpływ skali wykorzystania wzornictwa na efektywność firmy Wybór strategii zarządzania wzornictwem	C1	W1, W2, U2, K1, K2
2.	Model decyzyjny w procesie zarządzania wzornictwem w przedsiębiorstwie Innowacje w zarządzaniu wzornictwem Zarządzanie wzornictwem a współpraca z partnerami zewnętrznymi	C1, C2	W1, W2, U2, K1, K2
3.	Proces rozwoju nowego produktu wzorniczego (decyzje strategiczne, współpraca z projektantami i studiami projektowymi, specyfikacja projektowa, prototyp, ochrona prawna, przygotowanie produkcji)	C3	W3, U1, U2, K1, K2

Wymagania wstępne	podstawowa wiedza z zakresu marketingu i zarządzania produktem
Metody nauczania	Metoda projektów , Wykład z prezentacją multimedialną, Analiza przypadków
Sposób zaliczenia	Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w wykładach	30	
Przygotowanie prezentacji multimedialnej	10	
Przygotowanie do ćwiczeń	5	
Przeprowadzenie badań literaturowych	10	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	5	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 60	ECTS 2
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 35	ECTS 1
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 0	ECTS 0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia	
	Projekt grupowy / praca w grupie	Przygotowanie prezentacji
W1		x
W2	x	
W3		x
U1	x	x
U2	x	x
K1	x	
K2	x	



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Żywnienie człowieka		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Human nutrition		
Kod przedmiotu UEPjIRPS.24B.7317.22	Rok / semestr 2 / 3	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Do wyboru
Godziny Wykłady: 30 Ćwiczenia: 0	Liczba punktów ECTS 2	Blok zajęciowy B

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Przekazanie wiedzy na temat zasad racjonalnego odżywiania, odżywczej wartości głównych składników żywności i zagrożeń wynikających z ich niedoboru lub nadmiaru w diecie człowieka, wpływu wybranych nieodżywczych składników żywności na organizm człowieka oraz zagrożeń wynikających z obecności w żywności niektórych dodatków i zanieczyszczeń.
C2	Wykształcenie umiejętności racjonalnego wykorzystania składników odżywczych żywności i oceny żywności z punktu widzenia prawidłowego odżywiania.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Student ma wiedzę na temat zasad racjonalnego żywienia, wartości odżywczej składników żywności, zagrożeń wynikających z niedoboru lub nadmiaru odżywczych składników żywności w diecie człowieka, wpływu wybranych nieodżywczych składników żywności na organizm człowieka oraz zagrożeń wynikających z obecności w żywności niektórych dodatków i zanieczyszczeń.	K2_W01
Umiejętności		
U1	Student potrafi określić znaczenie poszczególnych składników żywności w diecie człowieka i wskazać sposoby ich racjonalnego wykorzystania w żywieniu człowieka.	K2_U02
Kompetencje społecznych		
K1	Student jest gotów do uzupełniania swojej wiedzy o najnowsze informacje na temat żywienia człowieka.	K2_K05

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Wstęp. Historia nauk żywieniowych, choroby dietozależne.	C1, C2	W1
2.	Piramida żywienia, ogólne zalecenia żywieniowe, podstawowe pojęcia związane z prawidłowym żywieniem, informacje na etykiecie produktu spożywczego istotne z punktu widzenia prawidłowego odżywiania i bezpieczeństwa konsumenta.	C1, C2	W1, U1, K1
3.	Wartość energetyczna produktu. Podstawowa i całkowita przemiana materii. Wskaźnik jakości żywieniowej produktu.	C1, C2	W1, U1, K1
4.	Klasyfikacja tłuszczów, normy zapotrzebowania na tłuszcze, źródła i znaczenie kwasów tłuszczowych, cholesterolu i fitosteroli.	C1, C2	W1, U1, K1
5.	Klasyfikacja węglowodanów, normy zapotrzebowania na węglowodany, indeks glikemiczny, źródła i znaczenie błonnika pokarmowego, prebiotyki i probiotyki.	C1, C2	W1, U1, K1
6.	Aminokwasy endo- i egzogenne. Znaczenie żywieniowe białek, problem immunologicznej i nieimmunologicznej specyficzności białek oraz nadmiaru lub niedoboru białka w diecie, wskaźniki wartości odżywczej białka.	C1, C2	W1, U1, K1
7.	Witaminy i ich biokatalityczne funkcje w organizmie człowieka. Współczesne poglądy na a-, hipo- i hiperwitaminozy. Źródła występowania i właściwości witamin.	C1, C2	W1, U1, K1
8.	Woda i składniki mineralne żywności. Znaczenie wody dla organizmu człowieka. Równowaga kwasowo-zasadowa. Charakterystyka głównych makro- i mikroelementów, ich rola w organizmie i źródła występowania.	C1, C2	W1, U1, K1
9.	Zagrożenia wynikające z obecności w żywności wybranych dodatków i zanieczyszczeń.	C1, C2	W1, U1, K1
10.	Rola diety w profilaktyce niektórych chorób.	C1, C2	W1, U1, K1

Wymagania wstępne	Ma wiedzę i umiejętności z zakresu podstaw chemii i biochemii
Metody nauczania	Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja
Sposób zaliczenia	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, sprawdzian pisemny lub projekt grupowy

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*
Uczestnictwo w wykładach	30
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	5
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	20

Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 55	ECTS 2
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 35	ECTS 1
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 0	ECTS 0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia	
	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	sprawdzian pisemny lub projekt grupowy
W1	x	x
U1	x	x
K1	x	



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Komunikacja marketingowa		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Marketing communication		
Kod przedmiotu UEPjRPS.24B.1248.22	Rok / semestr 2 / 3	Forma zaliczenia Egzamin
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Do wyboru
Godziny Wykłady: 30 Ćwiczenia: 0	Liczba punktów ECTS 3	Blok zajęciowy B

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Przekazanie wiedzy na temat wielowymiarowej perspektywy komunikacji marketingowej w odniesieniu do realizacji strategii marketingowej przez przedsiębiorstwo.
C2	Zapoznanie studentów z zespołem środków i działań, za pomocą których przedsiębiorstwo komunikuje się z otoczeniem.
C3	Wykształcenie umiejętności dobierania odpowiednich działań komunikacyjnych do specyfiki rynku, branży/przedsiębiorstwa.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Student opisuje model komunikacji marketingowej, przedstawia jego ograniczenia i możliwości oraz podstawowe pojęcia z nim związane.	K2_W04, K2_W07
W2	Student ma wiedzę na temat różnorodnych działań w obszarze komunikacji marketingowej i sposobach ich realizowania.	K2_W07, K2_W08, K2_W09
W3	Student zna ogólne zasady planowania i realizowania komunikacji marketingowej przedsiębiorstwa.	K2_W11, K2_W16
Umiejętności		
U1	Student posiada umiejętność krytycznej analizy, oceny i wysuwania wniosków w odniesieniu do działań komunikacyjnych przedsiębiorstwa.	K2_U01, K2_U02
U2	Student prawidłowo rozróżnia i posługuje się szeroką gamą narzędzi i instrumentów komunikacji marketingowej.	K2_U05, K2_U07
U3	Student potrafi opracować skuteczny plan komunikacji marketingowej, dobierając odpowiednie narzędzia i instrumenty.	K2_U04, K2_U05, K2_U07
Kompetencje społecznych		

K1	Student działa w sposób przedsiębiorczy, planując działania komunikacyjne, uwzględniając możliwości i zagrożenia stosowania określonych działań.	K2_K01
K2	Student potrafi współpracować w grupie.	K2_K04
K3	Student rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie.	K2_K05

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Model komunikacji marketingowej i jego elementy składowe.	C1	W1
2.	Narzędzia komunikacji masowej i grupowej.	C2, C3	W2, U1, U2
3.	Nowoczesne działania komunikacyjne przedsiębiorstwa.	C2, C3	W2, U1, U2
4.	Komunikacja marketingowa w środowisku hipermedialnym.	C2, C3	W2, U1, U2, K3
5.	Zintegrowana komunikacja marketingowa.	C3	W3, U3, K1, K2

Wymagania wstępne	Podstawowa wiedza z zakresu marketingu
Metody nauczania	Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Analiza przypadków, Rozwiązywanie zadań
Sposób zaliczenia	Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt indywidualny, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w wykładach	30	
Przygotowanie do egzaminu	15	
Przygotowanie prezentacji multimedialnej	5	
Przygotowanie projektu	5	
Przeprowadzenie badań literaturowych	10	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	15	
Zbieranie informacji do zadanej pracy	10	
Łączny nakład pracy studenta		
	Liczba godzin 90	ECTS 3
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 45	ECTS 1.5
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 5	ECTS 0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia				
	Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt indywidualny	Projekt grupowy / praca w grupie	Przygotowanie prezentacji
W1	x				
W2	x				
W3	x				
U1		x	x		
U2		x	x		
U3		x	x		
K1			x	x	
K2			x	x	x
K3			x		



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Marketing strategiczny		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Strategic marketing		
Kod przedmiotu UEPjRPS.24B.986.22	Rok / semestr 2 / 3	Forma zaliczenia Egzamin
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Do wyboru
Godziny Wykłady: 30 Ćwiczenia: 0	Liczba punktów ECTS 3	Blok zajęciowy B

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Uświadomienie słuchaczom roli, zadań i funkcji strategicznego zarządzania marketingowego w przedsiębiorstwach
C2	Zapoznanie studentów z najważniejszymi metodami, technikami przeprowadzania analiz strategicznych w przedsiębiorstwie
C3	Wykształcenie umiejętności kreowania podstawowych działań strategicznych podejmowanych w przedsiębiorstwie

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Student rozumie rolę, zadania i funkcje strategicznego zarządzania marketingowego w przedsiębiorstwie	K2_W05, K2_W07, K2_W08, K2_W11
W2	Student charakteryzuje istotę i procedury wykonywania analiz strategicznych w przedsiębiorstwie	K2_W05, K2_W06, K2_W07, K2_W08, K2_W11
W3	Student klasyfikuje i charakteryzuje podstawowe działania w ramach strategii zarządzania w przedsiębiorstwie	K2_W05, K2_W07, K2_W08, K2_W11, K2_W14
Umiejętności		
U1	Student opisuje podstawowe uwarunkowania procesu planowania strategicznego w przedsiębiorstwie	K2_U01, K2_U04, K2_U07
U2	Student potrafi przeprowadzić wybrane analizy otoczenia i wewnątrzprzedsiębiorstwa	K2_U01, K2_U04, K2_U05, K2_U07
U3	Student potrafi sformułować i zaplanować podstawowe działania strategiczne w przedsiębiorstwie	K2_U01, K2_U04, K2_U05, K2_U07

Kompetencje społecznych		
K1	Student jest zdolny do podjęcia odpowiednich działań w przedsiębiorstwie na podstawie przeprowadzonych analiz	K2_K01, K2_K02
K2	Student rozumie potrzebę uzupełniania i doskonalenia wiedzy oraz umiejętności	K2_K04, K2_K05

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Identyfikacja i funkcje strategicznego zarządzania marketingowego. Proces planowania strategicznego. Informacyjne podstawy wyborów strategicznych	C1	W1, U1, K2
2.	Uwarunkowania zewnętrzne wyborów strategicznych przedsiębiorstwa	C2	W2, U2, K1
3.	Uwarunkowania wewnętrzne wyborów strategicznych przedsiębiorstwa. Analiza zdolności konkurencyjnej i pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstwa	C2	W2, U2, K1
4.	Opcje strategiczne rozwoju przedsiębiorstwa	C3	W3, U3, K1, K2
5.	Implementacja strategii marketingowej. Kontrola strategiczna i jej funkcje	C3	W3, U3, K1, K2

Wymagania wstępne	Podstawowa wiedza z obszaru Podstaw organizacji i zarządzania, Mikroekonomii, Makroekonomii oraz Podstaw marketingu
Metody nauczania	Metoda projektów, Burza mózgów, Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Analiza przypadków
Sposób zaliczenia	Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami, Projekt grupowy / praca w grupie

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w wykładach	30	
Przygotowanie do ćwiczeń	10	
Przygotowanie do egzaminu	10	
Zbieranie informacji do zadanej pracy	20	
Przygotowanie projektu	20	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 90	ECTS 3
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 30	ECTS 1
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 20	ECTS 0.5

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia	
	Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami	Projekt grupowy / praca w grupie
W1	x	
W2	x	
W3	x	
U1		x
U2		x
U3		x
K1		x
K2		x



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Nanomateriały		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Nanomaterials		
Kod przedmiotu UEPjIRPS.24B.8364.22	Rok / semestr 2 / 3	Forma zaliczenia Egzamin
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Do wyboru
Godziny Wykłady: 30 Ćwiczenia: 0	Liczba punktów ECTS 3	Blok zajęciowy B

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Przekazanie wiedzy dotyczącej podstawowych pojęć i normalizacji w zakresie nanotechnologii i nanomateriałów.
C2	Przekazanie wiedzy z zakresu klasyfikacji oraz metod otrzymywania nanomateriałów.
C3	Przekazanie wiedzy dotyczącej właściwości i metod badań nanomateriałów.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Ma wiedzę obejmującą podstawowe zagadnienia związane z klasyfikacją i normalizacją w obszarze nanotechnologii i nanomateriałów.	K2_W02, K2_W10
W2	Zna podstawowe rodzaje nanomateriałów oraz metody ich otrzymywania.	K2_W02, K2_W10
W3	Ma wiedzę na temat właściwości nanomateriałów.	K2_W02, K2_W03, K2_W10
Umiejętności		
U1	Ma umiejętność wyboru techniki oceny właściwości nanomateriałów.	K2_U01, K2_U08, K2_U09
U2	Potrafi wskazać obszary zastosowania nanomateriałów.	K2_U08, K2_U09
Kompetencje społecznych		
K1	Rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie oraz potrafi uzupełniać i doskonalić nabytą wiedzę i umiejętności	K2_K05

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Podstawowe pojęcia z zakresu nanotechnologii. Normalizacja w zakresie nanotechnologii i nanomateriałów.	C1	W1, K1
2.	Rodzaje nanomateriałów i metody ich otrzymywania. Technika top-down i bottom-up.	C2	W2, U1, U2, K1
3.	Nanoproszki, Nanowarstwy - otrzymywanie, właściwości.	C2, C3	W3, U1, U2, K1
4.	Nanowłókna - otrzymywanie, właściwości.	C2, C3	W2, W3, U1, U2, K1
5.	Nanomateriały otrzymywane metodą zol-żel. Materiały hybrydowe, aerożele - synteza, właściwości.	C2, C3	W2, W3, U1, U2, K1
6.	Nanostruktury węglowe - otrzymywanie, właściwości.	C2, C3	W2, W3, U1, U2, K1
7.	Bionanomateriały - otrzymywanie, właściwości.	C2, C3	W2, W3, U1, U2, K1
8.	Nanokompozyty polimerowe. Rodzaje matryc polimerowych i nanonapełniaczy stosowanych do otrzymywania nanomateriałów.	C2, C3	W2, W3, U1, U2, K1
9.	Metody badania właściwości nanomateriałów.	C3	W3, U1, U2, K1
10.	Obszary zastosowań nanomateriałów. Nanoprodukty.	C2, C3	W2, W3, U1, U2, K1
11.	Perspektywy rozwoju nanonauki i nanotechnologii.	C2, C3	W2, W3, U1, U2, K1

Wymagania wstępne	Ma wiedzę i umiejętności z zakresu podstaw chemii i fizyki.
Metody nauczania	Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja
Sposób zaliczenia	Egzamin pisemny testowy, Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, dyskusja na wykładzie

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w wykładach	30	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	1	
Przygotowanie do egzaminu	15	
Przeprowadzenie badań literaturowych	20	
Zbieranie informacji do zadanej pracy	20	
Uczestnictwo w egzaminie	2	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 88	ECTS 3
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 33	ECTS 1

Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 0	ECTS 0
---	--------------------	-----------

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia			
	Egzamin pisemny testowy	Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	dyskusja na wykładzie
W1	x	x	x	x
W2	x	x	x	x
W3	x	x	x	x
U1	x	x	x	x
U2	x	x	x	x
K1	x	x	x	x



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Podstawy toksykologii środowiska		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Podstawy toksykologii środowiska		
Kod przedmiotu UEPJRPS.24B.11991.22	Rok / semestr 2 / 3	Forma zaliczenia Egzamin
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Do wyboru
Godziny Wykłady: 30 Ćwiczenia: 0	Liczba punktów ECTS 3	Blok zajęciowy B

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Przekazanie wiedzy na temat czynników warunkujących toksyczność, losów trucizn w organizmie, procesów biotransformacji (detoksykacja i bioaktywacja enzymatyczna), zagrożeń wynikających z działania trucizn w organizmie, biomarkerów, zanieczyszczeń atmosfery, wody, gleby oraz toksyczności zanieczyszczeń występujących w atmosferze, wodzie, glebie.
C2	Wykształcenie umiejętności rozpoznawania zagrożeń dla organizmów żywych, wynikających z zanieczyszczenia środowiska.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Ma wiedzę na temat czynników warunkujących toksyczność, losów trucizn w organizmie, procesów biotransformacji (detoksykacja i bioaktywacja enzymatyczna), zagrożeń wynikających z działania trucizn w organizmie, biomarkerów, zanieczyszczeń atmosfery, wody, gleby oraz toksyczności zanieczyszczeń atmosfery, wody, gleby	K2_W01
Umiejętności		
U1	Potrafi rozpoznać zagrożenia dla organizmów żywych, wynikających z zanieczyszczenia środowiska	K2_U02
Kompetencji społecznych		
K1	Jest świadomy zagrożeń toksykologicznych dla środowiska wynikających z rozwoju gospodarczego świata	K2_K05

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
-----	-------------------	---------------------------------	-----------------------------------

1.	Wstęp: cele i problemy współczesnej toksykologii środowiska	C1	W1
2.	Naturalne i antropogeniczne źródła zanieczyszczeń środowiska oraz ich przemieszczanie	C1	W1
3.	Losy zanieczyszczeń środowiskowych w organizmie (wchłanianie, dystrybucja, biotransformacja, wydalanie). Mechanizmy działania toksycznego. Mechanizmy detoksykacji.	C1	W1
4.	Działanie toksyczne: a) toksyczność ostra, kumulacyjna, chroniczna, b) odległe działanie zanieczyszczeń środowiskowych dla człowieka i ekosystemów (mutagenne, rakotwórcze, teratogenne), c) działanie specyficzne: neurotoksyczne, hepatotoksyczne, endokrynne	C1	W1
5.	Ocena ryzyka narażenia na toksyczne działanie trucizn środowiskowych. Ustalenie stopnia bezpieczeństwa	C1	W1
6.	Działanie toksyczne głównych zanieczyszczeń atmosfery na organizmy żywe	C1, C2	W1, U1, K1
7.	Skutki środowiskowe zanieczyszczenia atmosfery	C1, C2	W1, U1, K1
8.	Działanie toksyczne głównych zanieczyszczeń wody i gleby. Biomarkery	C1, C2	W1, U1, K1
9.	Jakość a zanieczyszczenie środowiska	C1, C2	W1, U1, K1

Wymagania wstępne	Ma wiedzę i umiejętności z zakresu podstaw chemii i biochemii
Metody nauczania	Wykład konwencjonalny, Dyskusja
Sposób zaliczenia	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Egzamin pisemny

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w wykładach	30	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	5	
Uczestnictwo w egzaminie	2	
Przygotowanie do egzaminu	40	
Łączny nakład pracy studenta		
	Liczba godzin 77	ECTS 3
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 37	ECTS 1
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 0	ECTS 0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia	
	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Egzamin pisemny
W1	x	x
U1	x	x
K1	x	



Karta opisu przedmiotu (syllabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Public relations		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Public relations		
Kod przedmiotu UEPjRPS.24B.285.22	Rok / semestr 2 / 3	Forma zaliczenia Egzamin
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Do wyboru
Godziny Wykłady: 30 Ćwiczenia: 0	Liczba punktów ECTS 3	Blok zajęciowy B

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Zaprezentowanie studentom podstawowych narzędzi public relations, zasad ich klasyfikacji oraz konsekwencji ich zastosowania
C2	Przekazanie studentom wiedzy na temat roli tożsamości i wizerunku oraz reputacji w funkcjonowaniu współczesnego przedsiębiorstwa i instytucji
C3	Ukazanie czynników kształtujących tożsamość, wizerunek i reputację przedsiębiorstwa oraz instytucji

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Student definiuje podstawowe pojęcia z zakresu public relations oraz główne narzędzia współczesnego public relations	K2_W07
W2	Student formułuje podstawowe czynniki kształtujące tożsamość, wizerunek i reputację przedsiębiorstwa oraz instytucji	K2_W08
W3	Student identyfikuje znaczenie oraz konieczność prowadzenia działań w zakresie public relations w przedsiębiorstwie oraz instytucji	K2_W09
Umiejętności		
U1	Student dobiera podstawowe narzędzie public relations we współczesnym przedsiębiorstwie oraz instytucji	K2_U01
U2	Student ocenia mechanizm kształtowania tożsamości i wizerunku przedsiębiorstwa i instytucji	K2_U05
U3	Student prognozuje skuteczność wykorzystywanych narzędzi public relations w kształtowaniu tożsamości i wizerunku	K2_U07
Kompetencji społecznych		

K1	Student docenia potrzebę wykorzystywania public relations we współczesnym przedsiębiorstwie i instytucji	K2_K01
K2	Student akceptuje konsekwencje stosowania narzędzi i technik public relations	K2_K02
K3	Student dba o etyczny wymiar działań public relations	K2_K03

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Podstawowe pojęcia z zakresu public relations	C1, C2, C3	W1, U1, K1
2.	Public relations a marketing, reklama i propaganda	C1, C2, C3	W1, U1, K1
3.	Geneza public relations	C1, C2, C3	W1, U1, K1
4.	Narzędzia public relations	C1, C2, C3	W1, U1, K1
5.	Wyznaczniki tożsamości przedsiębiorstwa (instytucji)	C1, C2, C3	W2, U2, K2
6.	Wyznaczniki wizerunku przedsiębiorstwa (instytucji)	C1, C2, C3	W2, U2, K2
7.	Wizerunek osób publicznych	C1, C2, C3	W2, U2, K2
8.	Media a public relations	C1, C2, C3	W2, U2, K2
9.	Media a public relations	C1, C2, C3	W2, U2, K2
10.	Sytuacje kryzysowe i rozwiązywanie kryzysów	C1, C2, C3	W3, U3, K3
11.	Sponsoring i mecenat	C1, C2, C3	W3, U3, K3
12.	Lobbing	C1, C2, C3	W3, U3, K2
13.	Społeczna odpowiedzialność biznesu	C1, C2, C3	W3, U3, K2
14.	Zjawisko czarnego public relations	C1, C2, C3	W3, U3, K3
15.	Etyka w działaniach public relations	C1, C2, C3	W3, U3, K3

Wymagania wstępne	Zainteresowanie problemami funkcjonowania gospodarki i przedsiębiorstwa
Metody nauczania	Wykład konwencjonalny
Sposób zaliczenia	Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*
Uczestnictwo w wykładach	30
Przygotowanie do egzaminu	20
Przeprowadzenie badań literaturowych	25
Uczestnictwo w egzaminie	2
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	2

Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 79	ECTS 3
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 34	ECTS 1
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 0	ECTS 0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia
	Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami
W1	x
W2	x
W3	x
U1	x
U2	x
U3	x
K1	x
K2	x
K3	x



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Systemy pakowania		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Packaging systems		
Kod przedmiotu UEPjRPS.24B.8362.22	Rok / semestr 2 / 3	Forma zaliczenia Egzamin
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Do wyboru
Godziny Wykłady: 30 Ćwiczenia: 0	Liczba punktów ECTS 3	Blok zajęciowy B

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Przekazanie wiedzy dotyczącej podstawowych pojęć w zakresie systemów pakowania.
C2	Przekazanie wiedzy w zakresie metod i systemów pakowania.
C3	Przekazanie wiedzy dotyczącej materiałów opakowaniowych i ich wykorzystania w poszczególnych systemach pakowania.
C4	Nabycie przez studentów umiejętności określenia wpływu rodzaju zastosowanego systemu opakowania na bezpieczeństwo pakowanych produktów.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Ma wiedzę obejmującą podstawowe zagadnienia związane z systemami pakowania.	K2_W02, K2_W03
W2	Zna podstawowe rodzaje metod i systemów pakowania.	K2_W03
W3	Ma wiedzę na temat materiałów opakowaniowych i ich wykorzystania w poszczególnych systemach pakowania.	K2_W03
Umiejętności		
U1	Ma umiejętność doboru techniki pakowania do określonego produktu.	K2_U01, K2_U02
U2	Potrafi wskazać obszary zastosowania systemów pakowania.	K2_U02
Kompetencje społecznych		
K1	Rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie oraz potrafi uzupełniać i doskonalić nabytą wiedzę i umiejętności.	K2_K05

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Powiązanie zagadnień z zakresu systemów pakowania z towaroznawstwem opakowań, przechowalnictwem, ekonomią, jakością. Przedstawienie podstawowych wiadomości z dziedziny opakowań, definicje, funkcje, klasyfikacje opakowań.	C1	W1, W3, K1
2.	Krajowy i globalny rynek opakowań. Materiały opakowaniowe i urządzenia pakujące.	C1, C2, C3	W1, W2, W3, U1, U2, K1
3.	Podstawowe pojęcia dotyczące systemów pakowania. Kryteria doboru materiałów opakowaniowych do poszczególnych systemów pakowania.	C1, C2, C3, C4	W1, W2, W3, U1, U2, K1
4.	Urządzenia i maszyny pakujące. Pionowe i poziome systemy pakowania. Technologie pakowania w folie termokurczliwe i rozciągliwe.	C2, C3, C4	W1, W2, W3, U1, U2, K1
5.	Metody pakowania próżniowego, w atmosferze modyfikowanej i kontrolowanej.	C2, C3, C4	W1, W2, W3, U1, U2, K1
6.	Aseptyczne metody pakowania.	C2, C3, C4	W1, W2, W3, U1, U2, K1
7.	Narzędzia i systemy zapewnienia bezpieczeństwa materiałów opakowaniowych i opakowań.	C1, C2, C3, C4	W1, W2, W3, U1, U2, K1
8.	Systemy pakowania w nowoczesnych metodach utrwalania żywności.	C1, C2, C3, C4	W1, W2, W3, U1, U2, K1
9.	Środowiskowe aspekty projektowania opakowań. Opakowania zorientowane na recykling.	C1, C2, C3, C4	W1, W2, W3, U1, U2, K1
10.	Kierunki rozwoju systemów pakowania w odniesieniu do modelu gospodarki o obiegu zamkniętym.	C1, C2, C3, C4	W1, W2, W3, U1, U2, K1

Wymagania wstępne	Ma wiedzę i umiejętności z zakresu towaroznawstwa produktów
Metody nauczania	Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja
Sposób zaliczenia	Egzamin pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*
Uczestnictwo w wykładach	30
Zbieranie informacji do zadanej pracy	15
Przygotowanie projektu	20
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	2
Przygotowanie do egzaminu	10

Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 77	ECTS 3
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 32	ECTS 1
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 20	ECTS 0.5

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia			
	Egzamin pisemny testowy	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt grupowy / praca w grupie	Przygotowanie prezentacji
W1	x	x	x	x
W2	x	x	x	x
W3	x	x	x	x
U1		x	x	x
U2		x	x	x
K1		x	x	x



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Zarządzanie marką kosmetyków		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Brand management of cosmetics		
Kod przedmiotu UEPjIRP07S.24C.10283.22	Rok / semestr 2 / 3	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Menedżer produktów kosmetycznych	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 15 Ćwiczenia: 0	Liczba punktów ECTS 2	Blok zajęciowy C

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Przekazanie wiedzy na temat znaczenia i roli marki na rynku produktów i usług kosmetycznych.
C2	Przekazanie wiedzy w obszarze kreowania i wprowadzania nowej marki na rynek.
C3	Zapoznanie z zasadami zarządzania marką w odniesieniu do zróżnicowanych sytuacji rynkowych.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Student definiuje pojęcia związane z marką, jej atrybutami, wartością, wizerunkiem i tożsamością.	K2_W04
W2	Student rozumie proces kreowania marki i wprowadzania jej na rynek.	K2_W04, K2_W07, K2_W16
W3	Student przedstawia zasady zarządzania marką w różnych kontekstach rynkowych.	K2_W07, K2_W11
Umiejętności		
U1	Student opracowuje proces kreowania i wprowadzania nowej marki na rynku.	K2_U02, K2_U05
U2	Student planuje działania związane z zarządzaniem marką w zmiennym otoczeniu rynkowym.	K2_U03
Kompetencje społecznych		
K1	Student jest zdolny do podjęcia odpowiednich działań w kontekście wprowadzania nowej marki na rynek i zarządzania nią.	K2_K01
K2	Student rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie.	K2_K05

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Miejsce i rola marki w strategii przedsiębiorstwa na rynku produktów i usług kosmetycznych.	C1	W1
2.	Podstawowe pojęcia związane z marką.	C1	W1
3.	Proces kreowania marki.	C2	W2, U1, K2
4.	Istota zarządzania marką.	C2, C3	W3, U2, K1
5.	Zarządzanie marką w sytuacjach kryzysowych.	C3	W3, U2, K2

Wymagania wstępne	Podstawowa wiedza z zakresu marketingu
Metody nauczania	Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Analiza przypadków
Sposób zaliczenia	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Projekt indywidualny, Przygotowanie prezentacji

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w wykładach	15	
Przygotowanie do ćwiczeń	5	
Zbieranie informacji do zadanej pracy	5	
Przeprowadzenie badań literaturowych	5	
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	10	
Przygotowanie projektu	10	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 50	ECTS 2
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 15	ECTS 0.5
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 10	ECTS 0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia		
	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami	Projekt indywidualny	Przygotowanie prezentacji
W1	x		
W2	x		
W3	x		x

U1		x	
U2	x	x	
K1		x	
K2		x	



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Biznesplan		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Business plan		
Kod przedmiotu UEPjRP07S.24B.9115.22	Rok / semestr 2 / 3	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Menedżer produktów kosmetycznych	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 15 Ćwiczenia: 0	Liczba punktów ECTS 1	Blok zajęciowy B

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Przekazanie wiedzy na temat celu tworzenia i funkcji biznes planu, metod wyceny aktywów i pasywów oraz zarządzania i planowania wolumenu produkcji i dystrybucji, analizy finansowej oraz zarządzania kapitałem obrotowym
C2	Wykształcenie umiejętności stworzenia biznesplanu na potrzeby konkretnego przedsięwzięcia
C3	Wykształcenie umiejętności opracowania, interpretacji i przedstawiania wyników wykonanych badań

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Student zna możliwości stosowania biznesplanu na potrzeby planowania i umie ocenić zasadność podejmowania działań i decyzji dotyczących danej działalności	K2_W04, K2_W05, K2_W06, K2_W07, K2_W08, K2_W09, K2_W11, K2_W16
W2	Student wymienia etapy budowania biznesplanu i poszczególne kroki wchodzące w ich zakres	K2_W04, K2_W05, K2_W06, K2_W07, K2_W08, K2_W09, K2_W11, K2_W16
W3	Student zna praktyczne zastosowanie biznesplanu	K2_W04, K2_W05, K2_W06, K2_W07, K2_W08, K2_W09, K2_W11, K2_W16
Umiejętności		
U1	Student gromadzi i przelicza dane dotyczące wybranego przedsiębiorstwa	K2_U01, K2_U02, K2_U03, K2_U04, K2_U05, K2_U06, K2_U07, K2_U13, K2_U14

U2	Student potrafi zinterpretować uzyskane wyniki i sporządzić raport	K2_U01, K2_U02, K2_U03, K2_U04, K2_U05, K2_U06, K2_U07, K2_U13, K2_U14
Kompetencji społecznych		
K1	Student współdziała z innymi członkami zespołu projektowego	K2_K01, K2_K02, K2_K03, K2_K04
K2	Student prezentuje wyniki badań stosując fachową terminologię	K2_K01, K2_K02, K2_K03, K2_K04, K2_K05

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Istota, funkcje i znaczenie biznes planu	C1	W1, W3, U2, K2
2.	Etapy opracowania biznes planu i jego zakres przedmiotowy	C1, C3	W2, W3, U1, U2, K1, K2
3.	Biznes plan a plan marketingowy	C1, C2, C3	W1, W2, W3, U1, U2, K1
4.	Analiza finansowa firmy	C1, C2, C3	W1, W2, W3, U1, U2, K1, K2
5.	Próg rentowności (break even point BEP) i przepływy środków pieniężnych (cash flow)	C1, C3	W1, W2, W3, U1, U2, K1, K2
6.	Metody oceny efektywności przedsięwzięcia (IRR, NVP, okres zwrotu inwestycji)	C1, C2, C3	W1, W2, W3, U1, U2, K1, K2
7.	Analiza wrażliwości i ocena ryzyka	C1, C2, C3	W1, W2, W3, U1, U2, K1, K2

Wymagania wstępne	Umiejętność obsługi Excel i Word Umiejętność wyszukiwania informacji w Internecie
Metody nauczania	Metoda projektów , Wykład konwencjonalny, Wykład konwersatoryjny, Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Analiza przypadków
Sposób zaliczenia	Projekt indywidualny, Projekt grupowy / praca w grupie

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w wykładach	15	
Przygotowanie projektu	10	
Przygotowanie prezentacji multimedialnej	2	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	3	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 30	ECTS 1

Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 18	ECTS 0.5
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 10	ECTS 0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia	
	Projekt indywidualny	Projekt grupowy / praca w grupie
W1	x	x
W2	x	x
W3	x	x
U1	x	x
U2	x	x
K1		x
K2	x	x



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Seminarium dyplomowe		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Diploma seminar		
Kod przedmiotu UEPjRPS.28C.409.22	Rok / semestr 2 / 4	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 0 Ćwiczenia: 30	Liczba punktów ECTS 22	Blok zajęciowy C

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Zapoznanie z podstawową literaturą z zakresu przedmiotowego seminarium
C2	Zbudowanie warsztatu naukowego umożliwiającego przygotowanie pracy dyplomowej
C3	Wyrobienie umiejętności prezentacji poglądów i przemyśleń
C4	Przekazanie podstawowej wiedzy na temat sposobów pozyskiwania i rozliczania funduszy na realizację projektów naukowych i aplikacyjnych w zakresie towaroznawstwa

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	zna podstawowy dorobek teoretyczny z zakresu przedmiotowego seminarium	K2_W01, K2_W02
W2	zna zasady definiowania problemu badawczego i przygotowania pracy dyplomowej	K2_W10
W3	zna podstawowe metody badań naukowych z zakresu przedmiotowego seminarium, umożliwiające przygotowanie pracy dyplomowej	K2_W06, K2_W14
W4	zna podstawowe bazy danych bibliograficznych i statystycznych właściwe dla przedmiotowego seminarium	K2_W06, K2_W15
W5	ma podstawową wiedzę na temat sposobów pozyskiwania i rozliczania funduszy na realizację projektów naukowych i aplikacyjnych w zakresie towaroznawstwa	K2_W18
Umiejętności		
U1	potrafi przeprowadzić kwerendę literaturową i dokonać krytycznej oceny pozyskanych informacji	K2_U01, K2_U02, K2_U11, K2_U12
U2	potrafi zdefiniować problem badawczy, sformułować tezy, hipotezy lub cele badawcze, zaprojektować badania empiryczne lub teoretyczne	K2_U03, K2_U06, K2_U09, K2_U10, K2_U12

U3	potrafi przygotować pracę pisemną lub prezentację z zakresu przedmiotowego seminarium	K2_U12, K2_U13, K2_U14
Kompetencje społecznych		
K1	potrafi pracować w zespole	K2_K04
K2	postępuje etycznie i zgodnie z regulaminem studiów UEP	K2_K03

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Zasady przygotowania pracy dyplomowej	C2	W1, W2, U2, U3, K2
2.	Podstawowe bazy danych bibliograficznych i statystycznych właściwe dla przedmiotowego seminarium	C1	W4, U1
3.	Metodyka badawcza w zakresie przedmiotowym seminarium	C1, C2, C3	W1, W3, W4, U1, U2
4.	Dyskusja nad koncepcją pracy dyplomowej	C1, C2, C3	W1, W2, U1, U2, K1, K2
5.	Referowanie częściowych wyników badań	C1, C2, C3	W1, W2, W3, U2, K2
6.	Prezentacja tez pracy dyplomowej	C3	W1, W2, U2, U3, K2
7.	Podstawowe sposoby pozyskiwania i rozliczania funduszy na realizację projektów naukowych i aplikacyjnych w zakresie towaroznawstwa	C4	W5

Wymagania wstępne	Umiejętność obsługi edytorów tekstowych oraz arkuszy kalkulacyjnych (np. MS Word, MS Excel)
Metody nauczania	Seminarium, Dyskusja
Sposób zaliczenia	Esej / referat, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Przeprowadzenie badań, Przygotowanie prezentacji, prezentacja częściowych wyników badań

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w seminarium	30	
Przeprowadzenie badań empirycznych lub literaturowych	200	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	30	
Przygotowanie pracy dyplomowej	350	
Przygotowanie prezentacji multimedialnej	20	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 630	ECTS 22
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 60	ECTS 2
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 200	ECTS 8

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia				
	Esej / referat	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Przeprowadzenie badań	Przygotowanie prezentacji	prezentacja częściowych wyników badań
W1	x	x		x	x
W2	x	x	x	x	x
W3	x	x	x	x	x
W4	x	x		x	x
W5	x	x			x
U1	x	x	x	x	x
U2	x	x	x	x	x
U3	x	x	x	x	x
K1	x	x			x
K2	x	x	x	x	x



Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Wykład z praktykiem		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Practitioner's lectures		
Kod przedmiotu UEPjIRPS.28B.11987.22	Rok / semestr 2 / 4	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 30 Ćwiczenia: 0	Liczba punktów ECTS 2	Blok zajęciowy B

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Przekazanie wiedzy i nabycie umiejętności praktycznych związanych z zakresem kierunku studiów
C2	Zapoznanie się z praktykami rynkowymi i case studies z zakresu kierunku studiów

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Student zna i rozumie warunki i czynniki wpływające na podejmowania decyzji zawodowych związanych z kierunkiem studiów	K2_W04, K2_W05, K2_W06
W2	Student zna i rozumie metody i techniki realizacji zadań związanych z praktyką zawodową w jego obszarze kształcenia	K2_W01, K2_W02, K2_W03
Umiejętności		
U1	Student potrafi planować i kategoryzować zadania związane z praktyką zawodową w jego obszarze kształcenia	K2_U02, K2_U07, K2_U15
U2	Student dobiera rozwiązania i ocenia efektywność ekonomiczno-techniczną wybranych metod i technik rozwiązywania zadań występujących w praktyce zawodowej	K2_U05, K2_U07, K2_U10
Kompetencji społecznych		
K1	Student ma świadomość wpływu swojej aktywności zawodowej na otoczenie	K2_K02, K2_K03

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
-----	-------------------	---------------------------------	-----------------------------------

1.	Metody opracowywania i/lub ulepszania produktów / procesów w przedsiębiorstwie	C1, C2	W1, U2, K1
2.	Ocena wpływu produktu / procesu na otoczenie (praktyczne rozwiązania)	C1, C2	W1, U2, K1
3.	Metody kontroli produktów / procesów w przedsiębiorstwie (praktyczne rozwiązania)	C1, C2	W1, W2, U1, U2, K1
4.	Praktyczne rozwiązania w kształtowaniu i ocenie produktów / procesów w przedsiębiorstwie	C1, C2	W2, U1, K1

Wymagania wstępne	Brak
Metody nauczania	Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Analiza przypadków
Sposób zaliczenia	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w wykładach	30	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	30	
Łączny nakład pracy studenta		
	Liczba godzin 60	ECTS 2
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 60	ECTS 2
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 0	ECTS 0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia
	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
W1	x
W2	x
U1	x
U2	x
K1	x



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Zarządzanie cenami i dystrybucją kosmetyków		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Price strategy and distribution management of cosmetics		
Kod przedmiotu UEPjRP07S.28C.10284.22	Rok / semestr 2 / 4	Forma zaliczenia Egzamin
Specjalność Menedżer produktów kosmetycznych	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 15 Ćwiczenia: 30	Liczba punktów ECTS 4	Blok zajęciowy C

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Poznanie przez uczestników zajęć podstawowych strategii zarządzania cenami i kanałami dystrybucji produktów kosmetycznych
C2	Poznanie przez uczestników zajęć metod ustalania cen i metod pomiaru dostępności marki w kanałach dystrybucji produktów kosmetycznych
C3	Poznanie przez uczestników zajęć podstawowych metod pomiaru efektywności instrumentów ceny i dystrybucji produktów kosmetycznych
C4	Poznanie przez uczestników zajęć metod rozwiązywania problemów decyzyjnych z zakresu zarządzania cenami i dystrybucją produktów w przedsiębiorstwie handlowym

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Zna i rozumie podstawowe strategie cen i strategie dystrybucji produktów w przedsiębiorstwie handlowym.	K2_W07, K2_W11
W2	Posiada wiedzę na temat metod ustalania cen i metod pomiaru dostępności marki w kanałach dystrybucji.	K2_W07, K2_W11
W3	Zna metody rozwiązywania problemów decyzyjnych w zakresie zarządzania cenami i dystrybucją produktów w przedsiębiorstwie handlowym.	K2_W04, K2_W07, K2_W08, K2_W11
Umiejętności		
U1	Potrafi zidentyfikować i opisać strategie cen i strategie dystrybucji produktów w przedsiębiorstwie handlowym.	K2_U01
U2	Potrafi zidentyfikować i opisać metody ustalania cen i metody dostępności marki w kanałach dystrybucji.	K2_U02

U3	Potrafi dokonać analizy problemu decyzyjnego w zakresie zarządzania cenami i dystrybucją produktów w przedsiębiorstwie handlowym oraz zaproponować i uzasadnić sposób jego rozwiązania.	K2_U05, K2_U14
Kompetencje społecznych		
K1	Potrafi pracować indywidualnie i w zespole.	K2_K04

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Strategie zarządzania cenami	C1	W1, U1, K1
2.	Strategie zarządzania dystrybucją	C1	W1, U1, K1
3.	Struktury kanałów dystrybucji produktów Pośrednicy w kanałach dystrybucji	C1	W1, U1, K1
4.	Projektowanie kanałów dystrybucji Współdziałanie i konflikty w kanałach dystrybucji	C1, C2	W1, W2, U1, U2, K1
5.	Pomiar efektywności dystrybucji produktów	C3	W3, U3
6.	Metody ustalania cen	C2	W2, U2, K1
7.	Analiza rentowności sprzedaży	C3, C4	W3, U3, K1

Wymagania wstępne	
Metody nauczania	Analiza tekstów , Metoda projektów , Burza mózgów, Wykład konwencjonalny, Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Analiza przypadków, Rozwiązywanie zadań, Metody e-learningowe
Sposób zaliczenia	Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami, Egzamin ustny, Sprawdzian ustny, Przygotowanie prezentacji, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w wykładach	15	
Uczestnictwo w ćwiczeniach	30	
Uczestnictwo w egzaminie	1	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	1	
Przygotowanie do ćwiczeń	15	
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	10	
Przygotowanie do egzaminu	15	
Przygotowanie projektu	15	
Przygotowanie prezentacji multimedialnej	15	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 117	ECTS 4

Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 47	ECTS 1.5
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 45	ECTS 1.5

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia					
	Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami	Egzamin ustny	Sprawdzian ustny	Przygotowanie prezentacji	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt grupowy / praca w grupie
W1	x	x	x	x	x	x
W2	x	x	x	x	x	x
W3	x	x	x	x	x	x
U1	x		x	x	x	x
U2	x		x	x	x	x
U3	x		x	x	x	x
K1				x	x	x



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Alergeny żywności i kosmetyków		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim The allergens in food and cosmetics		
Kod przedmiotu UEPjRPS.28B.12040.22	Rok / semestr 2 / 4	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Do wyboru
Godziny Wykłady: 30 Ćwiczenia: 0	Liczba punktów ECTS 2	Blok zajęciowy B

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Zapoznanie studentów z problematyką występowania i oznaczania alergenów w produktach spożywczych i kosmetykach w aspekcie zapewnienia bezpieczeństwa żywności, kształtowania i ochrony jakości produktów i usług gastronomicznych oraz kosmetycznych
C2	Zapoznanie z charakterystyką alergenów, ich źródłami w produktach oraz regulacjami prawnymi
C3	Zapoznanie z metodami bioinformatycznymi, fizykochemicznymi, immunoenzymatycznymi oraz technikami biologii molekularnej wykorzystywanymi w badaniach naukowych, analityce przemysłowej w celu zapewnienia bezpieczeństwa produktów spożywczych i kosmetycznych oraz metodami obniżenia alergenicności produktów spożywczych i kosmetycznych
C4	Przygotowanie do opracowania i przedstawienia w języku polskim pracy opisowej na uzgodniony z wykładową temat. Praca dotyczyć będzie zagadnień związanych z alergenami żywności i kosmetyków na podstawie informacji zebranych z różnych źródeł wykorzystując język fachowy w zakresie towaroznawstwa
C5	Przygotowanie do opracowania i przedstawienia w języku polskim pracy opisowej na uzgodniony z wykładową temat. Praca dotyczyć będzie zagadnień związanych z alergenami żywności i kosmetyków na podstawie informacji zebranych z różnych źródeł wykorzystując język fachowy w zakresie towaroznawstwa

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Student definiuje i objaśnia podstawowe pojęcia związane z alergenami	K2_W01, K2_W02, K2_W08, K2_W09, K2_W11
Umiejętności		
U1	Posługuje się językiem fachowym/właściwym dla dyscypliny towaroznawstwa; czyta ze zrozumieniem literaturę fachową w języku polskim oraz nieskomplikowane teksty naukowe w języku angielskim	K2_U01

U2	Charakteryzuje alergeny żywności i kosmetyków, wymienia ich źródła pochodzenia; odnosi je do regulacji prawnych	K2_U01, K2_U03, K2_U05, K2_U07
U3	Argumentuje korzyści i ograniczenia wynikające z zastosowania metod oznaczania alergenów w żywności i kosmetyków	K2_U02, K2_U05, K2_U07
U4	Ilustruje wybranymi przykładami możliwości obniżania alergenicności produktów	K2_U01, K2_U03, K2_U07
Kompetencje społecznych		
K1	Podjmuje wyzwanie samodzielnego rozwijania się w zakresie towaroznawstwa	K2_K01, K2_K03, K2_K05
K2	Student w czasie prezentacji pracy opisowej w języku polskim dotyczącej zagadnień związanych z alergenami żywności i kosmetyków przygotowanej na podstawie informacji zebranych z różnych źródeł dba o język fachowy w zakresie towaroznawstwa, identyfikuje problemy, wyraża swoje sądy, broni swoich argumentów oraz wyjaśnia zagadnienia tematyczne w sposób zrozumiały dla osób nie posługujących się językiem fachowym.	K2_K01, K2_K03, K2_K04, K2_K05

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Wprowadzenie do alergologii. Alergie, alergeny, biologicznie aktywne peptydy i białka	C1, C2	W1, K1, K2
2.	Kształtowanie i ochrona jakości produktu - programy antyalergenne	C1, C2, C3, C5	U2, U3, K1, K2
3.	Alergeny pochodzenia roślinnego i zwierzęcego	C1, C2, C3, C4, C5	W1, U1, U2, K1
4.	Procesy technologiczne jako źródło alergenów	C2, C3, C5	W1, U1, U2, K1
5.	Alergeny w kosmetykach i lekach. Alergeny tworzyw sztucznych i metali	C2, C3, C5	W1, U1, U2, K1
6.	Aspekty prawne, znakowanie obecności alergenów w produktach.	C2, C3, C5	U1, U2, K1
7.	Charakterystyka alergenów	C1, C2, C3, C5	W1, U1, U3, K1
8.	Alergeny pochodzenia mikrobiologicznego	C2, C3, C5	W1, U1, U3, K1
9.	Zanieczyszczenia krzyżowe, wektory przenoszenia alergenów, środki kontroli i nadzoru	C2, C3	U1, U3, U4, K1
10.	Biologiczne metody wykrywania alergenów	C2, C3, C4, C5	U2, U3, U4, K1
11.	Wykorzystanie metody ELISA i PCR do wykrywania alergenów	C1, C2, C3, C5	U1, U2, U3, U4, K1
12.	Fizykochemiczne metody wykrywania alergenów	C4, C5	U1, U4, K1
13.	Metody obniżania alergenicności produktów	C2, C3, C4, C5	U1, U2, U3, K1

Wymagania wstępne	Student ma wiedzę i umiejętności z zakresu podstaw biochemii, mikrobiologii, analizy chemicznej, chemii organicznej, fizyki
Metody nauczania	Wykład konwersatoryjny, Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Analiza przypadków
Sposób zaliczenia	Esej / referat, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt indywidualny, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w wykładach	30	
Przeprowadzenie badań literaturowych	10	
Przygotowanie projektu	15	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	2	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 57	ECTS 2
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 32	ECTS 1
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 15	ECTS 0.5

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia				
	Esej / referat	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt indywidualny	Projekt grupowy / praca w grupie	Przygotowanie prezentacji
W1	x	x	x		x
U1	x	x	x		x
U2	x	x	x		x
U3	x	x	x		x
U4	x	x	x		x
K1		x	x		x
K2	x	x	x	x	x



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Kierowanie zespołami ludzkimi		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Team management		
Kod przedmiotu UEPjRPS.28B.5318.22	Rok / semestr 2 / 4	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Do wyboru
Godziny Wykłady: 30 Ćwiczenia: 0	Liczba punktów ECTS 2	Blok zajęciowy B

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Poznanie przez studentów zasad rekrutacji pracowników
C2	Poznanie przez studentów zasad budowania skutecznych i efektywnych zespołów
C3	Poznanie przez studentów metod podnoszenia zaangażowania pracowników i rozwiązywania konfliktów w zespole
C4	Poznanie przez studentów metod oceny pracowniczej

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Student zna zasady rekrutacji pracowników.	K2_W07, K2_W08, K2_W09
W2	Student zna zasady budowania skutecznych i efektywnych zespołów.	K2_W07, K2_W08, K2_W09
W3	Student zna metody podnoszenia zaangażowania pracowników i rozwiązywania konfliktów w zespole.	K2_W07, K2_W08, K2_W09
W4	Student zna metody oceny pracowniczej.	K2_W07, K2_W08, K2_W09
Umiejętności		
U1	Student potrafi opracować narzędzia rekrutacji pracowników.	K2_U05
U2	Student potrafi zastosować zasady budowania skutecznych zespołów w praktyce	K2_U05
U3	Student potrafi zastosować w praktyce metody podnoszenia zaangażowania pracowników i rozwiązywania konfliktów w zespole.	K2_U05

U4	Student potrafi zaproponować metody oceny pracowniczej dla różnych organizacji.	K2_U05
Kompetencje społecznych		
K1	Potrafi współdziałać i pracować w grupie, przyjmując w niej różne role, ma świadomość odpowiedzialności za skutki społeczne swojej działalności oraz za bezpieczeństwo własne i zespołu	K2_K04

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Zasady rekrutacji pracowników. Profile kompetencyjne pracowników. Metody rekrutacji pracowników. Metody oceny i rozwoju pracowników	C1	W1, U1, K1
2.	Zasady budowania skutecznych i efektywnych zespołów. Rola lidera w zespole. Zespół a grupa - pracowników podstawowe różnice. Istota skuteczności zespołu i efektywności zespołu. Fazy formowania zespołu. Role członków zespołu. Metody oceny i podnoszenia skuteczności i efektywności zespołu	C2	W2, U2, K1
3.	Metody podnoszenia zaangażowania pracowników. Pomiar i ocena zaangażowania pracowników.	C3	W3, U3, K1
4.	Metody oceny pracowniczej	C4	W4, U4, K1
5.	Metody rozwiązywania konfliktów w zespole	C4	W4, U4, K1

Wymagania wstępne	
Metody nauczania	Burza mózgów, Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Analiza przypadków, Rozwiązywanie zadań
Sposób zaliczenia	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt indywidualny, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w wykładach	30	
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	10	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	3	
Przygotowanie prezentacji multimedialnej	10	
Przygotowanie projektu	5	
Zbieranie informacji do zadanej pracy	2	
Łączny nakład pracy studenta		
	Liczba godzin 60	ECTS 2
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 33	ECTS 1

Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 5	ECTS 0
---	--------------------	-----------

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia				
	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt indywidualny	Projekt grupowy / praca w grupie	Przygotowanie prezentacji
W1	x	x	x	x	x
W2	x	x	x	x	x
W3	x	x	x	x	x
W4	x	x	x	x	x
U1	x	x	x	x	x
U2	x	x	x	x	x
U3	x	x	x	x	x
U4	x	x	x	x	x
K1				x	x



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Marketing instytucji kultury		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Marketing instytucji kultury		
Kod przedmiotu UEPJRPS.28B.13136.22	Rok / semestr 2 / 4	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Do wyboru
Godziny Wykłady: 30 Ćwiczenia: 0	Liczba punktów ECTS 2	Blok zajęciowy B

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Zapoznanie studentów z podstawowymi pojęciami związanymi z sektorem kultury
C2	Przekazanie wiedzy na narzędzi komunikacji marketingowej wykorzystywanych przez instytucje kultury
C3	Wykształcenie umiejętności zaplanowania skutecznych działań marketingowych z uwzględnieniem specyfiki branży, celów oraz odbiorców

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Student ma wiedzę o komunikacji marketingowej instytucji kultury	K2_W07
W2	Student zna podstawowe definicje i pojęcia związane z sektorem kultury i instytucją kultury	K2_W07, K2_W08, K2_W16
W3	Student rozumie wpływ polityki na kreowanie strategii w obszarze kultury i marketingu kultury	K2_W07, K2_W09
Umiejętności		
U1	Student potrafi planować możliwości rozwoju strategii marketingowej instytucji kultury w oparciu o narzędzia promocji	K2_U01, K2_U03
U2	Student umiejętnie dobiera odpowiednie narzędzia promocji w odniesieniu do wybranych studiów przypadków oraz uzasadnia swój wybór	K2_U01, K2_U02, K2_U03, K2_U05
U3	Student potrafi dokonać analizy problemu decyzyjnego oraz zaproponować i uzasadnić sposób jego rozwiązania	K2_U01, K2_U02, K2_U03, K2_U04, K2_U05, K2_U06, K2_U07
Kompetencji społecznych		
K1	Student potrafi pracować indywidualnie i w zespole	K2_K02, K2_K04

K2	Student rozumie potrzebę uzupełniania i doskonalenia wiedzy oraz umiejętności	K2_K01, K2_K05
----	---	----------------

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Rynek kultury i jego specyfika. Zjawiska kulturowe w przestrzeni społecznej i gospodarczej.	C1	W2, U3
2.	Finansowanie instytucji kultury	C1	W3
3.	Polityka czy rynek - warunki funkcjonowania kultury	C1	K1
4.	Specyfika zarządzania marketingiem w kulturze	C2, C3	W3, U2, K2
5.	Formy promocji na rynku kultury i ich charakterystyka	C2, C3	U2
6.	Sponsoring w sektorze kultury	C2, C3	W1, U1
7.	Public Relations dla instytucji kultury	C2, C3	W1, U1
8.	Prasa, radio, telewizja - współpraca instytucji kultury z mediami	C2, C3	W1, W3, U1

Wymagania wstępne	Podstawowa wiedza z zakresu marketingu i komunikacji marketingowej
Metody nauczania	Metoda projektów , Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja
Sposób zaliczenia	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w wykładach	30	
Zbieranie informacji do zadanej pracy	5	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	5	
Przygotowanie projektu	15	
Przygotowanie prezentacji multimedialnej	5	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 60	ECTS 2
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 35	ECTS 1
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 15	ECTS 0.5

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia		
	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt grupowy / praca w grupie	Przygotowanie prezentacji
W1	x		
W2	x		
W3	x		
U1		x	
U2		x	
U3		x	
K1	x	x	x
K2	x	x	



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Merchandising		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Merchandising		
Kod przedmiotu UEPjRPS.28B.726.22	Rok / semestr 2 / 4	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Do wyboru
Godziny Wykłady: 30 Ćwiczenia: 0	Liczba punktów ECTS 2	Blok zajęciowy B

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Poznanie przez uczestników pojęcia i istoty merchandisingu jako techniki aktywizacji sprzedaży
C2	Poznanie przez uczestników prawidłowości zachowań zakupowych nabywców w punktach sprzedaży detalicznej jako przesłanki stosowania merchandisingu
C3	Poznanie przez uczestników technik merchandisingu handlowego
C4	Poznanie przez uczestników zasad zastosowania merchandisingu w systemie zarządzania przedsiębiorstwem handlowym
C5	Poznanie przez uczestników metod rozwiązania problemów decyzyjnych z zakresu merchandisingu w przedsiębiorstwie handlowym

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Zna i rozumie pojęcie oraz istotę merchandisingu jako techniki aktywizacji sprzedaży oraz zasady zastosowania merchandisingu w systemie zarządzania przedsiębiorstwem handlowym	K2_W04, K2_W06, K2_W07, K2_W11
W2	Posiada wiedzę na temat prawidłowości zachowań zakupowych nabywców w punktach sprzedaży detalicznej jako przesłanki stosowania merchandisingu oraz wiedzę na temat technik merchandisingu handlowego	K2_W04, K2_W06, K2_W07, K2_W11
W3	Zna metody rozwiązywania problemów decyzyjnych w zakresie merchandisingu w przedsiębiorstwie handlowym	K2_W04, K2_W06, K2_W07, K2_W11
Umiejętności		
U1	Potrafi zidentyfikować i opisać pojęcie oraz istotę merchandisingu jako techniki aktywizacji sprzedaży oraz zasady zastosowania merchandisingu w systemie zarządzania przedsiębiorstwem handlowym	K2_U01, K2_U02, K2_U03, K2_U05, K2_U07, K2_U12

U2	Potrafi zidentyfikować i opisać prawidłowości zachowań zakupowych nabywców w punktach sprzedaży detalicznej jako przesłanki stosowania merchandisingu oraz techniki merchandisingu handlowego	K2_U02, K2_U03, K2_U05, K2_U07, K2_U12
U3	Potrafi dokonać analizy problemu decyzyjnego w zakresie merchandisingu w przedsiębiorstwie handlowym oraz zaproponować i uzasadnić sposób jego rozwiązania	K2_U02, K2_U03, K2_U05, K2_U07, K2_U12
Kompetencji społecznych		
K1	Potrafi pracować indywidualnie i w zespole	K2_K02, K2_K04

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Pojęcie, geneza i istota merchandisingu	C1	W1, U1, K1
2.	Merchandising producenta i detalisty	C1	W1, U1, K1
3.	Merchandising jako technika aktywizacji sprzedaży	C1	W1, U1, K1
4.	Zachowania zakupowe nabywców indywidualnych w punktach sprzedaży detalicznej jako przesłanka stosowania merchandisingu	C2	W2, U2, K1
5.	Techniki merchandisingu handlowego. Sterowanie ruchem nabywców w sklepie.	C3	W2, U2, K1
6.	Zarządzanie powierzchnią sklepu.	C3	W2, U2, K1
7.	Rozmieszczenie towarów w obrębie regału. Ekspozycje promocyjne.	C3	W2, U2, K1
8.	Wizualne aspekty aranżacji sklepu	C3	W2, U2, K1
9.	Merchandising w systemie zarządzania przedsiębiorstwem handlowym.	C4	W1, U1, K1
10.	Merchandising jako element zarządzania kategorią produktów	C4	W1, U1, K1
11.	Organizacja działań merchandisingowych	C4	W1, U1, K1
12.	Ewaluacja działań merchandisingowych w przedsiębiorstwie handlowym	C4	W1, U1, K1
13.	Problemy decyzyjne w przedsiębiorstwie usługowym - identyfikacja i metody rozwiązywania	C5	W3, U3, K1

Wymagania wstępne	
Metody nauczania	Wykład konwencjonalny, Wykład konwersatoryjny, Wykład z prezentacją multimedialną, Analiza przypadków, Rozwiązywanie zadań
Sposób zaliczenia	Sprawdzian pisemny testowy, Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Projekt indywidualny, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*
---------------------------	--

Uczestnictwo w wykładach	30	
Przygotowanie projektu	20	
Przygotowanie prezentacji multimedialnej	10	
Łączny nakład pracy studenta		
	Liczba godzin 60	ECTS 2
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 30	ECTS 1
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 20	ECTS 0.5

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia				
	Sprawdzian pisemny testowy	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami	Projekt indywidualny	Projekt grupowy / praca w grupie	Przygotowanie prezentacji
W1	x	x	x	x	x
W2	x	x	x	x	x
W3	x	x	x	x	x
U1	x	x	x	x	x
U2	x	x	x	x	x
U3	x	x	x	x	x
K1			x	x	x



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Zarządzanie kategorią produktów		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Products category management		
Kod przedmiotu UEPjRPS.28B.10071.22	Rok / semestr 2 / 4	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Do wyboru
Godziny Wykłady: 30 Ćwiczenia: 0	Liczba punktów ECTS 2	Blok zajęciowy B

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Poznanie przez uczestników pojęcia „kategoria produktów” oraz istoty zarządzania kategorią produktów w przedsiębiorstwie handlowym
C2	Poznanie przez uczestników procesu zarządzania kategorią produktów w przedsiębiorstwach handlowych oraz zasad przygotowania do zarządzania kategorią produktów
C3	Poznanie przez uczestników strategii i taktyk kategorii produktów
C4	Poznanie przez uczestników zasad wdrożenia planu kategorii produktów i oceny wyników zarządzania kategorią produktów
C5	Poznanie przez uczestników metod rozwiązania problemów decyzyjnych z zakresu zarządzania kategorią w przedsiębiorstwie handlowym

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Zna i rozumie pojęcie „kategoria produktów” oraz istotę zarządzania kategorią produktów w przedsiębiorstwie handlowym. Posiada wiedzę na temat procesu zarządzania kategorią produktów w przedsiębiorstwach handlowych i zasad przygotowania do zarządzania kategorią produktów	K2_W02, K2_W09, K2_W11
W2	Posiada wiedzę na temat strategii i taktyk kategorii produktów oraz zasad wdrożenia planu kategorii produktów i oceny wyników zarządzania kategorią produktów	K2_W02, K2_W09, K2_W11
W3	Zna metody rozwiązywania problemów decyzyjnych w zakresie zarządzania kategorią produktów w przedsiębiorstwie handlowym	K2_W02, K2_W09, K2_W11
Umiejętności		

U1	Potrafi zidentyfikować i opisać pojęcie „kategoria produktów”, „zarządzania kategorią produktów” oraz proces zarządzania kategorią produktów w przedsiębiorstwach handlowych i zasady przygotowania do zarządzania kategorią produktów	K2_U01, K2_U12
U2	Potrafi zidentyfikować i opisać strategię i taktyki kategorii produktów oraz zasady wdrożenia planu kategorii produktów i dokonać oceny wyników zarządzania kategorią produktów	K2_U01, K2_U02, K2_U05, K2_U12
U3	Potrafi dokonać analizy problemu decyzyjnego w zakresie zarządzania kategorią produktów w przedsiębiorstwie handlowym oraz zaproponować i uzasadnić sposób jego rozwiązania	K2_U01, K2_U02, K2_U03, K2_U04, K2_U05, K2_U07, K2_U12
Kompetencje społecznych		
K1	Potrafi pracować indywidualnie i w zespole	K2_K04

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Pojęcie, geneza, istota i przesłanki zarządzania kategorią produktów	C1	W1, U1, K1
2.	Zarządzanie kategorią produktów - perspektywa producenta i detalisty	C1	U1, K1
3.	Proces zarządzania kategorią produktów	C2	W1, U1, K1
4.	Zachowania zakupowe nabywców indywidualnych w punktach sprzedaży detalicznej jako przesłanka stosowania zarządzania kategorią	C2	W1, U1
5.	Segmentacja kategorii produktów	C3	W2, U2, K1
6.	Rola i ocena kategorii produktów	C3	W2, U2, K1
7.	Wyznaczanie celów kategorii produktów	C3	W2, U2, K1
8.	Strategia kategorii produktów	C3	W2, U2, K1
9.	Taktyki kategorii produktów	C3	W2, U2, K1
10.	Wdrożenie planu kategorii produktów	C4	W2, U2, K1
11.	Weryfikacja i ocena kategorii	C4	W2, U2, K1
12.	Ryzyko, bariery i zagrożenia zarządzania kategorią	C5	W3, U3, K1
13.	Problemy decyzyjne zarządzania kategorią produktów w przedsiębiorstwie handlowym - identyfikacja i metody rozwiązywania	C5	W3, U3, K1

Wymagania wstępne	Ogólna wiedza z podstaw marketingu
Metody nauczania	Wykład konwencjonalny, Wykład z prezentacją multimedialną, Analiza przypadków
Sposób zaliczenia	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Projekt grupowy / praca w grupie

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w wykładach	30	
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	10	
Zbieranie informacji do zadanej pracy	10	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	10	
Łączny nakład pracy studenta		
	Liczba godzin 60	ECTS 2
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 40	ECTS 1.5
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 0	ECTS 0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia	
	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami	Projekt grupowy / praca w grupie
W1	x	x
W2	x	x
W3	x	x
U1	x	x
U2	x	x
U3	x	x
K1		x



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Komerccjalizacja produktu		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Product commercialization		
Kod przedmiotu UEPjIRP06S.28C.11954.22	Rok / semestr 2 / 4	Forma zaliczenia Egzamin
Specjalność Design i komercjalizacja produktu	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 15 Ćwiczenia: 15	Liczba punktów ECTS 3	Blok zajęciowy C

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Przekazanie wiedzy na temat zasad, procedur i modelowania procesów komercjalizacji produktu
C2	Wykształcenie umiejętności poszukiwania i krytycznej oceny realizowanych rozwiązań (modeli) w zakresie komercjalizacji produktu

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Zna i rozumie specyfikę komercjalizacji oraz podejmowania działań w komercjalizacji produktu	K2_W02
W2	Rozumie uwarunkowania rynkowe determinujące wybór modelu komercjalizacji i potrafi je krytycznie ocenić	K2_W02
Umiejętności		
U1	Rozpoznaje i opisuje przyjęte rozwiązania procesów komercjalizacji	K2_U01
U2	Analizuje i krytycznie ocenia uwarunkowania rynkowe oraz ich wpływ na przebieg procesu komercjalizacji	K2_U05
Kompetencje społecznych		
K1	Potrafi prezentować rozpoznane modele (rozwiązania) komercjalizacji oraz krytycznie je oceniać	K2_K01
K2	Uzasadnia (kryteria) dokonywanej oceny oraz potrafi o nich dyskutować	K2_K01

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
-----	-------------------	---------------------------------	-----------------------------------

1.	Komercjalizacja produktu jako proces rynkowy	C1	W1
2.	Determinanty procesu komercjalizacji w przedsiębiorstwie	C1	W2
3.	Proces komercjalizacji innowacji produktowych	C1	W1
4.	Modelowanie procesu komercjalizacji produktów	C2	U1, U2, K1, K2

Wymagania wstępne	Wiedza z zakresu marketingu, zachowań uczestników rynku, zarządzania strategicznego, podstawowa wiedza z zakresu towaroznawstwa przemysłowego i spożywczego
Metody nauczania	Metoda projektów , Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja
Sposób zaliczenia	Egzamin pisemny testowy, Projekt grupowy / praca w grupie

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w wykładach	15	
Uczestnictwo w ćwiczeniach	15	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	5	
Przygotowanie projektu	25	
Zbieranie informacji do zadanej pracy	15	
Uczestnictwo w egzaminie	2	
Przygotowanie do egzaminu	10	
Łączny nakład pracy studenta		
	Liczba godzin 87	ECTS 3
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela		
	Liczba godzin 37	ECTS 1
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym		
	Liczba godzin 40	ECTS 1.5

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia	
	Egzamin pisemny testowy	Projekt grupowy / praca w grupie
W1	x	
W2	x	
U1	x	x
U2	x	x

K1		x
K2		x



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Jakość i rozwój produktu

Nazwa przedmiotu Projektowanie doświadczeń klienta		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Customer experience design		
Kod przedmiotu UEPjIRP06S.28C.13458.22	Rok / semestr 2 / 4	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Design i komercjalizacja produktu	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Polski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 0 Ćwiczenia: 15	Liczba punktów ECTS 1	Blok zajęciowy C

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Zapoznanie z istotą i rolą doświadczeń klientów z kontakcie z przedsiębiorstwem/produktem/usługą.
C2	Zapoznanie z najważniejszymi metodami, technikami i narzędziami w procesie projektowania doświadczeń klientów.
C3	Przekazanie wiedzy o najważniejszych działaniach podejmowanych przez przedsiębiorstwo w kontekście dostarczania i zarządzania doświadczeniem klientów.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Student rozumie znaczenie doświadczeń klientów oraz zasady ich projektowania.	K2_W04, K2_W08
W2	Student charakteryzuje najważniejsze metody, techniki i narzędzia wykorzystywane w projektowaniu doświadczeń klientów.	K2_W06, K2_W11
W3	Student przedstawia działania przedsiębiorstwa w ramach dostarczania i zarządzania doświadczeniem klienta.	K2_W08, K2_W11
Umiejętności		
U1	Student opracowuje ścieżkę doświadczenia klienta.	K2_U05, K2_U15
U2	Student dobiera odpowiednie techniki i narzędzia służące do zaprojektowania doświadczenia klienta.	K2_U04, K2_U09
U3	Student planuje działania w ramach dostarczania i zarządzania doświadczeniem klientów.	K2_U01, K2_U04
Kompetencje społecznych		
K1	Student jest zdolny do podjęcia odpowiednich działań w kontekście projektowania i dostarczania doświadczeń klientów.	K2_K02, K2_K03

K2	Student jest zorientowany na kreatywne podejście do rozwiązywania problemów.	K2_K01
----	--	--------

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Istota doświadczenia klienta.	C1	W1
2.	Proces projektowania doświadczeń klientów.	C1	W1, U1, K1
3.	Podstawowe metody, techniki i narzędzia w projektowaniu doświadczeń klientów.	C2	W2, U2, K2
4.	Dostarczanie i zarządzanie doświadczeniem klienta.	C3	W3, U3, K1, K2

Wymagania wstępne	Podstawowa wiedza z marketingu
Metody nauczania	Metoda projektów , Burza mózgów, Wykład konwersatoryjny, Dyskusja, Analiza przypadków
Sposób zaliczenia	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w ćwiczeniach	15	
Przygotowanie projektu	10	
Przygotowanie prezentacji multimedialnej	2	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 27	ECTS 1
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 15	ECTS 0.5
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 25	ECTS 1

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia		
	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt grupowy / praca w grupie	Przygotowanie prezentacji
W1	x		
W2		x	
W3	x		x

U1		x	
U2		x	
U3	x		
K1	x		x
K2	x		x