|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **UNIWERSYTET MORSKI W GDYNI**  **Wydział Zarządzania i Nauk o Jakości** | https://umg.edu.pl/sites/default/files/zalaczniki/wznj-02_0.png |

**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Kod przedmiotu |  | Nazwa przedmiotu | w jęz. polskim | **PROJEKTOWANIE I KOMERCJALIZACJA PRODUKTÓW** |
| w jęz. angielskim | **DESIGN AND COMMERCIALIZATION OF PRODUCTS** |

|  |  |
| --- | --- |
| Kierunek | **Nauki o Jakości** |
| Specjalność | **Menedżer Produktu** |
| Poziom kształcenia | **studia pierwszego stopnia** |
| Forma studiów | **niestacjonarne** |
| Profil kształcenia | **ogólnoakademicki** |
| Status przedmiotu | **obowiązkowy** |
| Rygor | **zaliczenie** |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Semestr studiów** | **Liczba punktów ECTS** | **Liczba godzin w tygodniu** | | | | **Liczba godzin w semestrze** | | | |
| **W** | **C** | **L** | **P** | **W** | **C** | **L** | **P** |
| V | 4 |  |  |  |  | 18 | 9 |  | 9 |
| **Razem w czasie studiów** | | | | | | **36** | | | |

|  |
| --- |
| **Wymagania w zakresie wiedzy, umiejętności i innych kompetencji** |
| Brak wymagań wstępnych. |

|  |
| --- |
| **Cele przedmiotu** |
| Poznanie pojęć związanych z rynkowym znaczeniem projektowania i skuteczną komercjalizacją produktu, opanowanie umiejętności posługiwania się nimi oraz przygotowanie do efektywnego projektowania i komercjalizacji nowych produktów. |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Osiągane efekty uczenia się dla przedmiotu (EKP)** | | | | | | |
| **Symbol** | **Po zakończeniu przedmiotu student:** | | | | | **Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się** |
| EKP\_01 | zna podstawowe pojęcia dotyczące projektowania, rozwoju i komercjalizacji nowych produktów. | | | | | NK\_W04, NK\_W09 |
| EKP\_02 | zna wybrane modele rozwoju nowych produktów. | | | | | NK\_W06 |
| EKP\_03 | potrafi analizować i oceniać różnorodne rozwiązania w zakresie gromadzenia  i selekcji idei dotyczących projektowania i rozwoju nowych produktów. | | | | | NK\_W07, NK\_W09, NK\_U03 |
| EKP\_04 | potrafi poszukiwać i wskazywać możliwości wykorzystania testów rynkowych dla realizacji różnych koncepcji nowych produktów. | | | | | NK\_W06, NK\_W08, NK\_W09, NK\_K04 |
| EKP\_05 | umie przeprowadzać podstawowe analizy w zakresie prac B+R. | | | | | NK\_W04, NK\_U05, NK\_U06, NK\_U07 |
| EKP\_06 | potrafi projektować poszczególne elementy struktury nowych produktów, komentować zaproponowane rozwiązania aplikacyjne. | | | | | NK\_W07, NK\_W09, NK\_K03 |
| EKP\_07 | potrafi organizować proces badawczy w zakresie testowania serii próbnej nowych produktów. | | | | | NK\_U02, NK\_U03, NK\_U04, NK\_U7 |
| EKP\_08 | potrafi przeprowadzić proces projektowania i komercjalizacji produktu. | | | | | NK\_U04, NK\_U05, NK\_U07, NK\_K02, NK\_K03 |
| **Treści programowe** | | **Liczba godzin** | | | | **Odniesienie do EKP** |
| **W** | **C** | **L** | **P** |
| Nowy produkt i uwarunkowania dotyczące projektowania, wdrażania, rozwoju i komercjalizacji nowych produktów jego rozwoju. | | 2 | 1 |  |  | EKP\_01, EKP\_02 |
| Wybrane modele rozwoju nowego produktu i ich charakterystyka. | | 2 | 1 |  |  | EKP\_01, EKP\_02 |
| Istota innowacyjności i jej cele. Organizacja systemu innowacji. | | 2 | 0,5 |  |  | EKP\_01, EKP\_02 |
| Symulowanie innowacyjności, pobudzanie kreatywności, modele procesu innowacji, techniki stymulujące kreatywność. | | 1 | 0,5 |  |  | EKP\_01, EKP\_02, EKP\_03 |
| Poszukiwanie i selekcja idei nowych produktów. Zarządzanie innowacjami. Przedsiębiorstwo innowacyjne | | 3 | 1,5 |  |  | EKP\_03 |
| Wdrażanie innowacji. Akceptacja nowych produktów żywnościowych | | 2 | 1 |  |  | EKP\_01, EKP\_03, EKP\_04, EKP\_05 |
| Komercjalizacja produktu jako proces rynkowy. Opracowanie i testowanie koncepcji nowego produktu. Analiza ekonomiczno-finansowa. | | 1 | 0,5 |  |  | EKP\_04,EKP\_05, EKP\_06 |
| Konsument jako czynnik warunkujący proces komercjalizacji produktów żywnościowych | | 1 | 0,5 |  |  | EKP\_01, EKP\_02, EKP\_03, EKP\_04 |
| Kluczowe elementy komercjalizacji produktu. Anatomia marki produktu. | | 1 | 1 |  |  | EKP\_01, EKP\_02, EKP\_03 |
| Opakowanie jako instrument marketingu. Projektowanie opakowań produktów. Opakowanie w świetle wymogów prawa, wymagań społecznych i ekonomicznych. | | 1 | 0,5 |  |  | EKP\_01, EKP\_02, EKP\_03 |
| Testowanie serii próbnej nowych produktów. Wybrane aspekty zarządzania produktami w firmie. | | 1 | 0,5 |  |  | EKP\_01, EKP\_02, EKP\_07 |
| Projekt nowego produktu oraz jego komercjalizacji. | | 1 | 0,5 |  | 9 | EKP\_01, EKP\_07, EKP\_08 |
| **Łącznie godzin** | | **18** | **9** |  | **9** |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Metody weryfikacji efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | | |
| **Symbol EKP** | **Test** | **Egzamin ustny** | **Egzamin pisemny** | **Kolokwium** | **Sprawozdanie** | **Projekt** | **Prezentacja** | **Zaliczenie praktyczne** | **Inne** |
| EKP\_01 |  |  |  | X |  |  |  |  |  |
| EKP\_02 |  |  |  | X |  |  |  |  |  |
| EKP\_03 |  |  |  | X |  |  |  |  |  |
| EKP\_04 |  |  |  | X |  |  |  |  |  |
| EKP\_05 |  |  |  | X |  |  |  |  |  |
| EKP\_06 |  |  |  | X |  |  |  |  |  |
| EKP\_07 |  |  |  | X |  |  |  |  |  |
| EKP\_08 |  |  |  |  |  | X | X |  |  |

|  |
| --- |
| **Kryteria zaliczenia przedmiotu** |
| Zaliczenie wykładu: trzy pozytywnie zaliczone kolokwia (co najmniej 60% punktów możliwych do zdobycia).  Zaliczenie ćwiczeń: zaliczone zadania rozwiązywane w grupach (co najmniej 75% punktów możliwych do zdobycia).  Zaliczenie projektu: prezentacja z poprawnie przeprowadzonym procesem zaprojektowania produktu oraz jego komercjalizacji. |

Uwaga: student otrzymuje ocenę powyżej dostatecznej, jeżeli uzyskane efekty kształcenia przekraczają wymagane minimum.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Nakład pracy studenta** | | | | | |
| **Forma aktywności** | **Szacunkowa liczba godzin przeznaczona na zrealizowanie aktywności** | | | | |
| **W** | **C** | **L** | | **P** |
| Godziny kontaktowe | 18 | 9 |  | | 9 |
| Czytanie literatury | 12 | 5 |  | | 5 |
| Przygotowanie do zajęć ćwiczeniowych, laboratoryjnych, projektowych |  | 5 |  | | 6 |
| Przygotowanie do egzaminu, zaliczenia | 10 | 6 |  | |  |
| Opracowanie dokumentacji projektu/sprawozdania |  |  |  | | 7 |
| Uczestnictwo w zaliczeniach i egzaminach | 2 |  |  | |  |
| Udział w konsultacjach | 2 | 2 |  | | 2 |
| **Łącznie godzin** | **44** | **27** |  | | **29** |
| **Sumaryczna liczba godzin dla przedmiotu** | **100** | | | | |
| **Sumaryczna liczba punktów ECTS dla przedmiotu** | **4** | | | | |
|  | **Liczba godzin** | | | **ECTS** | |
| Obciążenie studenta związane z zajęciami praktycznymi | 56 | | | 2 | |
| Obciążenie studenta na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich | 44 | | | 2 | |

|  |
| --- |
| **Literatura podstawowa** |
| Sojkin B., *Komercjalizacja produktów żywnościowych*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne. Warszawa 2012  Rutkowski I.P., *Rozwój nowego produktu. Metody i uwarunkowania*, PWE, Warszawa 2007  Rutkowski I.P., *Strategie produktu*, PWE, Warszawa 2011  Sojkin B. ( red.), *Zarządzanie produktem*, PWE, Warszawa 2003  Zalewski R.I., *Zarządzanie jakością w produkcji żywności*, Akademia Ekonomiczna, Poznań. 2002  Earle M., Earle R., Anderson A., *Opracowanie produktów spożywczych. Podejście marketingowe*, WNT, Warszawa 2007  Kall J., Sojkin B., *Zarządzanie produktem – teoria, praktyka, perspektywy*, PWE 2008  Łobejko S., Plinta D., Sosnowska A., *Strategie i modelowanie rozwoju produktów innowacyjnych*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne. Warszawa 2019  Knosala R, Boratyńska-Sala A., Jurczyk-Bunkowska M,. Moczała A., *Zarządzanie innowacjami*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne. Warszawa 2014  Lawley B., Schure P., *Zarządzanie produktem dla bystrzaków*, Wydawnictwo HELION, 2020 |
| **Literatura uzupełniająca** |
| Czajkowska K., Kowalska H., Piotrowski D., 2013. *Rola konsumenta w procesie projektowania nowych produktów spożywczych*, Zeszyty Problemowe Postępów Nauk Rolniczych, nr 575, 23–32  Czapski J., 2012*. Opracowywanie nowych produktów żywnościowych o charakterze prozdrowotnym*. Cz. I. Przem. Spoż. 66 (1), 32–34  Earle M., Earle R., Anderson A., *Opracowywanie produktów spożywczych. Podejście marketingowe*, WNT, Warszawa 2007  Górska-Warsewicz H., 2008. *Perspektywy rozwoju marek w sektorze żywnościowym w Polsce*. Zeszyty Naukowe SGGW, Problemy Rolnictwa Światowego 5, 7–14  Jeżewska-Zychowicz M., Jeznach M., Kosicka-Gębska M., *Akceptacja nowych produktów żywnościowych i jej uwarunkowania*, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2012  Jeżewska-Zychowicz M., *Nieznana żywność a postawy i zachowania konsumenta*, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2009  Jeżewska-Zychowicz M., Babisz Zielińska E., Laskowski W., *Konsument na rynku nowej żywności*, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2012  Kall J., *Silna marka. Istota i kreowanie*, PWE, Warszawa 2001  Korzeniowski A., Ankiel-Homa M., Czaja-Jagielska N.. *Innowacje w opakowalnictwie*, Wyd. Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Poznań 2011  Kubera G., *Stwórz jednorożca*, Wydawnictwo HELION, 2016  Lenart A., 2008a. *Projektowanie nowych produktów spożywczych*. Cz. I. Przem. Spoż. 62 (4), 2–7  Lenart A., 2008b. *Projektowanie nowych produktów spożywczych*. Cz. II. Przem. Spoż. 62 (5), 8–12  Olsen D., Metoda Lean Product, Wydawnictwo HELION, 2015  Pająk E., *Zarządzanie produkcją*. PWN, Warszawa2013  Panasiewicz M., Mazur J., Nadulski R., Zawiślak K., Sobczak P., 2014. *Wybrane aspekty innowacyjności oraz zasad i procedur opracowywania nowego produktu spożywczego*, Inżynieria Przetwórstwa Spożywczego 3/4, (11)  Świtalski W., *Innowacje i konkurencyjność*, Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2005 |

|  |  |
| --- | --- |
| **Osoba odpowiedzialna za przedmiot** | |
| dr inż. Agnieszka Palka | KZJ |
| **Pozostałe osoby prowadzące przedmiot** | |
|  |  |