|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **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 | **stacjonarne** |
| 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 | 2 | 1 |  | 1 | 30 | 15 |  | 15 |
| **Razem w czasie studiów** | | | | | | **60** | | | |

|  |
| --- |
| **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\_W02 |
| EKP\_02 | zna wybrane modele rozwoju nowych produktów. | | | | | NK\_W05 |
| EKP\_03 | potrafi analizować i oceniać różnorodne rozwiązania w zakresie gromadzenia  i selekcji idei dotyczących projektowania i rozwoju nowych produktów. | | | | | NK\_W06, NK\_U02 |
| EKP\_04 | potrafi poszukiwać i wskazywać możliwości wykorzystania testów rynkowych dla realizacji różnych koncepcji nowych produktów. | | | | | NK\_W04, NK\_K01, NK\_U06 |
| EKP\_05 | umie przeprowadzać podstawowe analizy w zakresie prac B+R. | | | | | NK\_W02, NK\_U06 |
| EKP\_06 | potrafi projektować poszczególne elementy struktury nowych produktów, komentować zaproponowane rozwiązania aplikacyjne. | | | | | NK\_U04, NK\_U10, NK\_K04 |
| EKP\_07 | potrafi organizować proces badawczy w zakresie testowania serii próbnej nowych produktów. | | | | | NK\_W02, NK\_U11 |
| EKP\_08 | potrafi przeprowadzić proces projektowania i komercjalizacji produktu. | | | | | NK\_W05, NK\_W09, NK\_U05, NK\_U07, NK\_K04 |
| **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. | | 4 | 2 |  |  | 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. | | 4 | 2 |  |  | EKP\_01, EKP\_02 |
| Symulowanie innowacyjności, pobudzanie kreatywności, modele procesu innowacji, techniki stymulujące kreatywność. | | 2 | 1 |  |  | EKP\_01, EKP\_02, EKP\_03 |
| Poszukiwanie i selekcja idei nowych produktów. Zarządzanie innowacjami. Przedsiębiorstwo innowacyjne | | 4 | 2 |  |  | 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. | | 2 | 1 |  |  | EKP\_04,EKP\_05, EKP\_06 |
| Konsument jako czynnik warunkujący proces komercjalizacji produktów żywnościowych | | 2 | 1 |  |  | EKP\_01, EKP\_02, EKP\_03, EKP\_04 |
| Kluczowe elementy komercjalizacji produktu. Anatomia marki produktu. | | 2 | 1 |  |  | EKP\_01, EKP\_02, EKP\_03 |
| Opakowanie jako instrument marketingu. Projektowanie opakowań produktów. Opakowanie w świetle wymogów prawa, wymagań społecznych i ekonomicznych. | | 2 | 1 |  |  | EKP\_01, EKP\_02, EKP\_03 |
| Testowanie serii próbnej nowych produktów. Wybrane aspekty zarządzania produktami w firmie. | | 2 | 1 |  |  | EKP\_01, EKP\_02, EKP\_07 |
| Projekt nowego produktu oraz jego komercjalizacji. | | 2 | 1 |  | 15 | EKP\_01, EKP\_07, EKP\_08 |
| **Łącznie godzin** | | **30** | **15** |  | **15** |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **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 | 30 | 15 |  | | 15 |
| Czytanie literatury | 10 | 5 |  | | 5 |
| Przygotowanie do zajęć ćwiczeniowych, laboratoryjnych, projektowych |  | 5 |  | | 7 |
| Przygotowanie do egzaminu, zaliczenia | 10 | 5 |  | |  |
| Opracowanie dokumentacji projektu/sprawozdania |  |  |  | | 5 |
| Uczestnictwo w zaliczeniach i egzaminach | 2 |  |  | |  |
| Udział w konsultacjach | 2 | 2 |  | | 2 |
| **Łącznie godzin** | **54** | **32** |  | | **34** |
| **Sumaryczna liczba godzin dla przedmiotu** | **120** | | | | |
| **Sumaryczna liczba punktów ECTS dla przedmiotu** | **4** | | | | |
|  | **Liczba godzin** | | | **ECTS** | |
| Obciążenie studenta związane z zajęciami praktycznymi | 66 | | | 2 | |
| Obciążenie studenta na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich | 68 | | | 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, Warszawa 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  Palka A., Newerli-Guz J., Wilczynska A., Rybowska A., Wawszczak S., Commercialization of traditional and regional products as innovation on the market, Proceedings of the 12th European Conference on Innovation and Entrepreneurship, Paris, France, Academic Conferences and Publishing International Limited Reading UK, 2017, s. 478-487.  Palka A., Newerli-Guz J., Wilczyńska A., Rybowska A., Innovations in Ice Cream Production in Baltic Sea Region, Proceedings of The 11th European Conference on Innovation and Entrepreneurship, Jyväskylä, Finland, Academic Conferences and Publishing International Limited Reading UK, 2016, s. 543-551.  Newerli-Guz J,. Palka A.,Creating entrepreneurial attitudes among students of the Faculty of Entrepreneurship and Commodity Science in Gdynia Maritime University, 13th European Conference on Innovation and Entrepreneurship, University of Aveiro, Proceedings of the 13th European Conference on Innovation and Entrepreneurship, University of Aveiro, Portugal, 2018, s. 526-534.  Palka A., 2020, The potential of ice cream made from goat’s milk in Polish market – preliminary research, Polish Journal of Commodity Science. Towaroznawcze Problemy Jakości, 4 (65), 76-82.  Palka A., 2020, Assesment of using mare’s milk in the production of ice cream – preliminary research, Innovations in food quality development. Innowacyjność w kształtowaniu jakości produktów żywnościowych. [Red. P. Dmowski], Wydawnictwo Uniwersytetu Morskiego w Gdyni, Gdynia, ISBN 978-83-7421-346-2, 117-126. |
| **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  oraz inne, nowe publikacje, przekazane studentom przez prowadzącą |

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