

KARTA SEMINARIUM DYPLOMOWEGO
licencjackiego/inżynierskiego/magisterskiego
rozpoczynającego się w semestrze ~~zimowym~~/letnim w roku akademickim
2024 / 2025

Kierunek studiów: Inżynieria Jakości
Forma studiów: studia ~~stacjonarne~~/niestacjonarne

Tematyka seminarium:	Inżynieria jakości – współczesne trendy w zarządzaniu organizacją
Prowadzący seminarium	Dr hab. inż. Przemysław Dmowski, prof. UMG
Katedra/Zakład:	Katedra Zarządzania Jakością
CHARAKTERYSTYKA TEMATYKI SEMINARIUM	
<p>Tematyka seminarium koncentruje się na współczesnym podejściu organizacji do problemów w zakresie zarządzania poprzez systemowe podejście do zagadnień zarządzania ryzykiem, zarządzania jakością, zarządzania środowiskiem czy zarządzania bezpieczeństwem informacji, które są integralną częścią wszystkich procesów realizowanych w organizacji, szczególnie wspomagając procesy podejmowania decyzji.</p> <p>W te zagadnienia wpisują się również kwestie związane z polityką energetyczną Unii Europejskiej i Polski. W ramach seminarium podnoszone będą kwestie polityki energetycznej UE i Polski ze szczególnym uwzględnieniem zagadnień bezpieczeństwa energetycznego, transformacji energetycznej oraz odnawialnych źródeł energii.</p> <p>Dodatkowo w centrum zainteresowania znajdują się kwestie związane z ustrukturyzowanym podejściem do projektowania wyrobów i procesów, m.in. poprzez wykorzystanie np. narzędzi jak: APQP, które poprzez usprawnienie komunikacji i współpracy pomiędzy działaniami inżynierskimi w organizacji, umożliwiają zaprojektowanie produktu spełniającego subiektywne i obiektywne oczekiwania dotyczące jakości współczesnego klienta (VOC).</p> <p>Generalnie tematyka seminarium będzie zorientowana na zagadnienia związane z wykorzystaniem współczesnych narzędzi (np. QFD, FMEA, SIX-SIGMA, LEAN, inne) do ograniczania ryzyka wystąpienia niepożądanych zmian w produktach i/lub procesach.</p> <p>Dodatkowymi tematami omawianymi w ramach seminarium będą kwestie oceny jakości produktów w procesach transportowych, kwestie analizy postaw konsumentów wobec jakości oraz działań podejmowanych przez przedsiębiorstwa, ze szczególnym uwzględnieniem neuromarketingu jako współczesnego narzędzia wpływania na zachowania konsumentów. Zaproponowano tematy związane z kształtowaniem, oceną, ochroną jakości i autentyczności produktów w całym cyklu ich życia oraz tematy z zakresu problematyki innowacji produktowych i marketingowych wdrażanych na rynku np. kawy, herbaty itp. Zainteresowani odnajdą również tematy z zakresu problematyki ekologicznej oraz systemów znakowania i identyfikacji wybranej grupy towarów.</p>	

PRZYKŁADOWE ZAGADNIENIA PORUSZANE W PRACACH

1. Inżynieria jakości jako trend w podejściu do kompleksowego zarządzania organizacją.
2. APQP (*Advanced Product Quality Planning*) jako narzędzie wspomagające komunikację i kooperację pomiędzy działaniami inżynierskimi inteligentnej organizacji w gospodarce 4.0.
3. SIX-SIGMA (lub inne narzędzie) jako narzędzie doskonalenia procesów wewnętrznych w firmie z branży ...
4. Dylematy związane z efektywnością energetyczną współczesnych przedsiębiorstw (SZE według ISO 50001:2018 vs. Ustawa o efektywności energetycznej).
5. Szanse i zagrożenia wynikające z wdrożenia i utrzymania przez organizację Systemu Zarządzania Energią ISO 50001:2018.
6. Polityka energetyczna państwa a realne wyzwania współczesnych organizacji.
7. Zarządzanie ryzykiem jako wsparcie dla procesu zarządzania w organizacji (np. przedsiębiorstwo produkcyjne, branża offshore, inne wskazane przez Studenta).
8. Trendy w OZE (ekonomiczne i energetyczne uwarunkowania funkcjonowania na rynku onshore vs. offshore, energetyka atomowa vs. technologie offshore wind).
9. Implementacja wyników analizy ryzyk i szans do doskonalenia system zarządzania jakością w organizacji.
10. Bezpieczeństwo informacji w kontekście współczesnych wyzwań – wdrażać czy nie wdrażać system zarządzania bezpieczeństwem informacji według wymagań normy ISO 27001.
11. Postawy konsumentów wobec np. kawy/herbaty w kontekście reklam ambientowych.
12. Wpływ treści zawartych w reklamach na decyzje zakupowe konsumentów np. kawy/herbaty.
13. Neuromarketing jako narzędzie kształtowania zachowań konsumentów.
14. Design management – innowacja czy standard w projektowaniu wyrobów?
15. Ekonomia behawioralna – racjonalne i irracjonalne czynniki warunkujące decyzje zakupowe.
16. Wieloatrybutowe modele postaw w badaniu mechanizmów decyzyjnych.
17. Ocena jakości innowacji produktowych np. w grupie wybranych produktów pochodzenia roślinnego (kawa, kakao, herbata, herbatki, itp.).
18. Jakość i bezpieczeństwo produktów importowanych na obszar Unii Europejskiej w kontekście systemu RASFF.
19. Propozycja Studenta.

DODATKOWE INFORMACJE

Potencjalnymi promotorami prac magisterskich mogą być:

dr inż. Marcin Pigłowski

dr inż. Agata Szkiel

dr inż. Joanna Wierzowiecka