

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:	Innowacyjne podejścia do zarządzania jakością w kontekście nowoczesnych technologii i zmieniających się potrzeb konsumentów
Prowadzący seminarium	dr hab. inż. Agnieszka Rybowska, prof. UMG
Katedra/Zakład:	Katedra Zarządzania Jakością
CHARAKTERYSTYKA TEMATYKI SEMINARIUM W dynamicznie zmieniającym się świecie współczesny konsument odgrywa kluczową rolę w kształtowaniu rynku, a zarządzanie jakością staje się podstawą sukcesu organizacji. Wzrost świadomości społecznej, rozwój nowych technologii oraz nowe trendy takie jak personalizacja, zrównoważony rozwój czy metawersum zmieniają oczekiwania klientów wobec produktów i usług. W ramach seminarium rozważane będą zagadnienia poświęcone analizie tych trendów, ale także takich innych zagadnień definiujących współczesny świat, rynek i konsumenta. Proponowane tematy dotyczą klienta i konsumenta, poznania ich potrzeb, postaw i zachowań oraz trendów, które je kształtują. Szczególny nacisk będzie położony na wpływ nowych technologii (np. AI) na zachowania rynkowe konsumentów oraz budowanie przewagi konkurencyjnej dzięki nowoczesnym systemom zarządzania jakością. Seminarium będzie okazją do pogłębienia wiedzy teoretycznej oraz zdobycia praktycznych umiejętności, które znajdą zastosowanie zarówno w pracy naukowej, jak i zawodowej.	
PRZYKŁADOWE TEMATY PRAC <ol style="list-style-type: none">1. Konsument w zmieniającym się środowisku zakupowym.2. Konsument wobec nowych trendów i produktów żywnościowych - badanie opinii, postaw i zachowań konsumentów.3. Wykorzystanie nowych technologii (np. AI, blockchain) w personalizowaniu doświadczeń zakupowych konsumentów.4. Wpływ technologii mobilnych na zachowania konsumentów - analiza nowoczesnych trendów zakupowych i żywieniowych.5. Wpływ mikrotrendów konsumenckich na personalizację ofert rynkowych i marketingowych.6. Pokolenie Z na rynku - analiza potrzeb i oczekiwań młodych konsumentów.7. Psychologiczne aspekty zachowań konsumenta. Znaczenie emocji w doświadczeniach rynkowych konsumentów.8. Działania marketingowe w opinii konsumentów (marketing sensoryczny, content marketing, marketing narracyjny, social media marketing, itp).9. Zrównoważony rozwój a decyzje zakupowe konsumentów.10. Produkty innowacyjne - projektowanie i ocena jakości produktów innowacyjnych, badanie opinii konsumentów na temat innowacji produktowych.	
DODATKOWE INFORMACJE Powyżej podano ogólne zagadnienia, a nie tematy prac. Pozwala to na szersze potraktowanie przedstawionych kwestii i dopasowanie tematyki prac do zainteresowań Studenta.	