



Innowacyjne produkty żywnościowe

Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Jakość i rozwój produktu Specjalność - Jednostka organizacyjna UEP Poziom kształcenia studia drugiego stopnia (po st. inżynierskich) Forma studiów stacjonarne Profil kształcenia ogólnoakademicki		Cykl dydaktyczny 2025/2026 Kod przedmiotu UEPJIRPS.42B.206037.25 Język wykładowy Polski Obligatoryjność Obowiązkowy Blok zajęciowy Blok B	
Osoba odpowiedzialna za treść sylabusu		Maria Sielicka-Różyńska	
Okres Semestr 2		Forma zaliczenia Egzamin Forma prowadzenia i godziny zajęć <ul style="list-style-type: none"> • Uczestnictwo w wykładach: 15 • Uczestnictwo w ćwiczeniach: 30 	
		Liczba punktów ECTS 4	

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Uzyskanie wiedzy dotyczącej projektowania innowacyjnych produktów żywnościowych
C2	Wykształcenie umiejętności planowania i realizowania zadań z wykorzystaniem technik i narzędzi właściwych dla poszczególnych etapów procesu projektowania innowacyjnych produktów żywnościowych
C3	Wykształcenie umiejętności sporządzania projektu etykiety oraz dokumentacji produktowej
C4	Rozwinięcie umiejętności pracy zespołowej

Cele kształcenia UEP

Kod	Treść celu
CS2_1.1	student krytycznie rozważa kwestie teoretyczne i praktyczne
CS2_1.2	student krytycznie ocenia alternatywy w celu wypracowania optymalnego rozwiązania
CS2_1.3	student rozumie najważniejsze aspekty wpływu makro- i mikrootoczenia na decyzje biznesowe
CS2_2.1	student wykorzystuje umiejętność budowania zespołu do realizacji zadań grupowych
CS2_2.2	student wykazuje umiejętności przywódcze i efektywnie pracuje w zespole
CS2_2.3	student przygotowuje prace pisemne i prezentacje ustne zgodnie ze standardami akademickimi
CS2_3.2	student rozumie społeczną odpowiedzialność biznesu i istotę zrównoważonego rozwoju

Wymagania wstępne

Podstawowa wiedza z zakresu nauk o jakości

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	Student wymienia i charakteryzuje kategorie nowych produktów żywnościowych oraz innowacje w projektowaniu produktów żywnościowych.	K2_W01	Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami
W2	Student charakteryzuje etapy projektowania żywności, ze szczególnym uwzględnieniem projektowania innowacyjnych produktów żywnościowych.	K2_W08	Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami
W3	Student identyfikuje prawne, środowiskowe, technologiczne i społeczne aspekty i ograniczenia w kreowaniu innowacyjnych produktów żywnościowych.	K2_W03, K2_W09	Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Przeprowadzenie badań, Projekt grupowy
Umiejętności			
U1	Student wykonuje zadania i rozwiązuje problemy typowe dla poszczególnych etapów projektowania innowacyjnych produktów żywnościowych.	K2_U04, K2_U09, K2_U14	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Przeprowadzenie badań, Projekt grupowy
U2	Student dokonuje analizy potrzeb otoczenia, przeprowadza analizę szans oraz szacuje ryzyko powodzenia procesu projektowania innowacyjnego produktu żywnościowego.	K2_U03, K2_U07	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Przeprowadzenie badań, Projekt grupowy
U3	Student przygotowuje projekt etykiety produktu oraz opracowuje dokumentację produktową.	K2_U02, K2_U09	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
U4	Student prezentuje wyniki grupowego projektu.	K2_U13	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Przygotowanie prezentacji, Projekt grupowy
Kompetencje społecznych			
K1	Student wykazuje inicjatywę i proponuje rozwiązania przy realizacji projektu, uwzględniając szanse i ryzyka planowanych przedsięwzięć.	K2_K02, K2_K03	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Definicja nowego produktu, kategorie nowych produktów żywnościowych. Innowacje w projektowaniu produktów żywnościowych.	C1	W1
2.	Etapy projektowania produktów żywnościowych.	C1	W2
3.	Proces tworzenia założeń dla innowacyjnego produktu żywnościowego. Określenie ram realizowanego projektu.	C2	U1
4.	Koncepcja innowacyjnego produktu żywnościowego - analiza potrzeb otoczenia. Uwarunkowania rynkowe, społeczne, prawne, technologiczne i środowiskowe, analiza szans oraz ryzyka powodzenia procesu projektowania produktu, ze szczególnym uwzględnieniem innowacyjnych produktów.	C2, C4	W3, U1, U2, K1
5.	Opracowanie innowacyjnych produktów żywnościowych w skali laboratoryjnej. Przygotowanie produktu podstawowego i wariantów opartych na reformulacji. Przegląd i wykorzystanie innowacyjnych surowców w procesie projektowania produktów.	C2, C4	U1, K1
6.	Optymalizacja jakości innowacyjnego produktu żywnościowego. Kształtowanie wartości odżywczej, cech organoleptycznych i fizykochemicznych.	C2, C4	U1, K1
7.	Rola i testowanie prototypów, planowanie i przeprowadzenie oceny jakości produktu. Ocena sensoryczna zaprojektowanych produktów.	C2, C4	U1, K1
8.	Przygotowanie propozycji opakowania produktu żywnościowego wraz z opracowaniem etykiety. Aktualne wytyczne w zakresie znakowania produktów żywnościowych. Możliwości i warunki stosowania oświadczeń żywieniowych i zdrowotnych.	C3, C4	W3, U3, K1
9.	Zasady opracowania i przygotowanie dokumentacji produktowej.	C3, C4	W3, U3, K1
10.	Ocena skuteczności i efektywności procesu projektowania innowacyjnego produktu żywnościowego. Weryfikacja założeń projektowych. Przygotowanie produktu do fazy wdrożenia.	C1, C4	W3, U4

Literatura

Obowiązkowa

1. Sielicka, M., i Samotyja, U. (2018). Legal, technological and sensory aspects of food design, w: Product & Process Management. Product Design and Management. Tichoniuk Mariusz (red.), s. 115-154.
2. Samotyja, U., Sielicka-Różyńska, M., Klimczak, I. (2020). Badania sensoryczne w ocenie jakości produktów, Wydawnictwo UEP.
3. Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) Nr 1169/2011 z 25 października 2011 r. w sprawie przekazywania konsumentom informacji na temat żywności. OJ L 304 z 22.11.2011.
4. Kształtowanie jakości żywności. Wybrane zagadnienia (2022). Małeczka, M., Samotyja, U., Wydawnictwo UEP.

Zalecana

1. Mruk-Tomczak, D. (2020). Zarządzanie procesem wprowadzania nowego produktu na rynek, w.: Zarządzanie procesami i produktami w organizacji. Matuszak-Flejszman A. (red.). Zarządzanie procesami i produktami w organizacji. Wybrane zagadnienia, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, s. 111-144.
2. O'Sullivan, M.G. (2017). A Handbook for Sensory and Consumer-Driven New Product Development. Woodhead Publishing, Elsevier.
3. Mruk, H., Pilarczyk, B. i Sławińska, M. (2020). Marketing. Koncepcje - strategie - trendy. Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu.

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

Metoda projektów , Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Analiza przypadków, Ćwiczenia laboratoryjne, Konsultacje z przedstawicielami praktyki gospodarczej

Metody nauczania	Sposób zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
Wykład	Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami	Warunki zaliczenia przedmiotu są podawane do wiadomości studentów przez prowadzącego na pierwszym wykładzie.
Ćwiczenia	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Przeprowadzenie badań, Przygotowanie prezentacji, Projekt grupowy	Warunki zaliczenia przedmiotu są podawane do wiadomości studentów przez prowadzącego na pierwszych ćwiczeniach.

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane aktywności
Uczestnictwo w wykładach	15
Uczestnictwo w ćwiczeniach	30
Przygotowanie do egzaminu	15
Uczestnictwo w egzaminie	1
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	4
Przygotowanie do ćwiczeń	15
Przeprowadzenie badań empirycznych lub literaturowych	15

Przygotowanie prezentacji multimedialnej	10	
Przygotowanie raportu	15	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 120	ECTS 4.0
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 50	ECTS 2.0
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 60	ECTS 2.0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Kierunkowe efekty uczenia się

Kod	Treść
K2_K02	absolwent jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy i uznawania jej znaczenia w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych oraz zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu
K2_K03	absolwent jest gotów do myślenia i działania w sposób kreatywny i przedsiębiorczy oraz poszukiwania nowych rozwiązań w zakresie jakości i rozwoju produktów z uwzględnieniem oceny szans i ryzyka planowanych przedsięwzięć
K2_U02	absolwent potrafi posługiwać się wybranymi standardami i normami oraz wykorzystać w sposób krytyczny zdobytą wiedzę w celu rozwiązania praktycznych problemów gospodarczych i podejmowania decyzji menedżerskich
K2_U03	absolwent potrafi pozyskiwać, analizować i interpretować pierwotne i wtórne dane empiryczne oraz wykorzystywać je w procesie kształtowania jakości i planowania rozwoju produktów w warunkach nie w pełni przewidywalnych
K2_U04	absolwent potrafi kreować innowacje produktowe oraz prognozować jakość i bezpieczeństwo produktów na etapie ich rozwoju z uwzględnieniem zasad projektowania uniwersalnego
K2_U07	absolwent potrafi dokonać analizy ekonomicznej proponowanych rozwiązań i podejmowanych działań z zakresu kreowania jakości i rozwoju produktu
K2_U09	absolwent potrafi zaprojektować produkt zgodnie z zadaną specyfikacją i z uwzględnieniem zasad projektowania uniwersalnego, analizując różne rozwiązania i proponując możliwości jego rozwoju
K2_U13	absolwent potrafi komunikatywnie wypowiadać się i przygotowywać prace pisemne oraz prezentacje dotyczące zagadnień właściwych dla kierunku studiów z wykorzystaniem specjalistycznej terminologii
K2_U14	absolwent potrafi kierować pracą zespołu lub podejmować wiodącą rolę w zespole, a także współdziałać z innymi osobami w ramach prac zespołowych, określając priorytety w podejmowanych działaniach
K2_W01	absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu wybrane fakty i zjawiska stanowiące zaawansowaną wiedzę z zakresu dyscyplin tworzących podstawy teoretyczne programu studiów dla kierunku studiów jakości i rozwój produktu
K2_W03	absolwent zna i rozumie znaczenie analizy społeczno-gospodarczych i środowiskowych trendów w zakresie jakości i rozwoju produktów oraz jej wpływ na prowadzenie działalności biznesowej właściwej dla kierunku studiów
K2_W08	absolwent zna i rozumie nowoczesne techniki i metody badawcze wykorzystywane do prognozowania jakości i bezpieczeństwa oraz kreowania innowacyjnych produktów
K2_W09	absolwent zna i rozumie zagadnienia związane z oddziaływaniem produktu i związanych z nim procesów technologicznych na środowisko, w tym w odniesieniu do celów zrównoważonego rozwoju

Ten utwór jest dostępny na licencji Creative Commons Uznanie autorstwa 4.0 Międzynarodowa (CC BY 4.0). Autor: Maria Sielicka-Różyńska