



Good product - tools for shaping consumers experience and education

Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

<p>Kierunek studiów Jakość i rozwój produktu</p> <p>Specjalność -</p> <p>Jednostka organizacyjna UEP</p> <p>Poziom kształcenia studia drugiego stopnia (po st. inżynierskich)</p> <p>Forma studiów stacjonarne</p> <p>Profil kształcenia ogólnoakademicki</p>		<p>Cykl dydaktyczny 2025/2026</p> <p>Kod przedmiotu UEPjIRPS.44B.206043.25</p> <p>Język wykładowy Angielski</p> <p>Obligatoryjność Do wyboru</p> <p>Blok zajęciowy Blok B</p>		
<p>Osoba odpowiedzialna za treść sylabusa</p>		Katarzyna Pawlak-Lemańska		
<p>Okres Semestr 3</p>		<p>Forma zaliczenia Zaliczenie</p> <p>Forma prowadzenia i godziny zajęć • Uczestnictwo w wykładach: 15</p>		<p>Liczba punktów ECTS 2</p>

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Uzyskanie wiedzy na temat interdyscyplinarnego i złożonego charakteru badań kształtowania postaw konsumentów
C2	Uzyskanie wiedzy na temat zaawansowanych metod i cyfrowych narzędzi służących rozwijaniu produktów w aspekcie kształtowania doświadczeń i edukacji ich użytkowników
C3	Wykształcenie umiejętności stosowania wybranych narzędzi w badaniach rozwojowych w aspekcie zrównoważonego rozwoju, na podstawie przykładów z praktyki rynkowej
C4	Wykształcenie umiejętności doboru odpowiednich narzędzi i aplikacji edukacyjnych dla konsumentów w zależności od ich potrzeb, na podstawie przykładów z praktyki rynkowej
C5	Wykształcenie postawy weryfikowania działań wpływających na doświadczenia i zachowania konsumentów w kontekście realizacji celów zrównoważonego rozwoju
C6	Osiągnięcie biegłości językowej na poziomie B2+ zgodnie ze skalą Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego w zakresie specjalistycznego słownictwa właściwego dla kierunku jakość i rozwój produktu

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_2.3	student przygotowuje prace pisemne i prezentacje ustne zgodnie ze standardami akademickimi
CS2_3.1	student rozumie i docenia, jak względy etyczne oraz zasady zrównoważonego rozwoju wpływają na decyzje biznesowe
CS2_3.2	student rozumie społeczną odpowiedzialność biznesu i istotę zrównoważonego rozwoju

Wymagania wstępne

Student posiada wiedzę i umiejętności z zakresu podstawowych metod stosowanych w badaniach dotyczących wielopłaszczyznowego rozwoju produktów, także z zakresu badań zachowań konsumentów.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	Student posiada wiedzę z zakresu nowych technologii, które wspomagają edukację użytkowników i kształtują społecznie pozytywne postawy.	K2_W01, K2_W03, K2_W09	Sprawdzian pisemny testowy, Esej / referat, Quiz na platformie moodle
W2	Student charakteryzuje wybrane metody i technologie stosowane w działaniach związanych z kształtowaniem produktu i jego marketingiem, które kształtują postawy konsumentów oraz wspomagają rozwój trendów rynkowych.	K2_W01, K2_W06	Sprawdzian pisemny testowy, Uczestnictwo w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Quiz na platformie moodle
Umiejętności			

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
U1	Student proponuje odpowiednią kombinację metod badawczych lub technologii do rozwiązania prostego problemu zaczerpniętego z praktyki rynkowej związanego z rozwojem produktu.	K2_U01, K2_U05, K2_U09	Sprawdzian pisemny testowy, Esej / referat, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Quiz na platformie moodle
U2	Student weryfikuje problem społeczny za pomocą odpowiednio dobranych narzędzi pomiarowych i wspomagających edukację i kształtowanie postaw użytkownika.	K2_U01, K2_U03, K2_U05	Sprawdzian pisemny testowy, Esej / referat, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Quiz na platformie moodle
U3	Student posługuje się językiem angielskim w stopniu umożliwiającym czytanie ze zrozumieniem i pisanie tekstów z zakresu jakości i rozwoju produktu oraz przygotowuje wystąpienia ustne w języku angielskim, dotyczące zagadnień z obszaru nauk o jakości	K2_U11	Sprawdzian pisemny testowy, Esej / referat, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
Kompetencje społecznych			
K1	Student postępuje zgodnie z zasadami odpowiedzialności społecznej przy wyborze użytecznych i edukacyjnych rozwiązań technologicznych.	K2_K01, K2_K04	Sprawdzian pisemny testowy, Esej / referat, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Quiz na platformie moodle

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Kształtowanie postaw konsumentów (użytkowników) w aspektach zrównoważonego rozwoju i konsumpcji. Rola organizacji konsumenckich w krajach UE.	C2, C3, C5, C6	W2, U1, U3, K1
2.	Metody badawcze i technologie cyfrowe wykorzystywane w badaniach konsumenckich. UI a UX i CX. Metody stosowane w testach użyteczności. Planowanie badań.	C1, C2, C4, C6	W1, U2, U3
3.	Prawodawstwo i praktyki w zakresie ochrony konsumentów. Młodzi / wrażliwi konsumenci - narzędzia promowania edukacji konsumenckiej. Rola reklamy w działaniach edukacyjnych - wady i zalety.	C2, C4, C5, C6	W1, U3, K1
4.	Znakowanie żywności, informacja produktowa, rola opakowania jako narzędzia informacyjne i edukacyjne. Technologie w projektowaniu i kształtowaniu produktu i jego dystrybucji w zrównoważonym łańcuchu. Dobra informacja jako narzędzie edukacyjne i kształtujące ścieżkę zakupową.	C1, C2, C3, C4, C5, C6	W1, W2, U2, U3, K1
5.	Platformy e-commerce - miejsca sprzedaży i edukacji konsumentów. Klasyfikacja platform, ich znaczenie handlowe, metody tworzenia i kontrola jakości treści produktowych. Syndykacja danych produktowych.	C1, C3, C5, C6	W2, U1, U2, U3, K1

Literatura

Obowiązkowa

1. Aktualna literatura naukowa dostarczona przez wykładowcę (studenci otrzymują listę publikacji na początku zajęć)
2. Varela Tomasco, P., Ares, G. (red.), Methods in Consumer Research, Volume I & Volume II, New Approaches to Classic Methods, (2018), London, Woodhead Publishing Series in Food Science, Technology and Nutrition, Elsevier, ISBN 978-0-08-102089-0
3. Flasiński, M., (2023) Wstęp do sztucznej inteligencji, wyd. 1, Warszawa, Wydawnictwo Naukowe PWN ISBN 978-83-01-19830-5
4. Lattanzi, A. (2022) Online platforms: new actors of the food chain, Qualification challenges and food information responsibilities, Wageningen, Wageningen Academic Publishers, the Netherlands ISBN978-90-8686-375-4
5. Loijens L.W.S. (red.) Augmented reality for food marketers and consumers (2021), Wageningen, Wageningen Academic Publishers, the Netherlands, ISBN 978-90-8686-299-3
6. Marsh J. (2024) UX dla biznesu. Jak projektować wartościowe firmy cyfrowe, Wydawnictwo Helion, ISBN 9788328912694
7. Mościchowska, I., Rogoś-Turek, B. (2015) Badania jako Podstawa Projektowania User Experience, Warszawa, Wydawnictwo Naukowe PWN ISBN 978-83-01-21324-4

Zalecana

1. Ankiel, M., Wojciechowska, P., Wiszumirska, K. (2020) Innowacje opakowaniowe na rynku produktów konsumpcyjnych, Poznań, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu ISBN 978-83-8211-093-7
2. Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. (2021) Marketing 5.0.Technologie NextTech, Warszawa, MT Biznes ISBN 978-83-823-1128-0
3. Lindstrom, M., (2009) BRANDSENSE, marketing 5 zmysłów, Gliwice, Wydawnictwo HELION, ISBN 978-83-246-1924-5
4. Pawlak-Lemańska, K. (2019) Dobór metod oceny wybranych cech jakościowych żywności, Poznań, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu ISBN 978-83-66199-19-4
5. Varela Tomasco, P., Ares, G. (2014) Novel Techniques in Sensory Characterization and Consumer Profiling, London, CRC Press ISBN-13: 9781466566293
6. Zastrożna, M. (2022) Google Analytics dla marketingowców, Gliwice, Wydawnictwo Helion ISBN 978-83-283-8375-3

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

Wykład konwersatoryjny, Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Analiza przypadków

Metody nauczania	Sposób zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
Wykład	Sprawdzian pisemny testowy, Esej / referat, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Quiz na platformie moodle	Warunki zaliczenia przedmiotu są podawane do wiadomości studentów przez prowadzącego na pierwszych zajęciach.

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane aktywności
Uczestnictwo w wykładach	15
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	10
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	10
Przygotowanie prezentacji multimedialnej	10

Przygotowanie referatu	10	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 55	ECTS 2.0
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 25	ECTS 1.0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Kierunkowe efekty uczenia się

Kod	Treść
K2_K01	absolwent jest gotów do wypełniania zobowiązań społecznych, mając świadomość roli eksperta ds. jakości i rozwoju produktu oraz odpowiedzialności za podejmowane decyzje
K2_K04	absolwent jest gotów do angażowania się w przedsięwzięcia o charakterze gospodarczym, społecznym i kulturowym, kierując się celami równoważonego rozwoju oraz zasadami inkluzywności
K2_U01	absolwent potrafi pozyskiwać, analizować, integrować i wykorzystywać informacje właściwe dla studiowanego kierunku z dostępnej literatury oraz wybranych baz danych, dokonywać ich syntezy, interpretacji i krytycznej oceny, a także wyciągać wnioski i formułować opinie
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_U05	absolwent potrafi planować i przeprowadzać badania dotyczące jakości i rozwoju produktu, w tym pomiary i symulacje oparte na wykorzystaniu metod i narzędzi cyfrowych, interpretować uzyskane wyniki i formułować na ich podstawie wnioski
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_U11	absolwent potrafi posługiwać się językiem obcym na poziomie B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego i specjalistycznym słownictwem właściwym dla kierunku studiów
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 jakość 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_W06	absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu metody i teorie z zakresu nauk społecznych, przyrodniczych i technicznych przydatne do formułowania i rozwiązywania zadań projektowych z zakresu zapewnienia jakości i rozwoju 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: Katarzyna Pawlak-Lemańska