



Rola zapachu w rozwoju produktów

Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

<p>Kierunek studiów Jakość i rozwój produktu</p> <p>Specjalność Menedżer rozwoju produktu</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 UEPjIRP11S.44C.206058.25</p> <p>Język wykładowy Polski</p> <p>Obligatoryjność Do wyboru</p> <p>Blok zajęciowy Blok C</p>	
<p>Osoba odpowiedzialna za treść sylabusu</p>	<p>Dorota Klensporf-Pawlik</p>	
<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 1</p>

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Uzyskanie wiedzy na temat budowy i funkcjonowania zmysłu węchu, jego roli w rozwoju produktu
C2	Zaznajomienie z psychologią zapachu, wpływem na zachowania, emocje, decyzje
C3	Zdobycie wiedzy na temat zapachów, dróg powstawania, budowy i właściwości, identyfikacji, wykorzystania w projektowaniu 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_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

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	Student objaśnia budowę i funkcjonowanie zmysłu węchu i jego rolę w rozwoju produktu.	K2_W01, K2_W06	Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
W2	Student tłumaczy wpływ zmysłu węchu na zachowania, emocje i decyzje konsumentów.	K2_W01, K2_W06	Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
W3	Student klasyfikuje zapachy i definiuje zasady prawne ich stosowania.	K2_W01, K2_W06	Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
Umiejętności			
U1	Student analizuje przydatność zapachów i zmysłu węchu w rozwoju produktu.	K2_U01, K2_U04	Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
Kompetencje społecznych			
K1	Student jest zorientowany na etyczne i odpowiedzialne wykorzystanie zmysłu węchu i zapachów w rozwoju produktu.	K2_K01, K2_K05	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Wprowadzenie do tematyki zmysłu węchu: budowa, funkcjonowanie układu węchowego, interdyscyplinarne pojęcie zapachu.	C1	W1, U1
2.	Zapachy, aromaty, związki lotne. Budowa, właściwości, prawne uwarunkowania stosowania.	C3	W3, U1, K1

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
3.	Psychologia zapachu: wpływ zapachu na emocje, zachowania i decyzje. Pamięć węchowa, preferencje zapachów, kulturowe i kontekstualne znaczenie zapachu.	C2	W2, U1, K1
4.	Zapach a percepcja wizualna i smakowa.	C2	W1, W2, U1
5.	Proces włączania zapachów do rozwoju produktu. Przykłady z branży kosmetycznej, spożywczej, tekstylnej.	C1, C2	U1, K1
6.	Aromamarketing w praktyce.	C1, C2	W2, U1, K1
7.	Innowacje w świecie zapachów, nowoczesne technologie pozyskiwania zapachów. Metody identyfikacji.	C3	U1, K1

Literatura

Obowiązkowa

1. Barwich, A-S. 2022. Węch. Co nos mówi umysłowi. Copernicus Center Press.
2. Szymusiak, H. 2021. Konsumenci z perspektywy neuronauki poznawczej. Wybrane zagadnienia. Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu.
3. Rozporządzenie 1334/2008 w sprawie środków aromatyzujących i niektórych składników żywności o właściwościach aromatyzujących do użycia w oraz na środkach spożywczych.
4. Skowronek, I. 2014. Zmysły dla zysku. Marketing sensoryczny w praktyce. Wydawnictwo Poltext.

Zalecana

1. Jeleń, H.H. 2012. Food flavors. Chemical, sensory and technological properties. CRC Press.
2. Deluga, W. 2012. Marketing zapachowy w praktyce. Problemy zarządzania, finansów i marketingu, 26, 25-42.
3. Bradford, K.D., Desrochers, D.M. 2010. The Use of Scents to Influence Consumers: The Sense of Using Scents to Make Cents. Journal of Business Ethics (2009) 90:141-153. DOI 10.1007/s10551-010-0377-5

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

Wykład konwencjonalny, Wykład z prezentacją multimedialną

Metody nauczania	Sposób zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
Wykład	Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	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
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	10

Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	5	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 30	ECTS 1.0
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 20	ECTS 0.5

* 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_K05	absolwent jest gotów do społecznie odpowiedzialnego i profesjonalnego pełnienia ról zawodowych, wykorzystywania wiedzy i umiejętności w zakresie jakości i rozwoju produktów z uwzględnieniem zmieniających się potrzeb społecznych, postępując zgodnie z zasadami etyki i dbając o dorobek i tradycje zawodu
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_U04	absolwent potrafi kreować innowacje produktowe oraz prognozować jakość i bezpieczeństwo produktów na etapie ich rozwoju z uwzględnieniem zasad projektowania uniwersalnego
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_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

Ten utwór jest dostępny na licencji Creative Commons Uznanie autorstwa 4.0 Międzynarodowa (CC BY 4.0). Autor: Dorota Klensporf-Pawlik