

Green Lean Management
Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Marketing Specjalność - Jednostka organizacyjna UEP Poziom kształcenia studia drugiego stopnia Forma studiów stacjonarne Profil kształcenia ogólnoakademicki		Cykl dydaktyczny 2025/2026 Kod przedmiotu UEPMS.28B.205929.25 Język wykładowy Angielski Obligatoryjność Do wyboru Blok zajęciowy Blok B	
Osoba odpowiedzialna za treść sylabusa		Aleksandra Kamińska-Witkowska	
Okres Semestr 4		Forma zaliczenia Zaliczenie Forma prowadzenia i godziny zajęć • Uczestnictwo w wykładach: 30	
		Liczba punktów ECTS 3	

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Uzyskanie wiedzy na temat założeń koncepcji Lean Management oraz Green Lean w kontekście eliminacji marnotrawstwa.
C2	Wykształcenie umiejętności identyfikacji i eliminacji marnotrawstwa środowiskowego z wykorzystaniem narzędzi Lean.
C3	Wykształcenie umiejętności zastosowania koncepcji Lean Management w Marketingu z uwzględnieniem czynników środowiskowych.
C4	Osiągnięcie biegłości językowej na poziomie B2+ zgodnie ze skalą Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego w zakresie specjalistycznego słownictwa właściwego dla kierunku Marketing.

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_3.1	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
CS2_3.3	student rozumie i docenia inne kultury oraz międzynarodową i społeczną różnorodność

Wymagania wstępne

- podstawowa wiedza z zakresu organizacji i zarządzania
- podstawowa wiedza z zakresu doskonalenia procesów

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	Opisuje założenia koncepcji Lean Management i Green Lean.	K2_W02, K2_W09	Sprawdzian pisemny testowy, Quiz na platformie moodle
W2	Opisuje pojęcie oraz rodzaje marnotrawstwa w organizacjach.	K2_W02, K2_W09	Sprawdzian pisemny testowy, Quiz na platformie moodle
W3	Charakteryzuje koncepcję Green and Lean marketing.	K2_W03, K2_W07, K2_W09	Sprawdzian pisemny testowy, Quiz na platformie moodle
Umiejętności			
U1	Rozpoznaje marnotrawstwo i proponuje sposoby jego eliminacji w organizacjach.	K2_U01, K2_U03	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Quiz na platformie moodle
U2	Interpretuje powiązania pomiędzy Lean Management, zrównoważonym rozwojem organizacji oraz Green Lean.	K2_U01, K2_U03	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Quiz na platformie moodle
U3	Przewiduje oddziaływanie na środowisko w działaniach marketingowych.	K2_U01, K2_U02, K2_U05	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Quiz na platformie moodle

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
U4	Potrafi posługiwać się językiem angielskim w stopniu umożliwiającym czytanie ze zrozumieniem i pisanie tekstów z zakresu zarządzania i marketingu oraz potrafi przygotować wystąpienia ustne w języku angielskim, dotyczące zagadnień z obszaru zarządzania i marketingu.	K2_U05, K2_U06	Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
Kompetencje społecznych			
K1	Wykazuje odpowiedzialność za promowanie zachowań etycznych w organizacji.	K2_K01, K2_K04	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
K2	Wykazuje odpowiedzialność za środowisko.	K2_K02, K2_K04	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
K3	Jest zorientowany na zrównoważone zarządzanie procesami w organizacji.	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.	Założenia oraz narzędzia koncepcji Lean Management.	C1, C4	W1, U2, U4, K1
2.	Marnotrawstwo w organizacjach i metody jego identyfikacji.	C1, C2, C4	W1, W2, U1, U4, K3
3.	Koncepcja Green Lean jako wsparcie zrównoważonego rozwoju organizacji.	C1, C2, C4	W1, W2, U1, U2, U4, K1, K2, K3
4.	Narzędzia Green Lean oraz korzyści ich stosowania.	C1, C2, C4	W1, W2, U1, U2, U4, K2, K3
5.	Green and Lean Marketing - optymalizacja i zrównoważony rozwój w Marketingu.	C3, C4	W3, U2, U3, U4, K2, K3

Literatura

Obowiązkowa

1. Czerska, J. (2014). Podstawowe Narzędzia Lean Manufacturing. Wydawnictwo LeanQ Team.
2. Dib, A. (2024). Lean marketing: more leads, more profit, less marketing. Page Two.
3. Liker, J.K. (2022). Droga Toyoty. 14 zasad zarządzania wiodącej firmy produkcyjnej świata. MT Biznes.
4. U.S. Environmental Protection Agency. (2007). Lean & Environment Toolkit.
5. U.S. Environmental Protection Agency. (2022). Environmental Benefits of Lean Methods.

Zalecana

1. Grant, J.T. (2020). Greener Marketing. John Wiley & Sons Inc.
2. Matuszak-Flejszman, A. (red.) (2022). Zarządzanie jakością. Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu.
3. Matuszak-Flejszman, A. (red.). (2023). Zarządzanie środowiskowe. Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu.
4. Payaro, A. (2016). Wastes and Tools in the Lean Marketing Strategy: An Exploratory Study in the Italian SMEs. Journal of Business and Economics, Vol. 7, No. 2, pp. 282-290.
5. U.S. Environmental Protection Agency. (2011). Lean, Energy & Climate Toolkit.

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

Analiza tekstów , Wykład konwersatoryjny, Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Gra dydaktyczna, Analiza przypadków

Metody nauczania	Sposób zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
Wykład	Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Quiz na platformie moodle	Zaliczenie od 51% uzyskanych punktów. Szczegółowe 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	30	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	15	
Zbieranie informacji do zadanej pracy	10	
Przygotowanie do ćwiczeń	15	
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	20	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 90	ECTS 3.0
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 45	ECTS 1.5

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Kierunkowe efekty uczenia się

Kod	Treść
K2_K01	absolwent jest gotów do krytycznej analizy posiadanej wiedzy i dostępnych informacji z zakresu marketingu, uznawania pierwszeństwa merytorycznej wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych oraz zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązywaniem problemu
K2_K02	absolwent jest gotów do wypełniania zobowiązań społecznych, podejmowania i współorganizowania działalności na rzecz środowiska społecznego
K2_K04	absolwent jest przygotowany do postępowania w życiu zawodowym w sposób etyczny i społecznie odpowiedzialny oraz wymaga tego od innych
K2_K05	absolwent jest gotów do wykorzystywania wiedzy marketingowej w życiu zawodowym, z uwzględnieniem zmieniających się potrzeb społecznych, w tym rozwijania nowych zawodów związanych z marketingiem i gospodarką cyfrową, podtrzymywania etosu zawodu marketingowca
K2_U01	absolwent potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę do formułowania i rozwiązywania złożonych problemów rynkowych oraz wykonywania zadań z obszaru zarządzania marketingowego
K2_U02	absolwent potrafi właściwie pozyskiwać, analizować i interpretować dane rynkowe i marketingowe oraz na ich podstawie tworzyć modele związane z zachowaniami podmiotów rynkowych w warunkach nie w pełni przewidywalnych
K2_U03	absolwent potrafi dobrać i zastosować właściwe metody i narzędzia wykorzystywane w marketingu, ze szczególnym uwzględnieniem metod i narzędzi cyfrowych, potrafi formułować i testować hipotezy związane z rozwiązywaniem problemów naukowych z obszaru handlu, marketingu i komunikacji rynkowej
K2_U05	absolwent potrafi sprawnie komunikować się z otoczeniem z użyciem specjalistycznej terminologii z zakresu marketingu w gospodarce cyfrowej
K2_U06	absolwent potrafi sprawnie posługiwać się językiem obcym na poziomie B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego
K2_W02	absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu wybrane tendencje rozwojowe i zjawiska charakteryzujące rynek, działania związane z zachowaniami podmiotów rynkowych oraz zależności występujące między nimi
K2_W03	absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu współczesne koncepcje marketingowe oraz modele i procesy zarządzania marketingowego na rynkach dóbr i usług
K2_W07	absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu zależności między marketingiem a zrównoważonym rozwojem
K2_W09	absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu możliwości tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości, ze szczególnym uwzględnieniem innowacji cyfrowych

Ten utwór jest dostępny na licencji Creative Commons Uznanie autorstwa 4.0 Międzynarodowa (CC BY 4.0). Autor: Aleksandra Kamińska-Witkowska