

Design i Komercjalizacja Produktu

W świecie globalnej konsumpcji i wyborów konsumentów napędzających koniunkturę sprzedaży produktów, design jest jednym z najbardziej potrzebnych przejawów ludzkiej kreatywności. Design upraszcza nasz świat – humanizuje sferę technologii, wyrobów i usług. Firmy, które to zrozumiały i wykorzystują ten zakres wiedzy, są z reguły motorem rozwoju współczesnej gospodarki. Jednak w dzisiejszych dynamicznych warunkach rynkowych nawet ciekawe i wartościowe produkty same się nie sprzedadzą. Potrzebują odpowiedniego wsparcia w momencie wprowadzania na rynek. A zatem sukces w dzisiejszych realiach biznesowych wymaga wiedzy na temat możliwości wykorzystania prawdziwego potencjału designu, a także umiejętności mądrego wprowadzania produktów na rynek.

Specjalność **Design i Komercjalizacja Produktu** to odpowiedź na potrzeby rynku w zakresie specjalistów rozumiejących rynkowe znaczenie designu i skutecznej komercjalizacji produktu, przygotowanych do efektywnego zarządzania tymi procesami.

Spotykane na rynku edukacji propozycje skupiają się na niezależnym kształceniu dwóch profili absolwentów – projektanta oraz menedżera, przygotowanych do myślenia zupełnie innymi kategoriami. Specjalność **Design i Komercjalizacja Produktu** w swoim programie łączy oba sposoby myślenia o produkcie.

Przedmioty specjalnościowe prowadzone są przez pracowników Katedry Marketingu Produktu oraz specjalistów z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości, którzy swoje zainteresowania badawczo-naukowe skupiają na szeroko rozumianym produkcie we wszystkich etapach jego cyklu życia. Uzupełniającą się wiedza i doświadczenie naukowe oraz praktyczne Wykładowców, dają podstawy do „mówienia” o dobrze zaprojektowanym produkcie i jego komercjalizacji w ujęciu kompleksowym. Dodatkowym atutem specjalności jest osadzenie jej w realiach nauk o jakości, co umożliwia studentom technologiczno-jakościowe spojrzenie na produkt, jego strukturę wartości i stronę funkcjonalną. Uzupełnienie wiedzy z obszaru designu i zarządzania produktem o przyrodnicze, technologiczne i ekonomiczne zagadnienia, daje studentom głębsze zrozumienie produktu, przekładając się na przewagę absolwenta na rynku pracy.

TEMATYCZNE OBSZARY KSZTAŁCENIA

Program specjalności realizowany jest przy wsparciu praktyków biznesu oraz specjalistów zawodowo zajmujących się projektowaniem produktów i ich oceną. Program obejmuje przedmioty z czterech bloków tematycznych:

- 1) Przedmioty kształtujące podstawy wiedzy ekonomiczno-marketingowej menedżera
- 2) Przedmioty poświęcone kształtowaniu różnych wymiarów wartości produktu
- 3) Przedmioty o tematyce technologiczno-jakościowej produktu
- 4) Przedmioty poświęcone stricte problemowi designu i komercjalizacji produktu

PROBLEMATYKA PORUSZANA W PROGRAMIE SPECJALNOŚCI:

- rozwój/innovacyjność produktów;
- design w budowaniu przewagi konkurencyjnej;
- zarządzanie designem w przedsiębiorstwie;
- budowanie i implementacja strategii produktu/marki;
- projektowanie przestrzeni rynkowej dla produktu/marki;
- komercjalizacja produktu/marki;

- zarządzanie produktem/marką;
- jakościowe aspekty rozwoju i zarządzania produktem.

POTENCJALNE MIEJSCA PRACY PO UKOŃCZENIU STUDIÓW NA SPECJALNOŚCI:

- przedsiębiorstwa w branżach kreatywnych;
- przedsiębiorstwa różnych branż (wytwórczych i usługowych) chcące budować przewagę konkurencyjną w oparciu o design;
- przedsiębiorstwa stawiające na innowacje;
- działy projektowe, badawcze, rozwoju produktu;
- agencje kreatywne (reklamowe, mediów, badawczo-rozwojowe);
- agencje konsultingowo-doradcze.