



Program studiów

Kierunek:	Design i komercjalizacja produktu
Poziom kształcenia:	studia drugiego stopnia
Forma studiów:	stacjonarne
Cykl kształcenia:	2026/2027

Spis treści

Charakterystyka kierunku	3
Wskaźniki programu	5
Efekty uczenia się	6
Plan studiów	8
Warunki realizacji programu studiów	13
Sylabusy	15

Charakterystyka kierunku

Informacje podstawowe

Nazwa kierunku:	Design i komercjalizacja produktu
Poziom:	studia drugiego stopnia
Profil:	ogólnoakademicki
Forma:	stacjonarne
Tytuł zawodowy nadawany absolwentom:	magister
Liczba godzin zajęć:	1200
Czas trwania studiów (liczba semestrów):	4
Liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów:	120
Język kształcenia:	język polski
Poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji:	poziom 7
Dyrektor studiów w zakresie:	nauk o jakości

Dziedzina/-y nauki, do której/-ych przyporządkowany jest kierunek studiów

Dziedzina nauk społecznych, Dziedzina nauk rolniczych, Dziedzina nauk inżynieryjno-technicznych

Przyporządkowanie kierunku do dziedzin oraz dyscyplin, do których odnoszą się efekty uczenia się

Nauki o zarządzaniu i jakości	54%
Technologia żywności i żywienia	19%
Inżynieria materiałowa	19%
Ekonomia i finanse	8%

Dyscyplina wiodąca

Nauki o zarządzaniu i jakości

Wskazanie związku z misją Uczelni i jej strategią rozwoju

Program studiów magisterskich na kierunku *design i komercjalizacja produktu* wpisuje się w misję i strategię rozwoju Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu zapewniając kształcenie liderów i liderów budujących lepszą rzeczywistość społeczno-gospodarczą, zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju, dbając jednocześnie o potrzeby i wymagania konsumentów. Trendy rynkowe i wybory indywidualnych użytkowników są głównym motorem napędzającym koniunkturę sprzedaży produktów, a ich design jest jednym z najbardziej potrzebnych przejawów rynkowej kreatywności. Design nadaje produktom charakter i wyjątkowość, a także humanizuje sferę technologii, wyrobów i usług.

Program studiów *design i komercjalizacja produktu* kładzie duży nacisk na rozwijanie umiejętności kreatywnego i krytycznego myślenia oraz kształtowanie postaw odpowiedzialnych społecznie, co przyczynia się do realizacji celów strategicznych uczelni, w szczególności w zakresie podniesienia jakości kształcenia. Absolwenci studiów magisterskich na kierunku *design i komercjalizacja produktu* zdobywają wiedzę, umiejętności i kompetencje społeczne w zakresie innowacyjnych rozwiązań dotyczących projektowania i wprowadzania produktów na rynek. Są świadomi roli, jaką mogą pełnić w otoczeniu społeczno-gospodarczym jako liderzy rozwijający pomysły na nowe produkty w oparciu o niezbędną wiedzę technologiczną, rynkową i organizacyjną, co wpisuje się w misję i strategię rozwoju Uczelni jako instytucji zapewniającej opisane powyżej wykształcenie i kompetencje absolwentów.

Opis kierunku, w szczególności cele kształcenia oraz możliwości zatrudnienia (typowe miejsca pracy) i kontynuacji kształcenia przez absolwentów studiów

Kierunek studiów drugiego stopnia *design i komercjalizacja produktu* to odpowiedź na zainteresowanie kandydatów studiami pozwalającymi rozwijać kreatywność oraz na zapotrzebowanie rynku na specjalistów zdolnych do łączenia umiejętności projektowania produktów odpowiadających oczekiwaniom użytkowników z ich skuteczną komercjalizacją. Różne oferty dydaktyczne i programy studiów skupiają się najczęściej na niezależnym kształceniu dwóch profili absolwentów – projektanta lub menedżera, natomiast studia na kierunku *design i komercjalizacja produktu* łączą te kompetencje.

Celem programu studiów jest umożliwienie studentom nabycia wiedzy i umiejętności z zakresu projektowania wybranych grup produktów żywnościowych i nieżywnościowych uwzględniającego rozeznanie rynku i oczekiwania końcowego odbiorcy, a także kreowania ich atrakcyjności i użyteczności w połączeniu z oceną technologicznych możliwości ich wytworzenia oraz wdrożenia na rynek. Duży nacisk jest położony na design rozumiany m.in. jako tworzenie innowacji, wzornictwo i funkcjonalność w odpowiedzi na aktualne trendy rynkowe. Z uwagi na postęp technologiczny, rozwój nauki i zmieniające się uwarunkowania społeczno-gospodarcze, w programie studiów zaplanowano przedmioty uwzględniające wykorzystanie nowych technologii i metod w projektowaniu i wdrażaniu produktu – w szczególności produktów żywnościowych, produktów kosmetycznych i chemii gospodarczej oraz ich opakowań.

Przedmioty na kierunku *design i komercjalizacja produktu* są prowadzone przez osoby, które swoje zainteresowania naukowe i dydaktyczne skupiają na kształtowaniu jakości i zarządzaniu produktem na wszystkich etapach jego cyklu życia. Wiedzę i umiejętności wykładowców uzupełnia doświadczenie praktyczne, wspomagające proces dydaktyczny, i chęć dzielenia się wiedzą na temat procesu projektowania produktu i jego komercjalizacji w kompleksowym ujęciu. Dodatkowym atutem kierunku jest osadzenie znaczącej części treści programowych w zakresie nauk o jakości, co umożliwi studentom technologiczno-jakościowe (praktyczne) spojrzenie na produkt, jego strukturę, wartość użytkową, estetyczną i funkcjonalną. Uzupełnienie wiedzy z obszaru designu i zarządzania produktem o przyrodnicze, technologiczne i ekonomiczne zagadnienia, pozwala studentom na głębsze zrozumienie całego procesu kreowania produktu, co przekłada się na rzeczywistą przewagę absolwenta na rynku pracy.

Program kierunku *design i komercjalizacja produktu* 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.

W ramach treści programowych kierunku *design i komercjalizacja produktu* poruszane są zagadnienia dotyczące:

- rozwoju i innowacyjności produktów,
- designu służącego budowaniu przewagi konkurencyjnej,
- zarządzania designem w przedsiębiorstwie ,
- budowania i implementacji strategii produktu / marki,
- projektowania przestrzeni rynkowej dla produktu / marki,
- komercjalizacji produktu,
- zarządzania produktem w różnych etapach rynkowego cyklu życia,
- pro jakościowych aspektów rozwoju i zarządzania produktem.

Po ukończeniu studiów magisterskich na kierunku *design i komercjalizacja produktu*, absolwent ma przygotowanie do pracy m.in. jako:

- menedżer produktu,
- specjalista ds. designu i komercjalizacji produktu,
- pracownik agencji reklamowej,
- specjalista ds. badań i rozwoju produktu.

Swoje kwalifikacje absolwent może rozwijać na studiach podyplomowych lub podjąć kształcenie w szkole doktorskiej.

Wskaźniki programu

łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia
60 punktów ECTS
łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych, nie mniejszą niż 5 punktów ECTS
5 punktów ECTS w ramach przedmiotów: Kulturowe uwarunkowania gospodarki, Etyka i społeczna odpowiedzialność biznesu
łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć o charakterze praktycznym, w tym zajęć laboratoryjnych, warsztatowych i projektowych
55 punktów ECTS
łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć z języka obcego
4 punkty ECTS w ramach konwersatorium w języku obcym
łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach praktyk zawodowych na kierunku studiów o profilu praktycznym, a w przypadku kierunku studiów o profilu ogólnoakademickim - jeżeli program kształcenia na tych studiach przewiduje praktyki
Nie dotyczy
liczba punktów ECTS w ramach zajęć do wyboru (nie mniej niż 30% punktów ECTS koniecznej do ukończenia studiów)
36 punktów ECTS (30% łącznej liczby punktów ECTS)

Efekty uczenia się

Wiedza

Kod	Opis kierunkowego efektu uczenia się	PRK
K2_W01	absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu wybrane fakty i zjawiska stanowiące zaawansowaną wiedzę ogólną z zakresu dyscyplin tworzących podstawy teoretyczne programu studiów dla kierunku design i komercjalizacja produktu	P7S_WG
K2_W02	absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu główne trendy rozwojowe i aktualne osiągnięcia właściwe dla kierunku	P7S_WG
K2_W03	absolwent zna i rozumie znaczenie analizy trendów w zakresie projektowania produktu oraz jej wpływ na komercjalizację produktu i prowadzenie działalności biznesowej właściwej dla kierunku	P7S_WK
K2_W04	absolwent zna i rozumie ekonomiczne i prawne uwarunkowania decyzji biznesowych związanych z kompleksowym zarządzaniem produktem, a w szczególności z jego projektowaniem i komercjalizacją	P7S_WK
K2_W05	absolwent zna i rozumie uwarunkowania w zakresie projektowania produktów na wybranych rynkach z uwzględnieniem wymagań związanych z zapewnieniem ich jakości i bezpieczeństwa, w tym zasad ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego	P7S_WK
K2_W06	absolwent zna i rozumie etyczne dylematy związane z projektowaniem, komercjalizacją, utrzymaniem i usuwaniem produktów z rynku oraz zapewnieniem ich jakości i bezpieczeństwa zgodnie z założeniami zrównoważonego rozwoju	P7S_WK
K2_W07	absolwent zna i rozumie metody, techniki i narzędzia, w tym metody pozyskiwania i analizy danych, niezbędne do planowania badań i rozwiązywania problemów badawczych właściwych dla kierunku	P7S_WG
K2_W08	absolwent zna i rozumie podstawowe techniki i metody badawcze w zakresie projektowania i doskonalenia produktów	P7S_WG
K2_W09	absolwent zna i rozumie główne czynniki determinujące jakość produktów w ich cyklu życia oraz istotę oddziaływania produktu na środowisko	P7S_WG
K2_W10	absolwent zna i rozumie podstawowe zasady rozwoju różnych form indywidualnej przedsiębiorczości z wykorzystaniem wiedzy właściwej dla kierunku studiów	P7S_WK
K2_W11	absolwent zna i rozumie zasady i procedury komercjalizacji produktów	P7S_WK

Umiejętności

Kod	Opis kierunkowego efektu uczenia się	PRK
K2_U01	absolwent potrafi pozyskiwać, analizować, integrować i wykorzystywać informacje z dostępnej literatury oraz wybranych baz danych, dokonywać ich syntezy, interpretacji i krytycznej oceny, a także wyciągać wnioski i formułować opinie	P7S_UW
K2_U02	absolwent potrafi pozyskiwać, analizować i interpretować dane rynkowe i empiryczne oraz wykorzystywać je w procesie projektowania i zapewnienia jakości produktów w warunkach nie w pełni przewidywalnych	P7S_UW
K2_U03	absolwent potrafi posługiwać się wybranymi standardami i normami w celu rozwiązania konkretnych problemów decyzyjnych i zadań właściwych dla kierunku	P7S_UW
K2_U04	absolwent potrafi w sposób krytyczny zastosować zdobytą wiedzę do rozwiązania teoretycznych i praktycznych problemów gospodarczych i podejmowania decyzji menedżerskich	P7S_UW
K2_U05	absolwent potrafi dobierać i wykorzystywać różne metody i techniki: analityczne, symulacyjne i eksperymentalne, ze szczególnym uwzględnieniem metod i narzędzi cyfrowych, do identyfikacji i rozwiązywania wybranych problemów badawczych właściwych dla kierunku	P7S_UW

Kod	Opis kierunkowego efektu uczenia się	PRK
K2_U06	absolwent potrafi projektować i oceniać jakość produktów żywnościowych i nieżywnościowych	P7S_UW
K2_U07	absolwent potrafi analizować i krytycznie oceniać uwarunkowania rynkowe oraz ich wpływ na przebieg procesu komercjalizacji produktu	P7S_UW
K2_U08	absolwent potrafi posługiwać się językiem obcym na poziomie B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego i specjalistycznym słownictwem właściwym dla kierunku studiów	P7S_UK
K2_U09	absolwent potrafi formułować i testować hipotezy związane z problemami badawczymi właściwymi dla kierunku	P7S_UW
K2_U10	absolwent potrafi komunikatywnie wypowiadać się i przygotowywać prace pisemne oraz prezentacje dotyczące zagadnień właściwych dla kierunku z wykorzystaniem specjalistycznej terminologii	P7S_UK
K2_U11	absolwent potrafi brać udział w debacie na tematy związane z zagadnieniami właściwymi dla kierunku, przedstawiać różne opinie i stanowiska oraz dyskutować o nich	P7S_UK
K2_U12	absolwent potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie oraz ukierunkowywać innych w tym zakresie	P7S_UU
K2_U13	absolwent potrafi kierować pracą zespołu albo podejmować wiodącą rolę w zespole, a także współdziałać z innymi osobami w ramach prac zespołowych odpowiednio określając priorytety służące realizacji zaplanowanego przez siebie lub innych zadania	P7S_UO

Kompetencje społeczne

Kod	Opis kierunkowego efektu uczenia się	PRK
K2_K01	absolwent jest gotów do wypełniania zobowiązań społecznych, mając świadomość roli eksperta ds. designu i komercjalizacji produktu oraz odpowiedzialności za podejmowane decyzje	P7S_KO
K2_K02	absolwent jest gotów do uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych w pracy zawodowej związanej z kierunkiem studiów, zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu oraz krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści	P7S_KK
K2_K03	absolwent jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy, uwzględniając ocenę szans i ryzyka planowanych przedsięwzięć	P7S_KO
K2_K04	absolwent jest gotów do angażowania się w przedsięwzięcia o charakterze gospodarczym, społecznym i kulturowym, służące społeczeństwu i interesowi publicznemu	P7S_KO
K2_K05	absolwent jest gotów do społecznie odpowiedzialnego, profesjonalnego i etycznego pełnienia ról zawodowych, dbając o dorobek i tradycje zawodu oraz podejmując działania na rzecz rozwijania zasad etyki zawodowej	P7S_KR

Plan studiów

Semestr 1

Przedmiot	Aktywność studenta	Punkty ECTS	Forma weryfikacji	Kod	Blok
Badania marketingowe w projektowaniu produktów	Wykład: 15 Ćwiczenia: 30	4	Egzamin	1	B
Bezpieczeństwo i jakość produktów	Wykład: 30 Ćwiczenia: 30	4	Zaliczenie	1	A
Ekonomia menedżerska	Wykład: 30 Ćwiczenia: 30	5	Egzamin	1	A
Kulturowe uwarunkowania gospodarki	Wykład: 15	3	Zaliczenie	1	A
Modele predykcyjne w projektowaniu produktów	Wykład: 15 Ćwiczenia: 30	4	Zaliczenie	1	B
Ocena jakości produktów żywnościowych	Wykład: 30 Laboratoria: 45	6	Egzamin	1	B
Zarządzanie jakością	Wykład: 15 Ćwiczenia: 30	4	Egzamin	1	A
Suma	345	30			

Semestr 2

Przedmiot	Aktywność studenta	Punkty ECTS	Forma weryfikacji	Kod	Blok
Instrumentalne metody oceny produktów	Wykład: 15 Laboratoria: 30	4	Egzamin	1	B
Ocena jakości produktów nieżywnościowych	Wykład: 30 Laboratoria: 45	6	Egzamin	1	B
Seminarium dyplomowe	Seminarium: 15	4	Zaliczenie	1	C

Przedmiot	Aktywność studenta	Punkty ECTS	Forma weryfikacji	Kod	Blok
Trendy estetyczne i rynkowe	Wykład: 15	1	Zaliczenie	1	C
Wprowadzenie do projektowania produktu	Wykład: 30	2	Zaliczenie	1	C
Wykład do wyboru I	Wykład: 30	2		5	C
E-konsument	Wykład: 15	1	Zaliczenie	0	C
Ekoprojektowanie	Wykład: 15	1	Zaliczenie	0	C
Opakowanie jako narzędzie ochrony produktu i komunikacji rynkowej	Wykład: 15	1	Zaliczenie	0	C
Trendy rozwoju energii odnawialnej	Wykład: 15	1	Zaliczenie	0	C
Trwałość żywności	Wykład: 15	1	Zaliczenie	0	C
Zachowania konsumentów	Wykład: 30 Ćwiczenia: 15	3	Egzamin	1	B
Zarządzanie projektem w rozwoju i komercjalizacji produktu	Wykład: 15 Ćwiczenia: 15	3	Zaliczenie	1	B
Zarządzanie zintegrowanym produktem	Wykład: 15 Ćwiczenia: 30	5	Egzamin	1	B
Suma	330	30			

Semestr 3

Przedmiot	Aktywność studenta	Punkty ECTS	Forma weryfikacji	Kod	Blok
Cyfrowe projektowanie produktu	Wykład: 15 Ćwiczenia: 15	2	Zaliczenie	1	C
Design thinking	Ćwiczenia: 15	1	Zaliczenie	1	C
Ekologiczna ocena wyrobów	Wykład: 15 Ćwiczenia: 15	3	Egzamin	1	B
Konsumentcka ocena produktu	Wykład: 15 Ćwiczenia: 15	3	Egzamin	1	B

Przedmiot	Aktywność studenta	Punkty ECTS	Forma weryfikacji	Kod	Blok
Ochrona własności intelektualnej i przemysłowej	Wykład: 15	1	Zaliczenie	1	A
Projektowanie i wzornictwo opakowań	Ćwiczenia: 15	1	Zaliczenie	1	C
Projektowanie produktu nieżywnościowego	Laboratoria: 30	3	Zaliczenie	1	C
Projektowanie produktu żywnościowego	Laboratoria: 30	3	Zaliczenie	1	C
Seminarium dyplomowe	Seminarium: 15	4	Zaliczenie	1	C
Wykład do wyboru II	Wykład: 30	2		5	C
Alergeny żywności i kosmetyków	Wykład: 15	1	Zaliczenie	0	C
Kreatywność i twórcze rozwiązywanie problemów	Wykład: 15	1	Zaliczenie	0	C
Marketing relacyjny	Wykład: 15	1	Zaliczenie	0	C
Projektowanie doświadczeń klientów	Wykład: 15	1	Zaliczenie	0	C
Przystosowanie towarów dla logistyki i magazynowania	Wykład: 15	1	Zaliczenie	0	C
Wykład do wyboru III	Wykład: 30	4		5	C
Innowacje biotechnologiczne w biogospodarce	Wykład: 30	4	Egzamin	0	C
Media społecznościowe w marketingu	Wykład: 30	4	Egzamin	0	C
Nutraceutyki i suplementy diety	Wykład: 30	4	Egzamin	0	C
Projektowanie zrównoważonego łańcucha dostaw	Wykład: 30	4	Egzamin	0	C
Systemy pakowania produktów	Wykład: 30	4	Egzamin	0	C
Zaawansowane planowanie jakości produktu	Wykład: 15 Ćwiczenia: 15	2	Zaliczenie	1	B
Zintegrowana komunikacja marketingowa	Wykład: 15	1	Zaliczenie	1	B
Suma	315	30			

Semestr 4

Przedmiot	Aktywność studenta	Punkty ECTS	Forma weryfikacji	Kod	Blok
Etyka i społeczna odpowiedzialność biznesu	Wykład: 15	2	Zaliczenie	1	A
Komercjalizacja produktu	Wykład: 15 Ćwiczenia: 15	3	Egzamin	1	B
Konwersatorium w języku obcym	Wykład: 30	4		5	B
Creative thinking	Wykład: 15	2	Zaliczenie	0	B
Current issues in economic sciences	Wykład: 15	2	Zaliczenie	0	B
Ecological and sustainable products	Wykład: 15	2	Zaliczenie	0	B
Innovation in food industry	Wykład: 15	2	Zaliczenie	0	B
Integrated business management systems	Wykład: 15	2	Zaliczenie	0	B
Sustainable food systems	Wykład: 15	2	Zaliczenie	0	B
Seminarium dyplomowe	Seminarium: 30	14	Zaliczenie	1	C
Wykład do wyboru IV	Wykład: 30	2		5	C
Design usług	Wykład: 15	1	Zaliczenie	0	C
Nowe technologie w projektowaniu produktu	Wykład: 15	1	Zaliczenie	0	C
Nowoczesne materiały w przemyśle	Wykład: 15	1	Zaliczenie	0	C
Rola aromatów w produkcji i promocji żywności	Wykład: 15	1	Zaliczenie	0	C
Zarządzanie wzornictwem	Wykład: 15	1	Zaliczenie	0	C
Wykład z praktykiem	Wykład: 30	2	Zaliczenie	1	B
Zarządzanie innowacjami	Wykład: 15 Ćwiczenia: 15	2	Zaliczenie	1	B
Zarządzanie marką	Wykład: 15	1	Zaliczenie	1	C
Suma	210	30			

0 - Do wyboru
1 - Obowiązkowy
2 - Techniczny do wyboru

3 - *Kierunkowy do wyboru*
4 - *Humanistyczny do wyboru*
5 - *Obowiązkowa grupa*

Warunki realizacji programu studiów

Udokumentowanie, że w ramach programu studiów o profilu ogólnoakademickim - co najmniej 75% godzin zajęć prowadzonych jest przez nauczycieli akademickich zatrudnionych w tej uczelni jako podstawowym miejscu pracy

Zgodnie z proponowaną obsadą zajęć co najmniej 75% godzin zajęć będzie prowadzonych przez nauczycieli akademickich zatrudnionych w Uczelni jako podstawowym miejscu pracy.

Planowany przydział i wymiar zajęć dla nauczycieli akademickich oraz innych osób, proponowanych do prowadzenia zajęć, z uwzględnieniem liczby godzin zajęć przydzielonych nauczycielowi akademickiemu zatrudnionemu w uczelni jako podstawowym miejscu pracy

1200 godzin, w tym co najmniej 900 godzin zajęć (75% z 1200 godzin) będzie prowadzonych przez nauczycieli akademickich zatrudnionych w UEP jako podstawowym miejscu pracy, co wynika z corocznie zatwierdzonej obsady zajęć.

Planowany przydział i wymiar zajęć dla nauczycieli akademickich oraz innych osób, proponowanych do prowadzenia zajęć, z uwzględnieniem zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach studiów o profilu praktycznym lub zajęć związanych z prowadzoną w uczelni działalnością naukową w ramach studiów o profilu ogólnoakademickim

Liczba godzin zajęć związanych z prowadzoną w uczelni działalnością naukową wynosi 1020 godzin.

Wymiar, zasady i forma odbywania praktyk zawodowych dla kierunku studiów o profilu praktycznym, a w przypadku kierunku studiów o profilu ogólnoakademickim - jeżeli program studiów na tych studiach przewiduje praktyki

Program nie przewiduje obowiązkowych praktyk zawodowych.

Sposób uwzględnienia wyników analizy zgodności zakładanych efektów uczenia się z potrzebami rynku pracy

Potrzeby rynku pracy w Polsce zostały zidentyfikowane i uwzględnione w programie studiów we współpracy z wykładowcami prowadzącymi zajęcia na kierunkach studiów z zakresu nauk o jakości, którzy mają doświadczenie w praktyce gospodarczej oraz znają bieżące wymagania rynku. Program studiów uwzględnia także wskazówki przedstawicieli praktyki gospodarczej, w tym osób, które zawodowo zajmują się projektowaniem produktów i ich oceną, w zakresie tematyki i form prowadzenia zajęć.

Sylabusy



Badania marketingowe w projektowaniu produktów Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Design i komercjalizacja produktu	Cykl dydaktyczny 2026/2027
Specjalność -	Kod przedmiotu UEPKPS.21B.205707.26
Jednostka organizacyjna UEP	Język wykładowy Polski
Poziom kształcenia studia drugiego stopnia	Obligatoryjność Obowiązkowy
Forma studiów stacjonarne	Blok zajęciowy Blok B
Profil kształcenia ogólnoakademicki	

Okres Semestr 1	Forma zaliczenia Egzamin	Liczba punktów ECTS 4
	Forma prowadzenia i godziny zajęć <ul style="list-style-type: none">• Uczestnictwo w wykładach: 15• Uczestnictwo w ćwiczeniach: 30	

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Uzyskanie wiedzy na temat roli i miejsca badań marketingowych w tworzeniu i modyfikacji oferty produktowej przedsiębiorstw.
C2	Uzyskanie wiedzy na temat procedury badań marketingowych.
C3	Uzyskanie wiedzy na temat technik i metod stosowanych w badaniach marketingowych.
C4	Wykształcenie umiejętności wykorzystywania badań marketingowych w działaniach marketingowych przedsiębiorstwa ze szczególnym uwzględnieniem działań związanych z projektowaniem i komercjalizacją produktów.

Wymagania wstępne

Wiedza na temat podstaw marketingu.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	Student wyjaśnia podstawowe pojęcia związane z badaniami marketingowymi.	K2_W07, K2_W08	Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami, Projekt grupowy / praca w grupie
W2	Student wyjaśnia rolę badań marketingowych w projektowaniu i komercjalizacji produktów.	K2_W03, K2_W04, K2_W09	Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami, Projekt grupowy / praca w grupie
W3	Student definiuje i klasyfikuje metody, techniki i narzędzia wykorzystywane w badaniach marketingowych.	K2_W07, K2_W08	Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami, Projekt grupowy / praca w grupie
Umiejętności			
U1	Student weryfikuje potrzeby informacyjne przedsiębiorstwa związane z projektowaniem i komercjalizacją produktów.	K2_U01, K2_U02	Projekt grupowy / praca w grupie
U2	Student projektuje i przeprowadza badania marketingowe związane z projektowaniem i komercjalizacją produktów.	K2_U01, K2_U02, K2_U05, K2_U07, K2_U09	Projekt grupowy / praca w grupie
U3	Student analizuje i interpretuje wyniki badań marketingowych i na ich podstawie proponuje określone działania marketingowe, związane z projektowaniem i komercjalizacją produktów.	K2_U01, K2_U02, K2_U04, K2_U05, K2_U09, K2_U10, K2_U13	Projekt grupowy / praca w grupie
Kompetencji społecznych			
K1	Student jest gotów do podejmowania decyzji marketingowych.	K2_K03	Projekt grupowy / praca w grupie
K2	Student przestrzega zasad etycznych podczas projektowania i przeprowadzania badań marketingowych.	K2_K05	Projekt grupowy / praca w grupie

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Badania marketingowe w projektowaniu i komercjalizacji produktów - pojęcie i determinanty wykorzystania.	C1, C2	W1, W2
2.	Definiowanie problemu decyzyjnego, formułowanie problemu badawczego wyznaczanie celów i hipotez badawczych, stawianie pytań badawczych.	C2	W1, U1, U2
3.	Charakterystyka źródeł danych wtórnych w procesie badań marketingowych - źródła, rodzaje, determinanty stosowania.	C2, C3	W1, W3, U1, U2
4.	Analiza sytuacji marketingowej przedsiębiorstwa w kontekście rozwoju oferty produktowej.	C2	W1, U1, U2

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
5.	Charakterystyka metod doboru próby badawczej (metody doboru losowego vs metody doboru nielosowego).	C2, C3	W1, W3, U2, K2
6.	Badania ilościowe, a badania jakościowe – charakterystyka metod, technik i determinant stosowania w procesie badawczym, w kontekście projektowania i komercjalizacji produktów.	C2, C3, C4	W1, W3, U2, K2
7.	Wykorzystanie wybranych metod i technik badawczych w badaniach produktu, w tym badań user experience (np. badania kwestionariuszowe, wywiady, sortowanie kart, sortowanie drzewiaste, badania dzienniczkowe, eyetracking, ClickStream Analytics, Testy A/B, obserwacje, testy użyteczności).	C3, C4	W1, W3, K2
8.	Segmentacja rynku – etapy i warunki przeprowadzania.	C1, C3	W1
9.	Badania skuteczności działań z zakresu komunikacji marketingowej.	C2, C3	W1, W2, W3
10.	Analiza danych pierwotnych z wykorzystaniem pakietu IBM SPSS, interpretacja wyników i sporządzenie raportu z badań, wraz z propozycjami działań w zakresie projektowania i komercjalizacji produktów.	C1, C2, C3, C4	W1, W2, W3, U2, U3, K1, K2
11.	Determinanty, techniki i zakres wykorzystania badań neuromarketingowych w badaniach związanych z projektowaniem lub/i udoskonalaniem produktów.	C3	W1, W3, K2
12.	Charakterystyka i zakres wykorzystania nowoczesnych technologii w badaniach produktu (wykorzystanie sztucznej inteligencji, VR, AR i badania w metaverse).	C3	W1, W3, K2

Bezpieczeństwo i jakość produktów

Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

<p>Kierunek studiów Design i komercjalizacja produktu</p> <p>Specjalność -</p> <p>Jednostka organizacyjna UEP</p> <p>Poziom kształcenia studia drugiego stopnia</p> <p>Forma studiów stacjonarne</p> <p>Profil kształcenia ogólnoakademicki</p>	<p>Cykl dydaktyczny 2026/2027</p> <p>Kod przedmiotu UEPKPS.21A.10277.26</p> <p>Język wykładowy Polski</p> <p>Obligatoryjność Obowiązkowy</p> <p>Blok zajęciowy Blok A</p>
---	--

<p>Okres Semestr 1</p>	<p>Forma zaliczenia Zaliczenie</p> <p>Forma prowadzenia i godziny zajęć</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uczestnictwo w wykładach: 30 • Uczestnictwo w ćwiczeniach: 30 	<p>Liczba punktów ECTS 4</p>
-----------------------------------	--	---

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Zapoznanie się z podstawowymi zagadnieniami związanymi z jakością i bezpieczeństwem produktów oraz wymaganiami w tym zakresie ujętymi w przepisach prawnych oraz normach
C2	Uzyskanie wiedzy na temat sposobów nadzoru nad jakością i bezpieczeństwem produktów oraz postępowania z wyrobem niebezpiecznym
C3	Poznanie metod oceny jakości i bezpieczeństwa produktów na etapie ich rozwoju i wprowadzania na rynek oraz w trakcie produkcji i dystrybucji
C4	Wykształcenie umiejętności definiowania zagrożeń bezpieczeństwa żywności z punktu widzenia jej jakości zdrowotnej oraz bezpieczeństwa wybranych grup produktów przemysłowych

Wymagania wstępne

Podstawowa wiedza z zakresu oceny jakości wyrobów żywnościowych/nieżywnościowych

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	Student zna i rozumie pojęcia z zakresu zapewnienia jakości i bezpieczeństwa produktów spożywczych oraz nieżywnościowych	K2_W01, K2_W09	Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
W2	Student zna i rozumie regulacje prawne, wymagania branżowe oraz metody kontroli jakości i bezpieczeństwa żywności oraz wybranych grup produktów przemysłowych	K2_W04, K2_W09	Sprawdzian pisemny testowy, Projekt grupowy / praca w grupie
W3	Student zna rodzaje i źródła zagrożeń bezpieczeństwa żywności oraz produktów przemysłowych, w tym metody oceny ryzyka ich występowania	K2_W09	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie
Umiejętności			
U1	Student potrafi zaklasyfikować produkt w powszechnie używanych systemach klasyfikacji towarów, określić wymagania i normy dotyczące jego jakości i bezpieczeństwa	K2_U01, K2_U03	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
U2	Student potrafi określić i ocenić zagrożenia jakości i bezpieczeństwa produktów występujące na różnych etapach ich cyklu życia	K2_U01, K2_U06	Sprawdzian pisemny testowy, Projekt grupowy / praca w grupie
U3	Student potrafi zaproponować rozwiązania z zakresu prognozowania ryzyka zagrożeń jakości i bezpieczeństwa produktu oraz postępowania z wyrobem niebezpiecznym	K2_U05	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie
Kompetencje społecznych			
K1	Student ma świadomość swojej roli zawodowej w ocenie jakości i bezpieczeństwa produktów, a także informowania społeczeństwa o możliwych zagrożeniach	K2_K01	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Elementy prawa żywnościowego i podstawowe regulacje prawne dotyczące bezpieczeństwa żywności obowiązujące w Polsce i na terenie Unii Europejskiej. Rola organizacji krajowych i międzynarodowych w zapewnieniu bezpieczeństwa żywności. EFSA. RASFF. Dobre Praktyki Higieniczne i Dobre Praktyki Produkcyjne.	C1, C2	W1, W2, U1, K1

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
2.	Podstawowe systemy klasyfikacji wyrobów. Jakość i bezpieczeństwo produktów przemysłowych w świetle regulacji prawnych. Ogólne wymagania dotyczące bezpieczeństwa produktów – w tym produktów kosmetycznych. Znakowanie produktów niebezpiecznych (w tym umowa ADR, system GLC / REACH). Problem chemizacji produktów przemysłowych i jej wpływ na zdrowie człowieka.	C1, C2	W1, W2, U1, K1
3.	Charakterystyka zagrożeń chemicznych, biologicznych i fizycznych żywności. HACCP. Analiza zagrożeń na przykładzie wybranego procesu produkcyjnego żywności, ustalenie krytycznych punktów kontroli i wymagań dla wybranych parametrów.	C3, C4	W2, W3, U2, U3, K1
4.	Mikrobiologiczna jakość i bezpieczeństwo produktów.	C1, C4	W3, U2, K1
5.	Mikrobiologia prognostyczna jako narzędzie do oceny bezpieczeństwa produktu. Szacowanie ryzyka mikrobiologicznego. Postępowanie w przypadku wykrycia zagrożeń mikrobiologicznych. Przygotowanie planu.	C2, C3, C4	W2, W3, U2, U3, K1
6.	Zagrożenia bezpieczeństwa i jakości wybranych wyrobów nieżywnościowych w poszczególnych fazach cyklu życia. Metody szacowania ryzyka i oceny jakości produktów.	C3, C4	W1, W3, U2, U3, K1
7.	Systemy nadzoru nad procesem produkcji i dystrybucji towarów. Postępowanie w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktu. Rejestr produktów niebezpiecznych. Dobrowolne powiadomienia i czynności wyjaśniające. Odpowiedzialność za produkt niebezpieczny.	C1, C2	W1, W2, U1, K1

Ekonomia menedżerska

Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

<p>Kierunek studiów Design i komercjalizacja produktu</p> <p>Specjalność -</p> <p>Jednostka organizacyjna UEP</p> <p>Poziom kształcenia studia drugiego stopnia</p> <p>Forma studiów stacjonarne</p> <p>Profil kształcenia ogólnoakademicki</p>	<p>Cykl dydaktyczny 2026/2027</p> <p>Kod przedmiotu UEPKPS.21A.1305.26</p> <p>Język wykładowy Polski</p> <p>Obligatoryjność Obowiązkowy</p> <p>Blok zajęciowy Blok A</p>
---	---

<p>Okres Semestr 1</p>	<p>Forma zaliczenia Egzamin</p> <p>Forma prowadzenia i godziny zajęć</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uczestnictwo w wykładach: 30 • Uczestnictwo w ćwiczeniach: 30 	<p>Liczba punktów ECTS 5</p>
-----------------------------------	---	---

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Uzyskanie wiedzy dotyczącej teoretycznych podstaw podejmowania decyzji menedżerskich w różnych warunkach rynkowych (w tym decyzji o charakterze strategicznym).
C2	Poznanie metod i narzędzi analizy ekonomicznej stosowanych w podejmowaniu optymalnych decyzji menedżerskich.
C3	Wykształcenie umiejętności identyfikacji i analizy czynników istotnych dla podejmowanej decyzji.
C4	Wykształcenie umiejętności zastosowania narzędzi ekonomicznych do rozwiązania problemów decyzyjnych w praktyce gospodarczej.

Wymagania wstępne

Ma wiedzę i umiejętności z zakresu mikroekonomii, matematyki (rachunek różniczkowy)

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	Student wyjaśnia podstawowe kategorie i reguły służące podejmowaniu optymalnych decyzji menedżerskich i formułowaniu strategii rynkowych przedsiębiorstw.	K2_W01, K2_W03, K2_W07, K2_W10	Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami, Sprawdzian pisemny testowy, Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
W2	Student zna i rozumie metody oraz narzędzia analizy ekonomicznej wykorzystywane w procesach decyzyjnych.	K2_W01, K2_W02, K2_W03, K2_W07	Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami, Sprawdzian pisemny testowy, Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
Umiejętności			
U1	Student identyfikuje problem decyzyjny, warianty działania oraz wskazuje i analizuje zmienne istotne dla podejmowanej decyzji.	K2_U01, K2_U02, K2_U04, K2_U11	Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami, Sprawdzian pisemny testowy, Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
U2	Student rozwiązuje określony problem decyzyjny z wykorzystaniem odpowiednich metod i narzędzi analizy ekonomicznej.	K2_U01, K2_U02, K2_U04, K2_U11	Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami, Sprawdzian pisemny testowy, Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
Kompetencji społecznych			
K1	Student w procesie podejmowania decyzji uwzględnia ocenę szans i ryzyka różnych wariantów działania, ma świadomość wpływu warunków otoczenia rynkowego na stopień realizacji przyjętych celów strategicznych.	K2_K02, K2_K03, K2_K05	Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami, Sprawdzian pisemny testowy, Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
-----	-------------------	---------------------------------	-----------------------------------

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Pojęcie i obszary zainteresowań ekonomii menedżerskiej. Etapy podejmowania decyzji menedżerskich. Pewność, ryzyko i niepewność jako warunki podejmowania decyzji menedżerskich.	C1, C2, C3	W1, U1, K1
2.	Podejmowanie decyzji w warunkach ryzyka: wartość oczekiwana i drzewa decyzyjne. Charakterystyka podmiotów ekonomicznych ze względu na stosunek do ryzyka.	C1, C2, C3, C4	W1, W2, U1, U2, K1
3.	Zastosowanie analizy marginalnej w podejmowaniu decyzji dotyczących zakresu działalności. Analiza wrażliwości.	C1, C2, C3, C4	W1, W2, U1, U2, K1
4.	Analiza popytu i optymalna polityka cenowa. Czysty problem sprzedaży, strategia ceny jednolitej, strategia różnicowania cen, ustalanie cen w praktyce gospodarczej, polityka cenowa w warunkach popytu współzależnego.	C1, C2, C3, C4	W1, W2, U1, U2, K1
5.	Empiryczna analiza popytu: źródła informacji dotyczące popytu (wywiady i badania ankietowe), modelowanie funkcji popytu.	C1, C2, C3, C4	W1, W2, U1, U2, K1
6.	Zastosowanie analizy kosztów w procesie decyzyjnym: koszty ekonomiczne a koszty księgowo, koszty istotne dla podejmowanych decyzji: błąd kosztu stałego, błąd kosztu ukrytego, koszty utopione i poinwestycyjna rezygnacja z działalności.	C1, C2, C3, C4	W1, W2, U1, U2, K1
7.	Efektywność struktur rynkowych - konkurencja doskonała, jako struktura rynkowa efektywna w sensie Pareto. Monopol naturalny i ingerencja w monopol naturalny: cena oparta na koszcie krańcowym i koszcie przeciętnym. Przykłady rozwiązań stosowanych w praktyce gospodarczej. Strategia różnicowania produktów - przypadek konkurencji monopolistycznej.	C1, C2, C3, C4	W1, W2, U1, U2, K1
8.	Zachowania strategiczne przedsiębiorstw na rynku oligopolu: konkurencja (ilościowa, cenowa, inne formy konkurencji - reklama), kooperacja (kartele, modele przywództwa cenowego), zobowiązania strategiczne, "dylemat więźnia". Równowaga Nasha a optymalność w sensie Pareto.	C1, C2, C3, C4	W1, W2, U1, U2, K1
9.	Teoria gier: opis konkurencji w języku teorii gier, analiza tablic wypłat, strategie zapewniające równowagę, wybrane aspekty strategii konkurencji.	C1, C2, C3, C4	W1, W2, U1, U2, K1



Kulturowe uwarunkowania gospodarki Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Design i komercjalizacja produktu	Cykl dydaktyczny 2026/2027
Specjalność -	Kod przedmiotu UEPKPS.21A.205706.26
Jednostka organizacyjna UEP	Język wykładowy Polski
Poziom kształcenia studia drugiego stopnia	Obligatoryjność Obowiązkowy
Forma studiów stacjonarne	Blok zajęciowy Blok A
Profil kształcenia ogólnoakademicki	

Okres Semestr 1	Forma zaliczenia Zaliczenie	Liczba punktów ECTS 3
	Forma prowadzenia i godziny zajęć • Uczestnictwo w wykładach: 15	

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Uzyskanie wiedzy na temat kulturowych podstaw gospodarowania
C2	Uświadomienie wielości i różnorodności aksjologicznej motywacji podmiotów gospodarczych
C3	Nabywanie umiejętności identyfikowania kulturowych uwarunkowań praktyki gospodarczej
C4	Kształtowanie etycznej postawy i gotowości do wzięcia odpowiedzialności za dokonywane wybory

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
W1	Student/ka ma wiedzę na temat uwarunkowania kulturowego gospodarki	K2_W01, K2_W02, K2_W06	Projekt indywidualny, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
W2	Student/ka rozumie problemy związane z odejściem od ekonomii wzrostu	K2_W01, K2_W02, K2_W06	Projekt indywidualny, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
W3	Student/ka rozpoznaje aksjologiczne odniesienia koncepcji ekonomii umiaru i ograniczonej konsumpcji	K2_W01, K2_W02, K2_W06	Projekt indywidualny, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
W4	Student/ka ma wiedzę na temat zróżnicowania kulturowego globalnego rynku	K2_W01, K2_W02, K2_W06	Projekt indywidualny, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
Umiejętności			
U1	Student/ka krytycznie analizuje założenia ekonomii wzrostu	K2_U01, K2_U02, K2_U11	Projekt indywidualny, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
U2	Student/ka rozpoznaje etyczne, obyczajowe i religijne normy i reguły wyznaczające zakres akceptowanych społecznie wyborów ekonomicznych	K2_U01, K2_U02, K2_U11	Projekt indywidualny, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
U3	Student/ka identyfikuje współczesne globalne wyzwania ekologiczne i potrafi dostosować do nich swoje działania	K2_U01, K2_U02, K2_U11	Projekt indywidualny, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
Kompetencje społecznych			
K1	Student/ka respektuje przyjęte społecznie regulacje dotyczące zrównoważonego rozwoju i ograniczonej konsumpcji	K2_K01, K2_K04, K2_K05	Projekt indywidualny, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
K2	Student/ka jest gotowa/y do pogłębiania swojej wiedzy na temat aktualnych problemów społeczno-ekonomicznych w skali globalnej i lokalnej	K2_K01, K2_K04, K2_K05	Projekt indywidualny, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Kultura jako fundament życia społecznego	C1, C2	W1, W4, U2, U3, K1, K2
2.	Kulturowe wzorce gospodarowania	C1, C2, C3	W1, W3, W4, U1, U2, U3, K1, K2
3.	Aksjologia ekonomii postwzrostu i ekonomii umiaru. Koncepcja ekonomii obwarzanka	C1, C2, C3, C4	W1, W2, W3, W4, U1, U2, U3, K1, K2

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
4.	Kondycja świata i współcześnie respektowane normy adresowane do uczestników praktyki gospodarczej	C3, C4	W3, U2, U3, K1, K2
5.	Model homo oeconomicus a człowiek uspołeczniony. Odniesienia aksjologiczne	C2, C3, C4	W1, W3, W4, U2, U3, K1, K2
6.	Kulturowe wzory konsumpcji. Odpowiedzialna konsumpcja	C3, C4	W2, W3, U2, U3, K1, K2
7.	Produkt jako marker kulturowy. Case study	C2, C3, C4	W1, W3, W4, U2, U3, K1, K2
8.	Marketing i reklama a normy kulturowe. Case study	C1, C2, C3, C4	W1, W3, W4, U1, U2, U3, K1, K2
9.	Kulturowe uwarunkowania modeli organizacji. Case study	C1, C2	W1, W4, U2, U3, K1, K2

Modele predykcyjne w projektowaniu produktów

Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

<p>Kierunek studiów Design i komercjalizacja produktu</p> <p>Specjalność -</p> <p>Jednostka organizacyjna UEP</p> <p>Poziom kształcenia studia drugiego stopnia</p> <p>Forma studiów stacjonarne</p> <p>Profil kształcenia ogólnoakademicki</p>	<p>Cykl dydaktyczny 2026/2027</p> <p>Kod przedmiotu UEPKPS.21B.205708.26</p> <p>Język wykładowy Polski</p> <p>Obligatoryjność Obowiązkowy</p> <p>Blok zajęciowy Blok B</p>
---	---

Okres Semestr 1	<p>Forma zaliczenia Zaliczenie</p> <p>Forma prowadzenia i godziny zajęć</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uczestnictwo w wykładach: 15 • Uczestnictwo w ćwiczeniach: 30 	Liczba punktów ECTS 4
---------------------------	--	---------------------------------

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Zdobycie wiedzy w zakresie metod stosowanych w predykcji jakości i bezpieczeństwa produktu
C2	Nabywanie umiejętności w zakresie praktycznego zastosowania metod predykcji w modelowaniu jakości produktów

Wymagania wstępne

Podstawowa wiedza z zakresu jakości produktów

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
-----	-------------------	-------------------------------	--------------------

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	Zna i posługuje się podstawowymi pojęciami z zakresu modeli predykcyjnych w statystycznym projektowaniu produktu.	K2_W01, K2_W02, K2_W03, K2_W07, K2_W08, K2_W09	Sprawdzian pisemny testowy, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
W2	Zna metody i techniki statystyczne oraz wskaźniki jakości stosowane w projektowaniu produktów.	K2_W01, K2_W02, K2_W03, K2_W05, K2_W06, K2_W08	Sprawdzian pisemny testowy, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
W3	Zna i posługuje się oprogramowaniem wykorzystywanym do obliczeń modeli predykcyjnych i wizualizacji danych procesowych.	K2_W01, K2_W05, K2_W07, K2_W08, K2_W09	Sprawdzian pisemny testowy, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
W4	Zna i rozumie metody opracowywania zebranych danych procesowych, problemy wnioskowania statystycznego oraz potrafi weryfikować postawione hipotezy badawcze.	K2_W01, K2_W02, K2_W03, K2_W07, K2_W08, K2_W09	Sprawdzian pisemny testowy, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
Umiejętności			
U1	Umiejętnie stosuje poznane metody i techniki oraz wskaźniki jakości stosowane w projektowaniu produktów, wykorzystując oprogramowanie statystyczne.	K2_U01, K2_U02, K2_U03, K2_U05, K2_U06, K2_U09	Sprawdzian pisemny testowy, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
U2	Potrafi zinterpretować uzyskane wyniki i sformułować wnioski.	K2_U01, K2_U02, K2_U04, K2_U05, K2_U06, K2_U07, K2_U09	Sprawdzian pisemny testowy, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
U3	Posługuje się normami wspomagającymi sterowanie jakością.	K2_U02, K2_U03, K2_U05, K2_U06	Sprawdzian pisemny testowy, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
U4	Potrafi zastosować odpowiednią procedurę analizy błędów celem optymalizacji procesu pomiarowego.	K2_U01, K2_U02, K2_U04, K2_U05, K2_U06, K2_U07	Sprawdzian pisemny testowy, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
Kompetencji społecznych			
K1	Student rozumie potrzebę stosowania nowoczesnych metod predykcyjnych w projektowaniu produktów bezpiecznych dla konsumenta.	K2_K01, K2_K03, K2_K05	Sprawdzian pisemny testowy, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
K2	Student jest świadomy znaczenia metod statystycznych w analizie cech jakościowych produktów	K2_K01, K2_K03	Sprawdzian pisemny testowy, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Modele predykcyjne oparte na szeregach czasowych. Estymacja parametrów modelu.	C1, C2	W1, W2, U1, K1, K2
2.	Metody stosowane w predykcji jakości produktu – charakterystyka metod i możliwości ich zastosowania.	C1, C2	W2, W3, W4, U1, U2, U3, U4, K2
3.	Modele analizy regresji wielokrotnej i nieliniowej (logit i probit) w przewidywaniu sukcesu i porażki projektowanego produktu.	C1, C2	W3, W4, U2, U4
4.	Wykorzystanie analizy dyskryminacyjnej z predyktorami w przewidywaniu decyzji konsumentów.	C2	W1, W3, W4, U2, U4, K1, K2
5.	Modele prognostyczne (m.in. ARIMA) wykorzystywane do wykrywania sezonowych trendów oraz predykcji danych zmiennych czasowo.	C2	W1, W3, U1, U2, K1, K2
6.	Narzędzia prognoz. Wyrównanie wykładnicze w badaniu szeregów czasowych.	C2	W4, U1, U2, U4, K1, K2
7.	Budowanie modeli predykcyjnych w oparciu o poznane metody zbierania i analizy danych.	C1	W3, W4, U2, U4, K1
8.	Modele w predykcji jakości i bezpieczeństwa składników produktowych.	C1, C2	W1, W3, U1, U2, K2
9.	Metody prognozowania mikrobiologicznego w kształtowaniu bezpieczeństwa produktu.	C1, C2	W1, U1, U2, K1

Ocena jakości produktów żywnościowych

Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

<p>Kierunek studiów Design i komercjalizacja produktu</p> <p>Specjalność -</p> <p>Jednostka organizacyjna UEP</p> <p>Poziom kształcenia studia drugiego stopnia</p> <p>Forma studiów stacjonarne</p> <p>Profil kształcenia ogólnoakademicki</p>	<p>Cykl dydaktyczny 2026/2027</p> <p>Kod przedmiotu UEPKPS.21B.13466.26</p> <p>Język wykładowy Polski</p> <p>Obligatoryjność Obowiązkowy</p> <p>Blok zajęciowy Blok B</p>
---	--

<p>Okres Semestr 1</p>	<p>Forma zaliczenia Egzamin</p> <p>Forma prowadzenia i godziny zajęć</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uczestnictwo w wykładach: 30 • Uczestnictwo w ćwiczeniach (laboratorium): 45 	<p>Liczba punktów ECTS 6</p>
-----------------------------------	--	---

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Zapoznanie studentów z aktualnymi trendami w produkcji żywności.
C2	Przekazanie studentom zasad znakowania środków spożywczych
C3	Zapoznanie studentów z czynnikami kształtującymi jakość i wartość odżywczą środków spożywczych
C4	Przekazanie wiedzy dotyczącej wybranych środków spożywczych
C5	Przedstawienie studentom klasyfikacji oraz roli dozwolonych substancji dodatkowych w kształtowaniu jakości artykułów spożywczych
C6	Zapoznanie studentów z problematyką zafałszowań i zanieczyszczeń żywności
C7	Zapoznanie studentów z metodami oceny jakości wybranych artykułów spożywczych i zasadami sporządzania ekspertyz

Wymagania wstępne

Podstawowa wiedza z zakresu nauk o jakości i chemii.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	Student zna zasady znakowania w zakresie oświadczeń żywieniowych i zdrowotnych	K2_W09	Egzamin pisemny testowy, Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami, Sprawdzian pisemny testowy, Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Sprawdzian ustny, Projekt grupowy / praca w grupie, Przeprowadzenie badań
W2	Student omawia wybrane środki spożywcze z uwzględnieniem czynników kształtujących ich jakość oraz wartość odżywczą	K2_W08, K2_W09	Egzamin pisemny testowy, Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami, Sprawdzian pisemny testowy, Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Sprawdzian ustny, Projekt grupowy / praca w grupie, Przeprowadzenie badań
W3	Student charakteryzuje dozwolone substancje dodatkowe do żywności, ich rolę w kształtowaniu jakości żywności	K2_W03, K2_W09	Egzamin pisemny testowy, Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami, Sprawdzian pisemny testowy, Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Sprawdzian ustny, Projekt grupowy / praca w grupie, Przeprowadzenie badań
W4	Student charakteryzuje zafałszowania i zanieczyszczenia żywności	K2_W05, K2_W09	Egzamin pisemny testowy, Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami, Sprawdzian pisemny testowy, Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Sprawdzian ustny, Projekt grupowy / praca w grupie, Przeprowadzenie badań

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
W5	Student wymienia i charakteryzuje kryteria oceny jakości wybranych środków spożywczych	K2_W09	Egzamin pisemny testowy, Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami, Sprawdzian pisemny testowy, Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Sprawdzian ustny, Projekt grupowy / praca w grupie, Przeprowadzenie badań
Umiejętności			
U1	Student sporządza ekspertyzę oceny jakości produktu na podstawie uzyskanych wyników w odniesieniu do obowiązujących aktów prawnych i normatywnych	K2_U01, K2_U02, K2_U03	Projekt grupowy / praca w grupie, Przeprowadzenie badań
U2	Student ocenia wpływ surowców i procesu technologicznego na jakość oraz wartość odżywczą wybranych środków spożywczych	K2_U02, K2_U06	Egzamin pisemny testowy, Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami, Sprawdzian pisemny testowy, Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Sprawdzian ustny
U3	Student ocenia poprawność znakowania środków spożywczych	K2_U03, K2_U06	Egzamin pisemny testowy, Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami, Sprawdzian pisemny testowy, Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Sprawdzian ustny, Projekt grupowy / praca w grupie
U4	Student oznacza dodatkowe substancje dozwolone w żywności, uzasadnia potrzebę oraz ocenia poprawność ich stosowania w wybranych produktach spożywczych	K2_U03, K2_U06	Sprawdzian pisemny testowy, Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Sprawdzian ustny, Projekt grupowy / praca w grupie, Przeprowadzenie badań
U5	Student wykazuje inicjatywę w zakresie poszerzenia wiedzy i krytycznej oceny danych naukowych dotyczących jakości i bezpieczeństwa żywności.	K2_U01, K2_U12	Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami, Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Przeprowadzenie badań
Kompetencje społecznych			
K1	Student jest zorientowany na zróżnicowane potrzeby konsumentów i producentów żywności.	K2_K01	Egzamin pisemny testowy, Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami, Sprawdzian pisemny testowy, Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
K2	Student docenia zasadność stosowania substancji dodatkowych w żywności, mając na względzie korzyści dla uczestników rynku.	K2_K01, K2_K05	Egzamin pisemny testowy, Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami, Sprawdzian pisemny testowy, Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Aktualne kierunki w produkcji żywności, uwarunkowania	C1	W2, U2
2.	Substancje dodatkowe do żywności - rola w kształtowaniu jakości żywności	C3, C5	W2, W3, U1, U4, K1, K2
3.	Zafałszowania żywności	C6	W2, W4, U1, U2, U3
4.	Zanieczyszczenia żywności i substancje antyodżywcze	C6	W2, W4, W5, U1, U2
5.	Wzbogacanie żywności, suplementy diety	C1, C3, C5	W1, W2, W5, U2, U3, K1
6.	Żywność funkcjonalna, charakterystyka wybranych grup. Podstawowe zagadnienia dotyczące projektowania żywności.	C1, C2, C3	W1, U2, U3, K1
7.	Nowa żywność. Żywność wygodna. Żywność produkowana metodami ekologicznymi.	C1, C2, C3	W1, W2, U1, U2, U3, K1
8.	Żywność regionalna, lokalna i tradycyjna	C1, C2, C4	W1, W2, W4, U2, U3, K1
9.	Zrównoważona produkcja i konsumpcja żywności	C1	W2, U2, K1
10.	Znakowanie żywności. Podstawowe zagadnienia dotyczące tworzenia etykiet. Oświadczenia żywieniowe i zdrowotne	C1, C2	W1, U1, U3
11.	Ocena jakości żywności	C3, C4, C7	W2, W5, U1, U2, U5

Zarządzanie jakością

Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

<p>Kierunek studiów Design i komercjalizacja produktu</p> <p>Specjalność -</p> <p>Jednostka organizacyjna UEP</p> <p>Poziom kształcenia studia drugiego stopnia</p> <p>Forma studiów stacjonarne</p> <p>Profil kształcenia ogólnoakademicki</p>	<p>Cykl dydaktyczny 2026/2027</p> <p>Kod przedmiotu UEPKPS.21A.759.26</p> <p>Język wykładowy Polski</p> <p>Obligatoryjność Obowiązkowy</p> <p>Blok zajęciowy Blok A</p>
---	--

<p>Okres Semestr 1</p>	<p>Forma zaliczenia Egzamin</p> <p>Forma prowadzenia i godziny zajęć</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uczestnictwo w wykładach: 15 • Uczestnictwo w ćwiczeniach: 30 	<p>Liczba punktów ECTS 4</p>
-----------------------------------	---	---

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Przekazanie wiedzy na temat zagadnień dotyczących zarządzania jakością w projektowaniu, rozwoju i komercjalizacji produktu
C2	Zapoznanie z praktycznym zastosowaniem systemów zarządzania jakością w organizacji
C3	Przygotowanie do zastosowania w organizacji systemowego podejścia do zarządzania jakością przy projektowaniu, rozwoju i komercjalizacji produktu

Wymagania wstępne

Znajomość podstaw organizacji i zarządzania oraz podstaw zarządzania jakością

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	student definiuje oraz identyfikuje cechy jakościowe podczas projektowania i rozwoju produktu	K2_W03, K2_W09	Egzamin pisemny testowy, Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Quiz na platformie moodle
W2	student wyjaśnia i odróżnia systemy zarządzania podczas projektowania i rozwoju produktu	K2_W03, K2_W05, K2_W07, K2_W08, K2_W09	Egzamin pisemny testowy, Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Quiz na platformie moodle
Umiejętności			
U1	student analizuje oraz projektuje procesy w zakresie tworzenia i rozwoju produktu	K2_U03, K2_U05	Egzamin pisemny testowy, Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Quiz na platformie moodle
U2	student planuje, buduje, weryfikuje i wdraża systemowe działania w zakresie projektowania i rozwoju produktu	K2_U01, K2_U02, K2_U03, K2_U05	Egzamin pisemny testowy, Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Quiz na platformie moodle
Kompetencji społecznych			
K1	student jest gotów do doskonalenia procesów dotyczących projektowania, rozwoju i komercjalizacji produktu w oparciu o wiedzę i opinie ekspertów w danej dziedzinie	K2_K01, K2_K02, K2_K03	Egzamin pisemny testowy, Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Quiz na platformie moodle
K2	student przestrzega zasad zarządzania jakością oraz norm etycznych w zakresie projektowania, rozwoju i komercjalizacji produktu	K2_K02, K2_K05	Egzamin pisemny testowy, Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Quiz na platformie moodle

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Istota i funkcje jakości w zakresie projektowania i komercjalizacji produktu	C1	W1, U1, K1
2.	System zarządzania jakością a zarządzanie jakością w organizacji	C1, C2	W2, U2, K1
3.	Zasady zarządzania jakością w projektowaniu, rozwoju i komercjalizacji produktu	C1, C3	W1, W2, U1, K2
4.	Metody i techniki zarządzania jakością wykorzystywane w projektowaniu i komercjalizacji produktu	C1	W1, W2, U1, K1
5.	Systemowe podejście do zarządzania jakością w projektowaniu i rozwoju produktu	C2, C3	W1, W2, U2, K1
6.	Analiza kosztów jakości w projektowaniu i komercjalizacji produktów	C2	W1, U1, K1



Instrumentalne metody oceny produktów Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Design i komercjalizacja produktu	Cykl dydaktyczny 2026/2027
Specjalność -	Kod przedmiotu UEPKPS.22B.10278.26
Jednostka organizacyjna UEP	Język wykładowy Polski
Poziom kształcenia studia drugiego stopnia	Obligatoryjność Obowiązkowy
Forma studiów stacjonarne	Blok zajęciowy Blok B
Profil kształcenia ogólnoakademicki	

Okres Semestr 2	Forma zaliczenia Egzamin	Liczba punktów ECTS 4
	Forma prowadzenia i godziny zajęć <ul style="list-style-type: none">• Uczestnictwo w wykładach: 15• Uczestnictwo w ćwiczeniach (laboratorium): 30	

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Nabywanie wiedzy na temat wybranych technik i metod instrumentalnych stosowanych w ocenie jakości wyrobów.
C2	Nabywanie umiejętności stosowania wybranych technik i metod instrumentalnych w ocenie jakości wyrobów.
C3	Nabywanie umiejętności opracowania, interpretacji i przedstawiania wyników wykonanych oznaczeń.

Wymagania wstępne

Student ma podstawową wiedzę i umiejętności z zakresu chemii i fizyki.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	Student zna i rozumie wybrane techniki i metody instrumentalne stosowane w ocenie wyrobów na etapie ich projektowania i kontroli jakości.	K2_W08	Egzamin pisemny testowy, Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami, Sprawdzian pisemny testowy, Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Przeprowadzenie badań, raporty z ćwiczeń
W2	Student zna zastosowanie wybranych technik i metod instrumentalnych.	K2_W08	Egzamin pisemny testowy, Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami, Sprawdzian pisemny testowy, Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Przeprowadzenie badań, raporty z ćwiczeń
Umiejętności			
U1	Student proponuje odpowiednią technikę lub metodę instrumentalną do rozwiązania wybranego problemu analitycznego.	K2_U03, K2_U05	Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami, Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Przeprowadzenie badań, raporty z ćwiczeń
U2	Student wykonuje oznaczenia zaproponowane podczas zajęć, wykorzystując wybraną technikę lub metodę instrumentalną.	K2_U03, K2_U05	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Przeprowadzenie badań, raporty z ćwiczeń
U3	Student interpretuje uzyskane wyniki i sporządza raport.	K2_U02, K2_U03	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Przeprowadzenie badań, raporty z ćwiczeń
U4	Student potrafi pracować w zespole i pełnić w nim różne role.	K2_U13	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Przeprowadzenie badań, raporty z ćwiczeń
Kompetencje społecznych			

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
K1	Student ma świadomość znaczenia prawidłowego wykonania analiz i uzyskania wiarygodnych wyników na etapie projektowania i oceny jakości wyrobów.	K2_K01, K2_K02, K2_K05	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Przeprowadzenie badań, raporty z ćwiczeń

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Przegląd technik i metod analitycznych wykorzystywanych w procesie projektowania i oceny jakości wyrobów.	C1, C2, C3	W1, W2, U1, U2, U3, U4, K1
2.	Zastosowanie wybranych technik i metod spektroskopowych w ocenie jakości wyrobów.	C1, C2, C3	W1, W2, U1, U2, U3, U4, K1
3.	Zastosowanie wybranych metod optycznych w ocenie jakości wyrobów.	C1, C2, C3	W1, W2, U1, U2, U3, U4, K1
4.	Zastosowanie wybranych metod elektroanalitycznych w ocenie jakości wyrobów.	C1, C2, C3	W1, W2, U1, U2, U3, U4, K1
5.	Zastosowanie wybranych technik chromatograficznych w ocenie jakości wyrobów.	C1, C2, C3	W1, W2, U1, U2, U3, U4, K1

Ocena jakości produktów nieżywnościowych

Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

<p>Kierunek studiów Design i komercjalizacja produktu</p> <p>Specjalność -</p> <p>Jednostka organizacyjna UEP</p> <p>Poziom kształcenia studia drugiego stopnia</p> <p>Forma studiów stacjonarne</p> <p>Profil kształcenia ogólnoakademicki</p>	<p>Cykl dydaktyczny 2026/2027</p> <p>Kod przedmiotu UEPKPS.22B.13465.26</p> <p>Język wykładowy Polski</p> <p>Obligatoryjność Obowiązkowy</p> <p>Blok zajęciowy Blok B</p>
---	--

<p>Okres Semestr 2</p>	<p>Forma zaliczenia Egzamin</p> <p>Forma prowadzenia i godziny zajęć</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uczestnictwo w wykładach: 30 • Uczestnictwo w ćwiczeniach (laboratorium): 45 	<p>Liczba punktów ECTS 6</p>
-----------------------------------	--	---

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Zapoznanie z podstawowymi pojęciami z zakresu klasyfikacji, produkcji i badania produktów nieżywnościowych.
C2	Przekazanie wiedzy dotyczącej charakterystyki wybranych grup produktów przemysłowych, czynników kształtujących ich jakość oraz kryteriów oceny.
C3	Wykształcenie umiejętności oceny produktów przemysłowych z wykorzystaniem badań organoleptycznych, fizykochemicznych oraz metod specjalistycznych, opracowania wyników oznaczeń oraz przygotowania ekspertyzy.

Wymagania wstępne

Student potrafi wykonywać proste działania matematyczne, przekształcać wzory, zamieniać jednostki, obliczać średnią arytmetyczną i odchylenie standardowe.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	Student objaśnia kluczowe pojęcia związane z oceną i zapewnieniem jakości produktów nieżywnościowych.	K2_W01, K2_W05, K2_W09	Egzamin pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przeprowadzenie badań, Quiz na platformie moodle
W2	Student przedstawia charakterystykę, klasyfikację, podstawy technologii oraz czynniki wpływające na jakość wybranych grup produktów nieżywnościowych.	K2_W05, K2_W07, K2_W09	Egzamin pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przeprowadzenie badań, Quiz na platformie moodle
W3	Student opisuje metody oceny i analizy produktów nieżywnościowych. Definiuje i identyfikuje podstawowe wyróżniki jakościowe wybranych grup produktów.	K2_W06, K2_W07, K2_W08, K2_W09	Egzamin pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przeprowadzenie badań, Quiz na platformie moodle
Umiejętności			
U1	Student pracuje w zespole podczas badań i przygotowywaniu raportów dotyczących wybranych grup produktów nieżywnościowych.	K2_U10, K2_U12, K2_U13	Projekt grupowy / praca w grupie, Przeprowadzenie badań
U2	Student dobiera i wykonuje oznaczenia organoleptyczne, fizyko-chemiczne i mechaniczne z wykorzystaniem metod analitycznych właściwych dla danego produktu.	K2_U03, K2_U05, K2_U06	Projekt grupowy / praca w grupie, Przeprowadzenie badań
U3	Student weryfikuje prawidłowość oznakowania danego produktu nieżywnościowego oraz przygotowuje ekspertyzę na temat jego właściwości w oparciu o wyniki przeprowadzonych badań.	K2_U03, K2_U06, K2_U10, K2_U13	Projekt grupowy / praca w grupie, Przeprowadzenie badań, Quiz na platformie moodle
Kompetencje społecznych			
K1	Student wykazuje odpowiedzialność za podejmowane decyzje zawodowe i informowanie społeczeństwa na temat oceny i kontroli jakości produktów nieżywnościowych.	K2_K01, K2_K04, K2_K05	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przeprowadzenie badań

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Podstawowe pojęcia z zakresu zapewnienia jakości produktów nieżywnościowych. Klasyfikacja towarów, normalizacja i zasady znakowania wybranych grup produktów nieżywnościowych. Podstawy dobrej praktyki laboratoryjnej.	C1, C2	W1, W3, U1, K1
2.	Ocena jakości i metody badań wyrobów nieżywnościowych. Przygotowanie próbek, ogólny schemat badań i interpretacji wyników oznaczeń.	C1, C3	W2, W3, U1, U2, K1
3.	Charakterystyka wytworów papierniczych – rodzaje, właściwości i zastosowanie. Wyróżniki jakościowe asortymentu oraz metody badań wyrobów papierowych oraz tektury falistej. Modyfikacje i udoskonalanie konwencjonalnych materiałów.	C2, C3	W2, W3, U1, U2, U3, K1
4.	Charakterystyka surowców włókienniczych, właściwości i zastosowanie. Wyróżniki jakościowe, właściwości użytkowe oraz metody badań surowców oraz gotowych wyrobów włókienniczych. Wpływ doboru surowców na gotowe wyroby codziennego użytku.	C2, C3	W2, W3, U1, U2, U3, K1
5.	Podstawy technologii wytwarzania i właściwości ceramiki szlachetnej. Badanie wyróżników jakościowych wyrobów ceramiki stołowej. Charakterystyka wybranych wyrobów ceramiki budowlanej. Metody oceny jakości i właściwości wyrobów ceramicznych. Wady wyrobów ceramicznych - klasyfikacja gatunków jakości.	C2, C3	W1, W2, W3, U1, U2, U3, K1
6.	Charakterystyka surowców szklotwórczych i technologii produkcji szkła. Klasyfikacja, wyróżniki jakościowe i właściwości użytkowe szkła gospodarczego i budowlanego. Badanie wyrobów szklanych. Wady wyrobów szklanych - kontrola w produkcji masowej.	C2, C3	W1, W2, W3, U1, U2, U3, K1
7.	Polimery i tworzywa sztuczne, przegląd najważniejszych grup materiałów podstawowych i środków pomocniczych stosowanych w ich przetwórstwie. Właściwości wybranych tworzyw sztucznych i obszary ich zastosowania. Nowoczesne materiały hybrydowe i biodegradowalne.	C1, C2, C3	W1, W2, W3, U1, U2, U3, K1
8.	Środki powierzchniowo czynne – zastosowanie w kosmetykach i w chemii gospodarstwa domowego, ocena jakości produktów chemii gosp. domowego i kosmetyków. Znakowanie produktów chemicznych - oznaczenia CLP.	C1, C2, C3	W1, W2, W3, U1, U2, U3, K1
9.	Cykl życia produktów, zrównoważone produkty nieżywnościowe i procesy produkcyjne. Zagospodarowanie odpadów w ramach gospodarki o obiegu zamkniętym. Zagospodarowanie odpadów poprodukcyjnych i poużytkowych – podstawowe informacje.	C2, C3	W1, W2, U1, U2, U3, K1



Seminarium dyplomowe Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Design i komercjalizacja produktu	Cykl dydaktyczny 2026/2027
Specjalność -	Kod przedmiotu UEPKPS.22C.409.26
Jednostka organizacyjna UEP	Język wykładowy Polski
Poziom kształcenia studia drugiego stopnia	Obligatoryjność Obowiązkowy
Forma studiów stacjonarne	Blok zajęciowy Blok C
Profil kształcenia ogólnoakademicki	

Okres Semestr 2	Forma zaliczenia Zaliczenie	Liczba punktów ECTS 4
	Forma prowadzenia i godziny zajęć • Uczestnictwo w seminarium: 15	

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Zapoznanie z podstawową literaturą z zakresu przedmiotowego seminarium
C2	Zbudowanie warsztatu naukowego umożliwiającego przygotowanie pracy dyplomowej
C3	Wyrobienie umiejętności prezentacji poglądów i przemyśleń

Wymagania wstępne

Umiejętność obsługi edytorów tekstowych oraz arkuszy kalkulacyjnych (np. MS Word, MS Excel)

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
-----	-------------------	-------------------------------	--------------------

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	Student/ka zna podstawowy dorobek teoretyczny z zakresu przedmiotowego seminarium	K2_W01, K2_W02	Esej / referat, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Przygotowanie prezentacji, Prezentacja częściowych wyników badań
W2	Student/ka zna zasady definiowania problemu badawczego i przygotowania pracy dyplomowej	K2_W07	Esej / referat, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Przeprowadzenie badań, Przygotowanie prezentacji, Prezentacja częściowych wyników badań
W3	Student/k zna podstawowe metody badań naukowych z zakresu przedmiotowego seminarium, umożliwiające przygotowanie pracy dyplomowej	K2_W07, K2_W08	Esej / referat, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Przeprowadzenie badań, Przygotowanie prezentacji, Prezentacja częściowych wyników badań
W4	Student/ka zna podstawowe bazy danych bibliograficznych i statystycznych właściwe dla przedmiotowego seminarium	K2_W01, K2_W05, K2_W07	Esej / referat, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Przygotowanie prezentacji, Prezentacja częściowych wyników badań
Umiejętności			
U1	Student/ka potrafi przeprowadzić kwerendę literaturową i dokonać krytycznej oceny pozyskanych informacji	K2_U01, K2_U02, K2_U08, K2_U12	Esej / referat, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Przeprowadzenie badań, Przygotowanie prezentacji, Prezentacja częściowych wyników badań
U2	Student/ka potrafi zdefiniować problem badawczy, sformułować tezy, hipotezy lub cele badawcze, zaprojektować badania empiryczne lub teoretyczne	K2_U03, K2_U04, K2_U05, K2_U08, K2_U12	Esej / referat, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Przeprowadzenie badań, Przygotowanie prezentacji, Prezentacja częściowych wyników badań
U3	Student/ka potrafi przygotować pracę pisemną lub prezentację z zakresu przedmiotowego seminarium	K2_U08, K2_U09, K2_U10, K2_U11	Esej / referat, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Przeprowadzenie badań, Przygotowanie prezentacji, Prezentacja częściowych wyników badań
Kompetencji społecznych			

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
K1	Student/ka postępuje etycznie i zgodnie z regulaminem studiów UEP	K2_K01, K2_K05	Esej / referat, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Przeprowadzenie badań, Przygotowanie prezentacji, Prezentacja częściowych wyników badań

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Zasady przygotowania pracy dyplomowej	C2	W1, W2, U2, U3, K1
2.	Podstawowe bazy danych bibliograficznych i statystycznych właściwe dla przedmiotowego seminarium.	C1	W4, U1
3.	Metodyka badawcza w zakresie przedmiotowym seminarium.	C1, C2, C3	W1, W3, W4, U1, U2
4.	Dyskusja nad koncepcją pracy dyplomowej.	C1, C2, C3	W1, W2, U1, U2, K1
5.	Referowanie częściowych wyników badań.	C1, C2, C3	W1, W2, W3, U2, K1
6.	Prezentacja tez pracy dyplomowej.	C3	W1, W2, U2, U3, K1

Trendy estetyczne i rynkowe

Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

<p>Kierunek studiów Design i komercjalizacja produktu</p> <p>Specjalność -</p> <p>Jednostka organizacyjna UEP</p> <p>Poziom kształcenia studia drugiego stopnia</p> <p>Forma studiów stacjonarne</p> <p>Profil kształcenia ogólnoakademicki</p>	<p>Cykl dydaktyczny 2026/2027</p> <p>Kod przedmiotu UEPKPS.22C.11392.26</p> <p>Język wykładowy Polski</p> <p>Obligatoryjność Obowiązkowy</p> <p>Blok zajęciowy Blok C</p>
---	--

Okres Semestr 2	<p>Forma zaliczenia Zaliczenie</p> <p>Forma prowadzenia i godziny zajęć • Uczestnictwo w wykładach: 15</p>	Liczba punktów ECTS 1
---------------------------	--	---------------------------------

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Uzyskanie wiedzy z zakresu współczesnych trendów estetycznych i rynkowych
C2	Uzyskanie wiedzy na temat technik oraz narzędzi wykorzystywanych do analizy trendów
C3	Wykształcenie umiejętności analizy trendów
C4	Rozwinięcie umiejętności wykorzystywania trendów w praktyce kreowania innowacji produktowych

Wymagania wstępne

podstawowa wiedza z zakresu marketingu

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	Student zna współczesne trendy estetyczne i rynkowe oraz rozumie podstawowe pojęcia związane z analizą trendów, trendwatchingiem	K2_W02, K2_W03	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
W2	Student rozumie miejsce analizy i prognozowania trendów w budowaniu strategii wzorniczej przedsiębiorstwa	K2_W01, K2_W03	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
W3	Student zna techniki i narzędzia wykorzystywane do analizy i prognozowania trendów	K2_W03, K2_W08	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
Umiejętności			
U1	Student trafnie stosuje narzędzia i techniki wykorzystywane w procesie analizy trendów	K2_U01, K2_U02, K2_U04	Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
U2	Student potrafi wykorzystywać wiedzę na temat trendów na potrzeby proponowania kreatywnych rozwiązań dla danego przedsiębiorstwa	K2_U01, K2_U02, K2_U04, K2_U07, K2_U13	Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
U3	Student proponuje innowacyjne koncepcje produktów / usług w oparciu o wiedzę na temat trendów rynkowych	K2_U02, K2_U04, K2_U07, K2_U13	Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
Kompetencji społecznych			
K1	Student jest otwarty na zmieniające się uwarunkowania społeczne i gospodarcze, rozumie znaczenie analizy trendów rynkowych, ale również społecznych.	K2_K01, K2_K02, K2_K03	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
K2	Student potrafi proponować kreatywne rozwiązania dla przedsiębiorstwa wynikające z dogłębnej analizy trendów oraz racjonalnie argumentować dobór proponowanych działań	K2_K01, K2_K02, K2_K03	Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Wprowadzenie do trendów estetycznych i rynkowych	C1	W1
2.	Obszary wykorzystania wiedzy dotyczącej trendów	C1	W1, W2, K1
3.	Istota analizy i prognozowania trendów – podstawowe pojęcia.	C1	W1
4.	Analiza trendu - desk research	C1	W1, K1
5.	Analiza trendu i mapowanie trendu - powiązania pomiędzy trendami	C2, C3	W2, W3, U1

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
6.	Analiza trendu i możliwości wykorzystania wiedzy o trendzie w procesie projektowania innowacji - CONSUMER TREND CANVAS	C4	W2, W3, U1, U2, K2
7.	Aplikacja trendu - kreowanie innowacyjnych rozwiązań	C4	W2, U2, U3, K2



Wprowadzenie do projektowania produktu

Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Design i komercjalizacja produktu	Cykl dydaktyczny 2026/2027
Specjalność -	Kod przedmiotu UEPKPS.22C.205712.26
Jednostka organizacyjna UEP	Język wykładowy Polski
Poziom kształcenia studia drugiego stopnia	Obligatoryjność Obowiązkowy
Forma studiów stacjonarne	Blok zajęciowy Blok C
Profil kształcenia ogólnoakademicki	

Okres Semestr 2	Forma zaliczenia Zaliczenie	Liczba punktów ECTS 2
	Forma prowadzenia i godziny zajęć • Uczestnictwo w wykładach: 30	

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Uzyskanie wiedzy na temat istoty procesu projektowania produktu
C2	Uzyskanie wiedzy na temat przebiegu procesu projektowania produktu
C3	Wykształcenie umiejętności analizowania uwarunkowań projektowania produktu
C4	Wykształcenie odpowiedzialnej postawy za podejmowane decyzje związane z procesem projektowania produktu

Wymagania wstępne

Podstawowa wiedza z zakresu jakości i bezpieczeństwa produktu oraz marketingu

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	Student charakteryzuje istotę procesu projektowania produktu	K2_W01, K2_W02, K2_W11	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
W2	Student wymienia i charakteryzuje etapy projektowania produktu	K2_W01, K2_W07, K2_W08	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
W3	Student wymienia elementy składowe dokumentacji produktowej oraz wskazuje ich rolę w zarządzaniu przedsiębiorstwem	K2_W07	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
W4	Student charakteryzuje role przyjmowane w zróżnicowanych modelach współpracy podczas projektowania produktu	K2_W05	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
W5	Student zna trendy rozwojowe na rynku dóbr konsumpcyjnych i na przykładach objaśnia ich znaczenie	K2_W02, K2_W03	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
Umiejętności			
U1	Student analizuje uwarunkowania projektowania produktu	K2_U07	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
Kompetencji społecznych			
K1	Student wykazuje odpowiedzialność za podejmowane decyzje związane z procesem projektowania produktu	K2_K01	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Istota procesu projektowania produktu.	C1	W1
2.	Analiza otoczenia na potrzeby projektowania produktu.	C1	W1
3.	Trendy rozwojowe na rynku dóbr konsumpcyjnych w procesie projektowania produktu.	C1	W5
4.	Wyzwania, szanse i ryzyko związane z projektowaniem produktów należących do poszczególnych kategorii nowego produktu.	C2, C3	U1
5.	Rynkowe, ekonomiczne, prawne, środowiskowe, techniczne, technologiczne, kulturowe i społeczne uwarunkowania projektowania produktu.	C3	U1
6.	Etapy projektowania produktu.	C2	W2

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
7.	Dokumentacja produktowa, informowanie na temat produktu.	C2, C4	W3, K1
8.	Modele współpracy i odpowiedzialność w procesie projektowania produktu.	C3	W4, K1
9.	Zarządzanie procesem wprowadzania produktu na rynek.	C1, C2, C3	W1
10.	Skuteczność i efektywność procesu projektowania produktu - wspomaganie, monitorowanie.	C4	U1, K1

E-konsument

Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Design i komercjalizacja produktu Specjalność - Jednostka organizacyjna UEP Poziom kształcenia studia drugiego stopnia Forma studiów stacjonarne Profil kształcenia ogólnoakademicki		Cykl dydaktyczny 2026/2027 Kod przedmiotu UEPKPS.22C.11952.26 Język wykładowy Polski Obligatoryjność Do wyboru Blok zajęciowy Blok C	
Okres Semestr 2	Forma zaliczenia Zaliczenie Forma prowadzenia i godziny zajęć • Uczestnictwo w wykładach: 15	Liczba punktów ECTS 1	

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Student uzyska wiedzę z zakresu zachowań konsumentów na rynku internetowym.
C2	Student zapozna się z przesłankami i uwarunkowaniami determinującymi zachowania e-konsumentów.
C3	Student wykształci umiejętności analizowania informacji i prowadzenia badań rynkowych w wirtualnym środowisku.
C4	Student rozwinie umiejętności interpretowania i wyjaśniania zjawisk determinujących zachowania e-konsumentów.
C5	Student wykształci umiejętności stosowania wiedzy o zachowaniach konsumentów w przestrzeni wirtualnej w procesie podejmowania decyzji menedżerskich.

Wymagania wstępne

Podstawowa wiedza z zakresu marketingu.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	Wyjaśnia rolę e-konsumenta i znaczenie jego zachowań w rozwoju gospodarczym i strategii przedsiębiorstwa.	K2_W01, K2_W02, K2_W03	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami
W2	Rozpoznaje i wyjaśnia podstawowe modele zachowań konsumentów na rynku internetowym.	K2_W02, K2_W04	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami
W3	Identyfikuje i klasyfikuje uwarunkowania zachowań e-konsumenta na współczesnym rynku.	K2_W02, K2_W03, K2_W04, K2_W07	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami
Umiejętności			
U1	Interpretuje wpływ określonych determinant na postawy i wybory e-konsumenta.	K2_U01, K2_U02, K2_U04	Projekt grupowy / praca w grupie
U2	Potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę do planowania i dostosowania działań marketingowych do trendów w zachowaniach konsumentów na rynku internetowym.	K2_U02, K2_U04, K2_U09, K2_U10, K2_U11	Projekt grupowy / praca w grupie
U3	Jest gotów do krytycznej analizy zebranych danych i formułowania wniosków z badań e-konsumentów.	K2_U01, K2_U02, K2_U07	Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
Kompetencji społecznych			
K1	Jest gotów do krytycznego i kreatywnego wykorzystywania wiedzy marketingowej w życiu zawodowym, z uwzględnieniem zmieniających się realiów rynkowych.	K2_K02, K2_K03	Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
K2	Rozumie potrzebę postępowania w procesie badań w sposób etyczny i społecznie odpowiedzialny.	K2_K05	Projekt grupowy / praca w grupie

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	E-konsument: podstawowe pojęcia oraz dylematy terminologiczne.	C1	W1
2.	Teoria zachowań konsumenta: pojęcie, zakres zachowań uczestników rynku.	C1	W1
3.	Nowe technologie i ich wpływ na zachowania konsumentów.	C1, C2, C3	W1, W3, U1
4.	Modele podejmowania decyzji zakupu w Internecie.	C1	W2
5.	Uwarunkowania wewnętrzne i zewnętrzne zachowań nabywczych e-konsumentów.	C2, C3	W3, U1
6.	Proces podejmowania decyzji przez e-konsumentów na tle przemian wynikających z wirtualizacji.	C1, C2	W1
7.	Konsekwencje zachowań nabywców online.	C1, C2	W1, U1, U2

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
8.	Profil e-konsumenta w Polsce (portret demograficzny, społeczno-zawodowy i ekonomiczny).	C1, C2	W1
9.	Badania e-konsumentów - źródła informacji o e-konsumencie, metody i techniki badania e-konsumenta.	C3, C4	U2, U3, K1, K2
10.	Wytyczne dla działań marketingowych. Dylematy aplikacyjne.	C3, C5	U1, U2, U3, K1



Ekoprojektowanie

Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Design i komercjalizacja produktu	Cykl dydaktyczny 2026/2027
Specjalność -	Kod przedmiotu UEPKPS.22C.13150.26
Jednostka organizacyjna UEP	Język wykładowy Polski
Poziom kształcenia studia drugiego stopnia	Obligatoryjność Do wyboru
Forma studiów stacjonarne	Blok zajęciowy Blok C
Profil kształcenia ogólnoakademicki	

Okres Semestr 2	Forma zaliczenia Zaliczenie	Liczba punktów ECTS 1
	Forma prowadzenia i godziny zajęć • Uczestnictwo w wykładach: 15	

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Przyswojenie podstawowych zasad ekoprojektowania
C2	Nabywanie wiedzy w zakresie uwarunkowań prawnych i stymulantów ekoprojektowania w praktyce gospodarczej
C3	Nabywanie wiedzy w zakresie teoretycznych i praktycznych aspektów ekoprojektowania

Wymagania wstępne

brak

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
-----	-------------------	-------------------------------	--------------------

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	Student wymienia i objaśnia zasady ekoprojektowania	K2_W02, K2_W03, K2_W05, K2_W09	Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
W2	Student przytacza najważniejsze akty prawne i normy dotyczące ekoprojektowania	K2_W01, K2_W04	Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
W3	Student wymienia i objaśnia narzędzia służące ekoprojektowaniu	K2_W07, K2_W08	Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
Umiejętności			
U1	Student interpretuje podstawowe elementy metodyki ekoprojektowania oraz wymagania prawne i normatywne w tym zakresie	K2_U01, K2_U03	Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
U2	Student ustala strategię ekoprojektowania na przykładzie wybranych produktów	K2_U04, K2_U05	Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
U3	Student analizuje i poddaje krytyce narzędzia ekoprojektowe	K2_U02, K2_U04	Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
Kompetencji społecznych			
K1	Student jest gotowy do przestrzegania zasad zrównoważonej produkcji i konsumpcji w działalności gospodarczej	K2_K03, K2_K04	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Ekoprojektowanie jako filar zrównoważonej produkcji i konsumpcji	C1	W1, K1
2.	Definicje, cele i założenia ekoprojektowania	C1	W1, U1, K1
3.	Ekoprojektowanie jako element systemów zarządzania środowiskowego	C1, C2	W1, W2, U1, K1
4.	Ogólne i szczegółowe wymagania prawne dla ekoprojektów	C1, C2	W2, U1, K1
5.	Etapy postępowania podczas ekoprojektowania	C3	W1, U1, K1
6.	Klasyfikacje ekoprojektowe i strategię ekoprojektowania na przykładzie modułu Design Pilot - produkty pasywne	C1, C3	W1, W2, U2, K1

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
7.	Klasyfikacje ekoprojektowe i strategie ekoprojektowania na przykładzie modułu Design Pilot - produkty aktywne	C1, C3	W1, W2, U2, K1
8.	Wybrane narzędzia stosowane w procedurze ekoprojektowania	C3	W3, U3, K1
9.	Metoda BASF w procedurze ekoprojektowania - cele, założenia, postępowanie, korzyści stosowania	C3	W3, U1, U3, K1
10.	Praktyczne aspekty ekoprojektowania - przykłady ekoprojektów	C3	W3, U3, K1



Opakowanie jako narzędzie ochrony produktu i komunikacji rynkowej Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Design i komercjalizacja produktu	Cykl dydaktyczny 2026/2027
Specjalność -	Kod przedmiotu UEPKPS.22C.13156.26
Jednostka organizacyjna UEP	Język wykładowy Polski
Poziom kształcenia studia drugiego stopnia	Obligatoryjność Do wyboru
Forma studiów stacjonarne	Blok zajęciowy Blok C
Profil kształcenia ogólnoakademicki	

Okres Semestr 2	Forma zaliczenia Zaliczenie	Liczba punktów ECTS 1
	Forma prowadzenia i godziny zajęć • Uczestnictwo w wykładach: 15	

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Uzyskanie wiedzy z zakresu najważniejszych pojęć związanych z opakowaniami w odniesieniu do różnych kategorii produktów konsumpcyjnych.
C2	Wykształcenie umiejętności analizowania funkcji opakowań i ich roli w komunikacji rynkowej.
C3	Uzyskanie wiedzy dotyczącej wpływu opakowań na bezpieczeństwo produktów wrażliwych na kontakt.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
W1	Student wymienia i omawia funkcje, jakie pełnią opakowania produktów konsumpcyjnych w kontekście jakości, bezpieczeństwa i komunikacji na rynku.	K2_W03, K2_W06	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Quiz na platformie moodle
W2	Student definiuje kategorie zagrożeń związanych z bezpieczeństwem opakowań do produktów wrażliwych na kontakt.	K2_W01, K2_W05	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Quiz na platformie moodle
W3	Student charakteryzuje sposoby przekazywania informacji obligatoryjnych i dobrowolnych konsumentom oraz szanse i problemy w tym obszarze.	K2_W06	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Quiz na platformie moodle
Umiejętności			
U1	Student analizuje funkcje, jakie pełnią opakowania w ochronie produktu i konsumenta.	K2_U03, K2_U04	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Quiz na platformie moodle
U2	Student analizuje różne projekty opakowań pod kątem poprawnej komunikacji z konsumentem.	K2_U01, K2_U02, K2_U06	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Quiz na platformie moodle
Kompetencje społecznych			
K1	Student rozumie konieczność wprowadzania zmian w oparciu o przepisy prawa, trendy w projektowaniu oraz potrzeby różnych grup konsumentów w obszarze projektowania i komunikacji.	K2_K01, K2_K02	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Podstawowe pojęcia związane z opakowaniami w odniesieniu do różnych kategorii produktów konsumpcyjnych, w świetle obowiązujących przepisów prawa.	C1	W1, U2, K1
2.	Opakowanie jako bierna i aktywna ochrona produktów.	C1, C2, C3	W1, W2, U1, U2, K1
3.	Opakowanie jako nośnik informacji. Problem wprowadzania konsumentów w błąd, zjawisko greenwashingu.	C2	W3, U2, K1
4.	Rola innowacji na rynku opakowań w kontekście zapewnienia ochrony produktu oraz komunikacji z konsumentem.	C2	W1, W3, U2, K1
5.	Warstwa wizualna i emocjonalna w projektowaniu opakowań.	C2	W1, U2, K1



Trendy rozwoju energii odnawialnej Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Design i komercjalizacja produktu	Cykl dydaktyczny 2026/2027
Specjalność -	Kod przedmiotu UEPKPS.22C.205722.26
Jednostka organizacyjna UEP	Język wykładowy Polski
Poziom kształcenia studia drugiego stopnia	Obligatoryjność Do wyboru
Forma studiów stacjonarne	Blok zajęciowy Blok C
Profil kształcenia ogólnoakademicki	

Okres Semestr 2	Forma zaliczenia Zaliczenie	Liczba punktów ECTS 1
	Forma prowadzenia i godziny zajęć • Uczestnictwo w wykładach: 15	

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Student zapozna się z podstawowymi zagadnieniami dotyczącymi aspektów prawnych i ekonomicznych rozwoju OZE
C2	Student zdobędzie kluczową wiedzę na temat technologii OZE dostępnych komercyjnie jak również będących na etapie B+R
C3	Student zapozna się z projektowaniem wybranych technologii OZE

Wymagania wstępne

podstawowe informacje z fizyki, chemii i technologii

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	charakteryzuje technologie OZE dostępne komercyjnie	K2_W01, K2_W02, K2_W07, K2_W11	Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
W2	wyjaśnia wpływ OZE na środowisko	K2_W01, K2_W06, K2_W09, K2_W11	Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
W3	uzasadnia zastosowanie odpowiednich technologii OZE ze względu na aspekty ekonomiczne, technologiczne i środowiskowe	K2_W01, K2_W02, K2_W04, K2_W09, K2_W10	Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
Umiejętności			
U1	demonstruje kierunki rozwoju technologii OZE oraz ich wpływ na środowisko	K2_U01, K2_U03, K2_U06, K2_U07, K2_U09, K2_U11	Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
U2	weryfikuje sposoby funkcjonowania rozwiązań technicznych w różnych technologiach OZE	K2_U01, K2_U02, K2_U04, K2_U05, K2_U06, K2_U09, K2_U11	Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
U3	potrafi wskazać podstawowe czynniki decydujące o wyborze danej technologii OZE	K2_U01, K2_U02, K2_U05, K2_U06, K2_U07	Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
Kompetencje społecznych			
K1	jest zorientowany na problemy pozatechniczne związane z zastosowaniem technologii OZE	K2_K01, K2_K02, K2_K03, K2_K04	Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
K2	jest zorientowany na technologie przyjazne środowisku	K2_K01, K2_K02, K2_K03, K2_K04	Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Rynek energii	C1	W3, U1, K1, K2
2.	Uwarunkowania prawne, ekonomiczne i środowiskowe stosowania technologii OZE	C1, C2, C3	W2, W3, U1, U2, U3, K1, K2
3.	Trendy w technologiach energii słonecznej	C1, C2, C3	W1, W2, W3, U1, U2, U3, K1, K2
4.	Trendy w technologiach energii wiatrowej	C1, C2, C3	W1, W2, W3, U1, U2, U3, K1, K2
5.	Trendy w technologiach energii wodnej	C1, C2, C3	W1, W2, W3, U1, U2, U3, K1, K2
6.	Trendy w technologiach energii biomasy	C1, C2, C3	W1, W2, W3, U1, U2, U3, K1, K2
7.	Trendy w technologiach energii geotermalnej	C1, C2, C3	W1, W2, W3, U1, U2, U3, K1, K2

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
8.	Trendy w technologiach magazynowania energii	C1, C2, C3	W1, W2, W3, U1, U2, U3, K1, K2



Trwałość żywności

Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Design i komercjalizacja produktu	Cykl dydaktyczny 2026/2027
Specjalność -	Kod przedmiotu UEPKPS.22C.205723.26
Jednostka organizacyjna UEP	Język wykładowy Polski
Poziom kształcenia studia drugiego stopnia	Obligatoryjność Do wyboru
Forma studiów stacjonarne	Blok zajęciowy Blok C
Profil kształcenia ogólnoakademicki	

Okres Semestr 2	Forma zaliczenia Zaliczenie	Liczba punktów ECTS 1
	Forma prowadzenia i godziny zajęć • Uczestnictwo w wykładach: 15	

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Uzyskanie wiedzy na temat znaczenia problematyki trwałości w procesie projektowania i komercjalizacji produktów żywnościowych
C2	Uzyskanie wiedzy z zakresu prawnych, technologicznych, środowiskowych oraz konsumenckich aspektów związanych z przedłużaniem trwałości żywności
C3	Zaznajomienie się z metodycznymi aspektami prognozowania trwałości żywności
C4	Wykształcenie odpowiedzialnej postawy w podejmowaniu działań związanych z trwałością żywności w realizowaniu postanowień polityki zrównoważonego rozwoju

Wymagania wstępne

Postawy wiedzy na temat jakości żywności

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	Student objaśnia znaczenie problematyki trwałości w procesie projektowania i komercjalizacji produktów żywnościowych	K2_W01	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami
W2	Student charakteryzuje prawne, technologiczne, środowiskowe oraz konsumenckie aspekty przedłużania trwałości żywności	K2_W04, K2_W05	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami
Umiejętności			
U1	Student proponuje zakres badań wykonywanych w celu wyznaczenia trwałości żywności	K2_U03, K2_U05	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami
Kompetencje społecznych			
K1	Student docenia rolę działań związanych z zarządzaniem trwałością żywności w realizacji postanowień polityki zrównoważonego rozwoju	K2_K01	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Miejsce i rola tematyki trwałości żywności w procesie projektowania i komercjalizacji produktów żywnościowych.	C1	W1
2.	Kryteria trwałości żywności.	C2	W2
3.	Przemiany ograniczające jakość żywności podczas przechowywania.	C2	W2
4.	Przedłużanie trwałości żywności - podział i charakterystyka metod utrwalania żywności.	C2	W2
5.	Prognozowanie trwałości - zakres procedur z uwzględnieniem działań obowiązkowych i dobrowolnych.	C3	W2, U1
6.	Podział i charakterystyka badań wykonywanych przy prognozowaniu trwałości żywności.	C3	U1
7.	Trwałość surowców i produktów przetworzonych w kontekście ograniczania strat i marnotrawienia żywności.	C4	W2, K1



Zachowania konsumentów Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Design i komercjalizacja produktu	Cykl dydaktyczny 2026/2027
Specjalność -	Kod przedmiotu UEPKPS.22B.1338.26
Jednostka organizacyjna UEP	Język wykładowy Polski
Poziom kształcenia studia drugiego stopnia	Obligatoryjność Obowiązkowy
Forma studiów stacjonarne	Blok zajęciowy Blok B
Profil kształcenia ogólnoakademicki	

Okres Semestr 2	Forma zaliczenia Egzamin	Liczba punktów ECTS 3
	Forma prowadzenia i godziny zajęć <ul style="list-style-type: none">• Uczestnictwo w wykładach: 30• Uczestnictwo w ćwiczeniach: 15	

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Uzyskanie wiedzy dotyczących modeli zachowań konsumentów
C2	Uzyskanie wiedzy na temat czynników determinujących proces zakupowy konsumentów
C3	Wykształcenie umiejętności stosowania wiedzy o zachowaniach uczestników rynku w działaniach marketingowych podmiotów rynkowych

Wymagania wstępne

Podstawy marketingu, Podstawy organizacji i zarządzania

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	Student charakteryzuje modele zachowań konsumentów oraz wyjaśnia etapy procesu nabywczego	K2_W01, K2_W02, K2_W06	Egzamin pisemny testowy
W2	Student wymienia czynniki wpływające na zachowania konsumentów i objaśnia ich wpływ na decyzje konsumenckie	K2_W01, K2_W02, K2_W04, K2_W06	Egzamin pisemny testowy
W3	Student identyfikuje trendy w zachowaniach polskich i europejskich konsumentów	K2_W02, K2_W03, K2_W06, K2_W11	Egzamin pisemny testowy
Umiejętności			
U1	Student interpretuje etapy procesu zakupów i konsumpcji	K2_U01, K2_U02, K2_U11	Egzamin pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie
U2	Student kategoryzuje uwarunkowania wewnętrzne i zewnętrzne decyzji nabywczego konsumenta	K2_U01, K2_U02, K2_U04, K2_U07	Egzamin pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie
U3	Student proponuje typowe rozwiązania w zakresie dostosowania działań marketingowych do trendów w zachowaniach konsumentów	K2_U02, K2_U04, K2_U07, K2_U11, K2_U13	Egzamin pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie
Kompetencje społecznych			
K1	Jest zorientowany w działaniach na koncepcje zrównoważonej konsumpcji	K2_K01, K2_K02, K2_K04	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie
K2	Przestrzega zasad dotyczących realizacji projektów grupowych związanych z analizą struktury konsumpcji	K2_K02, K2_K03, K2_K04	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Teoria zachowań konsumenta: pojęcie, zakres zachowań uczestników rynku; rozwój teorii zachowań uczestników rynku.	C1, C2	W2, U2, K1
2.	Potrzeba jako podstawa zachowań konsumenta. Nabywca a potrzeba informacji w procesie podejmowania decyzji konsumenckich.	C2, C3	W2, U2, K1
3.	Proces podejmowania decyzji przez konsumentów indywidualnych. Modele podejmowania decyzji zakupu	C1, C3	W1, U1, K1, K2
4.	Determinanty wewnętrzne i zewnętrzne zachowań nabywców indywidualnych.	C2, C3	W2, W3, U2, U3, K1, K2

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
5.	Zachowania konsumentów po dokonaniu zakupów - zadowolenie, dysonans pozakupowy, sposoby rozwiązywania problemów z niezadowoleniem konsumentem	C1, C2, C3	W1, W2, W3, U1, U2, K1
6.	Trendy w zachowaniach podmiotów rynkowych	C3	W3, U3, K1, K2



Zarządzanie projektem w rozwoju i komercjalizacji produktu Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Design i komercjalizacja produktu	Cykl dydaktyczny 2026/2027
Specjalność -	Kod przedmiotu UEPKPS.22B.205709.26
Jednostka organizacyjna UEP	Język wykładowy Polski
Poziom kształcenia studia drugiego stopnia	Obligatoryjność Obowiązkowy
Forma studiów stacjonarne	Blok zajęciowy Blok B
Profil kształcenia ogólnoakademicki	

Okres Semestr 2	Forma zaliczenia Zaliczenie	Liczba punktów ECTS 3
	Forma prowadzenia i godziny zajęć <ul style="list-style-type: none">• Uczestnictwo w wykładach: 15• Uczestnictwo w ćwiczeniach: 15	

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Uzyskanie wiedzy na temat zarządzania projektami
C2	Rozwinięcie umiejętności pracy w zespole projektowym zajmującym się rozwojem i komercjalizacją produktu
C3	Zrozumienie kluczowych zasad zarządzania projektami w rozwoju i komercjalizacji produktu

Wymagania wstępne

Znajomość podstawowych zagadnień z zakresu rozwoju i komercjalizacji produktu, umiejętność pracy w zespole

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	Student identyfikuje i klasyfikuje kolejne etapy zarządzania projektem	K2_W11	Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji, Quiz na platformie moodle
W2	Student definiuje pojęcia związane z zarządzaniem projektami w obszarze rozwoju produktu	K2_W08	Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji, Quiz na platformie moodle
W3	Student wymienia niezbędne cechy PM potrzebne do dobrego zarządzania projektem i zespołem projektowym	K2_W06, K2_W11	Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji, Quiz na platformie moodle
Umiejętności			
U1	Student dobiera i stosuje odpowiednie metodyki zarządzania projektami do określonej specyfiki i tematyki projektu	K2_U01, K2_U04	Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji, Quiz na platformie moodle
U2	Student współpracuje w zespole projektowym	K2_U11, K2_U13	Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji, Quiz na platformie moodle
U3	Student planuje poszczególne etapy zarządzania projektem	K2_U01, K2_U04, K2_U13	Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji, Quiz na platformie moodle
Kompetencje społecznych			

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
K1	Student jest przygotowany do pełnienia różnorodnych ról w zespołach ds. zarządzania projektami, będąc gotowym do społecznie odpowiedzialnego, profesjonalnego i etycznego pełnienia ról zawodowych	K2_K01, K2_K04, K2_K05	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Istota zarządzania projektami	C1, C2, C3	W1, W2, W3, U1
2.	Kluczowe metodyki zarządzania projektami	C1, C3	W2, U1, K1
3.	Etapy zarządzania przebiegiem projektu z uwzględnieniem ról i obowiązków uczestników projektu, harmonogramowania i tworzenia dokumentacji	C1, C3	W1, W3, U2, U3, K1
4.	Zarządzanie ryzykiem w projekcie	C3	U2, K1
5.	Metodyka Agile w zarządzaniu projektami	C2, C3	U1
6.	Omówienie przykładów biznesowych zarządzania projektami	C2	W1, W3, K1



Zarządzanie zintegrowanym produktem Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Design i komercjalizacja produktu	Cykl dydaktyczny 2026/2027
Specjalność -	Kod przedmiotu UEPKPS.22B.205710.26
Jednostka organizacyjna UEP	Język wykładowy Polski
Poziom kształcenia studia drugiego stopnia	Obligatoryjność Obowiązkowy
Forma studiów stacjonarne	Blok zajęciowy Blok B
Profil kształcenia ogólnoakademicki	

Okres Semestr 2	Forma zaliczenia Egzamin	Liczba punktów ECTS 5
	Forma prowadzenia i godziny zajęć <ul style="list-style-type: none">• Uczestnictwo w wykładach: 15• Uczestnictwo w ćwiczeniach: 30	

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Przekazanie wiedzy z zakresu zintegrowanego zarządzania produktem w przedsiębiorstwie
C2	Przekazanie wiedzy z zakresu zarządzania portfelem produktów w przedsiębiorstwie
C3	Przekazanie wiedzy z zakresu procesu rozwoju nowego produktu oraz jego opakowania oraz komercjalizacji nowego produktu w kontekście zarządzania zintegrowanym produktem
C4	Wykształcenie umiejętności z zakresu zarządzania zintegrowanym produktem, w tym rozwoju nowego produktu, w działaniach strategicznych przedsiębiorstwa

Wymagania wstępne

Wiedza z zakresu marketingu, wiedza z zakresu podstaw zarządzania

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	Student definiuje i wyjaśnia pojęcia i elementy (produkt fizyczny, opakowanie, marka, usługi towarzyszące) zarządzania zintegrowanym produktem w przedsiębiorstwie (ich projektowanie i implementację)	K2_W03, K2_W04, K2_W05, K2_W08	Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami
W2	Student definiuje i wyjaśnia, kategoryzuje proces rozwoju nowego produktu w kontekście zarządzania zintegrowanym produktem w przedsiębiorstwie	K2_W04, K2_W05	Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami
W3	Student definiuje i charakteryzuje proces komercjalizacji produktu i jego uwarunkowania oraz strategię komercjalizacji	K2_W06, K2_W11	Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami
W4	Student definiuje i charakteryzuje narzędzia i techniki zarządzania portfelem produktów w przedsiębiorstwach	K2_W01, K2_W04, K2_W07	Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami
Umiejętności			
U1	Student potrafi zdiagnozować potrzeby informacyjne i zasoby informacyjne dla zarządzania zintegrowanym produktem i zarządzania portfelem produktów w przedsiębiorstwie	K2_U01, K2_U02	Projekt grupowy / praca w grupie
U2	Student potrafi opracować i implementować proces rozwoju nowego produktu dla przedsiębiorstwa w kontekście zarządzania zintegrowanym produktem	K2_U03, K2_U04, K2_U05	Projekt grupowy / praca w grupie
U3	Student potrafi przeprowadzić analizę i ocenę portfela produktów w przedsiębiorstwie oraz zaproponować strategię rozwoju portfela produktów	K2_U04, K2_U05, K2_U13	Projekt grupowy / praca w grupie
U4	Student dobiera właściwe strategię komercjalizacji nowego produktu zintegrowanego	K2_U07	Projekt grupowy / praca w grupie
Kompetencji społecznych			
K1	Student jest gotów do efektywnego współdziałania z otoczeniem w rozwiązywaniu problemów związanych z zarządzaniem zintegrowanym produktem, podejmować inicjatywy społeczne w aspekcie zarządzania produktem	K2_K01, K2_K02	Projekt grupowy / praca w grupie
K2	Student jest przygotowany do wykorzystania wiedzy i umiejętności z zakresu zarządzania zintegrowanym produktem w pracy zawodowej i działaniach społecznych	K2_K04, K2_K05	Projekt grupowy / praca w grupie

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
-----	-------------------	---------------------------------	-----------------------------------

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Pojęcie, cele i funkcje zarządzania zintegrowanym produktem. Elementy zintegrowanego zarządzania produktem (produkt fizyczny, opakowanie, usługi towarzyszące). Marka produktu - marka ekonomiczna, marka luksusowa. Funkcje i wartość produktu.	C1	W1, U1
2.	Strategia produktu w relacji z pozostałymi strategiami funkcjonalnymi w przedsiębiorstwie produkcyjnym. Implementacja strategii produktu. Ocena pozycji konkurencyjnej produktu na rynku - metody i narzędzia oceny.	C1	W1, U1
3.	Zarządzanie portfelem produktów w przedsiębiorstwie. Pojęcie, elementy portfela produktów. Metody analizy portfela produktów w przedsiębiorstwie produkcyjnym (macierz BCG, rozszerzona macierz BCG, macierz McKinsey). Metody zarządzania portfelem produktu w przedsiębiorstwie w kontekście zarządzania zintegrowanym produktem.	C2	W4, U1, U3, K2
4.	Proces rozwoju nowego produktu w przedsiębiorstwie. Analiza sytuacji wyjściowej. Źródła pomysłów na nowy produkt. Generowanie i selekcja idei nowego produktu. Kreowanie i ocena koncepcji nowego produktu. Analiza ekonomiczno - finansowa nowego produktu. Przygotowanie i testowanie prototypu nowego produktu. Testowanie rynku.	C3, C4	W2, U2, K1
5.	Komercjalizacja produktu. Pojęcie, etapy procesu komercjalizacji produktu. Strategie komercjalizacji. Implementacja procesu komercjalizacji w przedsiębiorstwie. Czynniki determinujące skuteczność procesu komercjalizacji.	C3, C4	W3, U4, K2
6.	Strategia ceny, dystrybucji i komunikacji rynkowej w procesie komercjalizacji.	C3, C4	W3, U1, U4, K1, K2
7.	Zarządzanie zintegrowanym produktem w rynkowym cyklu życia produktu. Zarządzanie produktem w fazie wzrostu i dojrzałości - strategię lidera, pretendentów i naśladowców. Strategie wycofywania produktów z portfela produktowego.	C2, C4	W4, U1, K1, K2

Cyfrowe projektowanie produktu

Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

<p>Kierunek studiów Design i komercjalizacja produktu</p> <p>Specjalność -</p> <p>Jednostka organizacyjna UEP</p> <p>Poziom kształcenia studia drugiego stopnia</p> <p>Forma studiów stacjonarne</p> <p>Profil kształcenia ogólnoakademicki</p>	<p>Cykl dydaktyczny 2026/2027</p> <p>Kod przedmiotu UEPKPS.24C.205713.26</p> <p>Język wykładowy Polski</p> <p>Obligatoryjność Obowiązkowy</p> <p>Blok zajęciowy Blok C</p>
---	---

<p>Okres Semestr 3</p>	<p>Forma zaliczenia Zaliczenie</p> <p>Forma prowadzenia i godziny zajęć</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uczestnictwo w wykładach: 15 • Uczestnictwo w ćwiczeniach: 15 	<p>Liczba punktów ECTS 2</p>
-----------------------------------	--	---

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Uzyskanie podstawowej wiedzy na temat charakterystyki wspomaganego komputerowo procesu tworzenia projektu wzorniczego
C2	Uzyskanie podstawowej wiedzy z zakresu wykorzystania narzędzi i technik komputerowych w procesie projektowania produktu wzorniczego
C3	Przygotowanie do pracy przy użyciu narzędzi i technik komputerowych wspomagających projektowanie wzornictwa
C4	Poznanie podstawowych funkcji programu typu CAD i możliwości wykorzystania ich w projektach wzorniczych

Wymagania wstępne

Znajomość obsługi komputera

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	Student posiada podstawową wiedzę na temat charakterystyki wspomaganego komputerowo procesu projektowania produktu wzorniczego	K2_W01, K2_W02, K2_W05	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Przygotowanie prezentacji
W2	Student posiada podstawową wiedzę z zakresu wykorzystania narzędzi i technik komputerowych w procesie projektowania produktu wzorniczego.	K2_W01, K2_W02, K2_W05	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Przygotowanie prezentacji
Umiejętności			
U1	Student jest przygotowany do pracy przy użyciu narzędzi i technik komputerowych wspomagających projektowanie	K2_U02, K2_U06	Projekt indywidualny, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
U2	Student posługuje się podstawowymi narzędziami i funkcjami programu typu CAD.	K2_U06, K2_U12	Projekt indywidualny, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
Kompetencji społecznych			
K1	Student rozwija umiejętności odpowiedzialnego projektowania wzornictwa produktu z uwzględnieniem zasad i z wykorzystaniem nowoczesnych narzędzi	K2_K05	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt indywidualny, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Wstęp do procesu projektowania produktu wzorniczego z wykorzystaniem oprogramowania do projektowania 2D / 3D (rysunek, kompozycja, proporcje, geometrie, parametry, etc.)	C1	W1
2.	Wykorzystanie narzędzi i technik komputerowych w procesie projektowania produktu wzorniczego - przeznaczenie różnych programów komputerowych do wspomagania różnego rodzaju zadań projektowych	C2, C3	W2, U1
3.	Zapoznanie z oprogramowaniem do projektowania 2D / 3D - zapoznanie z interfejsem, nawigacja w środowisku 2D / 3D z edukacyjnego pakietu Autodesk - możliwość pobrania wersji edukacyjnej na własny komputer, podstawy działania programów parametrycznych, najważniejsze funkcje interfejsu.	C3, C4	U2, K1
4.	Ćwiczenia zapoznające z podstawowymi funkcjami oprogramowania do projektowania 2D/3D z pakietu Autodesk	C3, C4	U2

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
5.	Podstawy tworzenia szkiców 2D (narzędzia, wymiarowanie, modyfikowanie etc.) w oprogramowaniu z pakietu Autodesk	C4	U1, U2, K1
6.	Ćwiczenia z tworzenia szkiców 2D w oprogramowaniu z pakietu Autodesk	C4	U1, U2, K1
7.	Podstawy modelowania obiektów 3D (poznanie zasad i narzędzi do modelowania 3D) w oprogramowaniu CAD	C4	W2, U2, K1
8.	Ćwiczenia z modelowania obiektów 3D w oprogramowaniu CAD	C4	W2, U2, K1
9.	Modyfikowanie obiektów 3D w oprogramowaniu CAD	C4	W2, U2, K1
10.	Ćwiczenia z modyfikacji obiektów 3D z wykorzystaniem różnych funkcji oprogramowania CAD	C4	W2, U2, K1
11.	Tworzenie indywidualnego projektu produktu wzorniczego z wykorzystaniem poznanego podczas zajęć oprogramowania komputerowego	C4	W2, U1, U2, K1



Design thinking

Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

<p>Kierunek studiów Design i komercjalizacja produktu</p> <p>Specjalność -</p> <p>Jednostka organizacyjna UEP</p> <p>Poziom kształcenia studia drugiego stopnia</p> <p>Forma studiów stacjonarne</p> <p>Profil kształcenia ogólnoakademicki</p>	<p>Cykl dydaktyczny 2026/2027</p> <p>Kod przedmiotu UEPKPS.24C.12273.26</p> <p>Język wykładowy Polski</p> <p>Obligatoryjność Obowiązkowy</p> <p>Blok zajęciowy Blok C</p>	
<p>Okres Semestr 3</p>	<p>Forma zaliczenia Zaliczenie</p> <p>Forma prowadzenia i godziny zajęć • Uczestnictwo w ćwiczeniach: 15</p>	<p>Liczba punktów ECTS 1</p>

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Uzyskanie wiedzy na temat istoty metody design thinking, jej cech szczególnych i potencjału do zastosowania przy rozwiązywaniu różnorodnych problemów pojawiających się w przedsiębiorstwach.
C2	Uzyskanie wiedzy na temat procesu wdrażania metody design thinking i rozwinięcie umiejętności planowania i realizowania kolejnych jej etapów (empatyzacja, definiowanie problemu, generowanie pomysłów, prototypowanie i testowanie), z uwzględnieniem ich przydatności w procesie rozwiązywania konkretnych problemów przedsiębiorstw.
C3	Wykształcenie umiejętności dobierania i wykorzystywania poszczególnych technik i narzędzi stosowanych w trakcie rozwiązywania problemów z wykorzystaniem metody design thinking.
C4	Wykształcenie umiejętności spojrzenia na możliwości wykorzystania podejścia design thinking w różnych obszarach działalności przedsiębiorstwa, do rozwiązywania różnorodnych problemów.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	Student opisuje metodę design thinking, przedstawia jej istotę oraz możliwości wykorzystania w rozwiązywaniu problemów przedsiębiorstw.	K2_W04	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
W2	Student ma wiedzę na temat narzędzi wykorzystywanych w metodzie design thinking i obszarów oraz zasad ich wykorzystywania, w zależności od rodzaju i złożoności problemu do rozwiązania.	K2_W07, K2_W08	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
W3	Student uzasadnia wdrożenie podejścia design thinking do rozwiązywania problemów przedsiębiorstw.	K2_W10	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
Umiejętności			
U1	Student planuje proces design thinking w oparciu o zdiagnozowane potrzeby przedsiębiorstwa.	K2_U04, K2_U05	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
U2	Student prawidłowo rozróżnia i posługuje się narzędziami wykorzystywanymi podczas realizacji procesu rozwiązywania problemów metodą design thinking.	K2_U05	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
Kompetencje społecznych			
K1	Student docenia możliwości wykorzystania potencjału metody design thinking, integrując zdobytą wiedzę na temat poszczególnych jej etapów oraz narzędzi przy wdrożeniu jej do rozwiązania określonego problemu.	K2_K02	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
K2	Student wykazuje inicjatywę i jest zorientowany na podejście kreatywne do rozwiązywania problemów przedsiębiorstw.	K2_K03, K2_K04	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Wprowadzenie do metody design thinking – historia, istota, obszary i warunki wykorzystania, zasady, wyróżniki i cechy charakterystyczne.	C1	W1
2.	Etap empatii jako przygotowanie do wdrożenia metody design thinking: diagnoza potrzeb przedsiębiorstwa (drabina potrzeb); poszukiwanie potrzeb użytkowników (badania: dobór uczestników, metody i techniki, zasady dotyczące obserwacji i wywiadów).	C2	U1
3.	Diagnozowanie problemu (moodboard, persona), generowanie pomysłów (techniki kreatywne), prototypowanie (prototypy 3D, 2D, scenki), testowanie (wewnętrzne i zewnętrzne), jako etapy metody design thinking bezpośrednio związane z poszukiwaniem rozwiązań zdiagnozowanego problemu.	C2, C3	W2, U2

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
4.	Przygotowanie do praktycznego wykorzystania metody design thinking (empatyzacja).	C4	W3, U1, K1
5.	Rozwiązywanie problemów metodą design thinking- praktyczny warsztat obejmujący wszystkie etapy procesu.	C4	W3, U1, K1, K2



Ekologiczna ocena wyrobów Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Design i komercjalizacja produktu	Cykl dydaktyczny 2026/2027
Specjalność -	Kod przedmiotu UEPKPS.24B.11045.26
Jednostka organizacyjna UEP	Język wykładowy Polski
Poziom kształcenia studia drugiego stopnia	Obligatoryjność Obowiązkowy
Forma studiów stacjonarne	Blok zajęciowy Blok B
Profil kształcenia ogólnoakademicki	

Okres Semestr 3	Forma zaliczenia Egzamin	Liczba punktów ECTS 3
	Forma prowadzenia i godziny zajęć <ul style="list-style-type: none">• Uczestnictwo w wykładach: 15• Uczestnictwo w ćwiczeniach: 15	

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Nabycie przez studentów umiejętności postrzegania aspektów i wpływów środowiskowych produktów w perspektywie całego cyklu życia
C2	Nabycie przez studentów podstawowych umiejętności z zakresu wykonywania analiz cyklu życia produktu(ów) (LCA)

Wymagania wstępne

Umiejętność obsługi Excel i Word Umiejętność wyszukiwania informacji w Internecie

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	Student zna sposoby oceny wpływu na środowisko wyrobów i komunikowania informacji środowiskowej	K2_W09	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Egzamin w formie testu na platformie moodle
Umiejętności			
U1	Student umie wymienić aspekty środowiskowe charakterystyczne dla poszczególnych etapów cyklu życia wyrobów	K2_U01, K2_U06	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Przygotowanie prezentacji, Egzamin w formie testu na platformie moodle
U2	Student potrafi wykonać uproszczoną analizę LCA dla wybranego produktu lub jego opakowania	K2_U01, K2_U06	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
Kompetencje społecznych			
K1	Student staje się bardziej świadomy ekologicznych konsekwencji produkcji i użytkowania różnych produktów	K2_K04	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Produkty jako obiekty analiz środowiskowych	C1	W1, U1
2.	LCA - definicja celu i zakresu oraz analiza zbioru wejść i wyjść	C1, C2	W1, U2, K1
3.	LCA - ocena wpływu cyklu życia oraz interpretacja	C2	W1, U1, U2, K1
4.	Analiza środowiskowa w programie do badań LCA	C2	W1, U1, U2, K1



Konsumencka ocena produktu Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Design i komercjalizacja produktu	Cykl dydaktyczny 2026/2027
Specjalność -	Kod przedmiotu UEPKPS.24B.11997.26
Jednostka organizacyjna UEP	Język wykładowy Polski
Poziom kształcenia studia drugiego stopnia	Obligatoryjność Obowiązkowy
Forma studiów stacjonarne	Blok zajęciowy Blok B
Profil kształcenia ogólnoakademicki	

Okres Semestr 3	Forma zaliczenia Egzamin	Liczba punktów ECTS 3
	Forma prowadzenia i godziny zajęć <ul style="list-style-type: none">• Uczestnictwo w wykładach: 15• Uczestnictwo w ćwiczeniach: 15	

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Przekazanie wiedzy na temat produktu i jego roli w zaspokajaniu potrzeb konsumentów
C2	Wykształcenie umiejętności przeprowadzenia oceny produktu z wykorzystaniem różnych technik konsumenckiego testowania produktu
C3	Przekazanie wiedzy na temat satysfakcji i lojalności konsumentów z użytkowania produktu a także na temat technik ich pomiaru

Wymagania wstępne

Podstawowa wiedza z badań marketingowych, zarządzania produktem, marketingu

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	Student definiuje istotę oraz rozumie znaczenie prowadzenia konsumenckich ocen produktu	K2_W05, K2_W09	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji, Egzamin pisemny z pytaniami zamkniętymi i otwartymi
W2	Student charakteryzuje techniki konsumenckiego testowania produktu oraz ich zastosowanie	K2_W07, K2_W08	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji, Egzamin pisemny z pytaniami zamkniętymi i otwartymi
W3	Student rozumie pojęcia potrzeb konsumenta, satysfakcji oraz lojalności konsumentów i zna techniki ich pomiaru	K2_W07, K2_W08, K2_W09	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji, Egzamin pisemny z pytaniami zamkniętymi i otwartymi
Umiejętności			
U1	Student stosuje wybrane techniki marketingowego testowania produktu – samodzielnie planuje i prowadzi proces badawczy	K2_U02, K2_U05	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
U2	Student opracowuje wyniki przeprowadzonego konsumenckiej oceny produktów, wyciąga wnioski z nich płynące i proponuje ich praktyczne wykorzystanie	K2_U02, K2_U04, K2_U05	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
Kompetencje społecznych			
K1	Student wykazuje odpowiedzialność za proponowane rozwiązania, prezentuje zgłaszane propozycje i rozwiązania wynikające z ocen konsumenckich	K2_K01, K2_K03	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Produkt i jego rola w zaspokajaniu potrzeb konsumentów	C1	W1, W3

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
2.	Istota i formy testowania produktu.	C2	W2, W3, U1, U2, K1
3.	Obserwacja jako metoda marketingowego testowania produktów.	C2	W2, U1, U2, K1
4.	Metody marketingowego testowania produktów oparte na indagacji - metody ilościowe i jakościowe.	C2	W2, U1, U2, K1
5.	Specjalne metody marketingowego testowania produktów.	C2	W2, U1, U2, K1
6.	Próbne użytkowanie jako metoda marketingowego testowania produktów.	C2	W2, U1, U2, K1
7.	Satysfakcja oraz lojalność konsumentów i ich pomiar.	C3	W3, U1, U2, K1



Ochrona własności intelektualnej i przemysłowej

Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Design i komercjalizacja produktu	Cykl dydaktyczny 2026/2027
Specjalność -	Kod przedmiotu UEPKPS.24A.7359.26
Jednostka organizacyjna UEP	Język wykładowy Polski
Poziom kształcenia studia drugiego stopnia	Obligatoryjność Obowiązkowy
Forma studiów stacjonarne	Blok zajęciowy Blok A
Profil kształcenia ogólnoakademicki	

Okres Semestr 3	Forma zaliczenia Zaliczenie	Liczba punktów ECTS 1
	Forma prowadzenia i godziny zajęć • Uczestnictwo w wykładach: 15	

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Uzyskanie przez studenta kluczowej wiedzy z zakresu prawa własności przemysłowej.
C2	Uzyskanie przez studenta wiedzy dotyczącej podstawowych form ochrony własności intelektualnej i przemysłowej (patenty, wzory przemysłowe i użytkowe, znaki towarowe, marki, oznaczenia pochodzenia) oraz zabezpieczenia prawa autorskiego.

Wymagania wstępne

Wiedza ogólna. Wiedza z zakresu przedmiotu Prawo (ochrona własności intelektualnej). Umiejętność wyszukiwania informacji w Internecie.

Umiejętność obsługi programów Microsoft Power Point i Word.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	Student wymienia regulacje prawne dotyczące własności intelektualnej i przemysłowej oraz posługuje się terminologią w nich zawartą.	K2_W04, K2_W11	Sprawdzian pisemny testowy
W2	Student wymienia i charakteryzuje podstawowe formy ochrony własności intelektualnej i przemysłowej (patenty, wzory przemysłowe i użytkowe, znaki towarowe, oznaczenia pochodzenia).	K2_W04, K2_W11	Sprawdzian pisemny testowy
W3	Student wymienia warunki decydujące o nieuczciwej konkurencji w zakresie własności intelektualnej i przemysłowej.	K2_W04, K2_W11	Sprawdzian pisemny testowy
W4	Student opisuje sankcje naruszenia praw własności przemysłowej i intelektualne.	K2_W04, K2_W11	Sprawdzian pisemny testowy
Umiejętności			
U1	Student rozróżnia podstawowe formy ochrony własności intelektualnej i przemysłowej.	K2_U03	Sprawdzian pisemny testowy
U2	Student sporządza raport z tematycznego przeszukiwania bazy patentowej.	K2_U01	Sprawdzian pisemny testowy
U3	Student potrafi stosować reguły dozwolonego użytku w praktyce w zakresie praw własności przemysłowej i intelektualne.	K2_U03	Sprawdzian pisemny testowy
Kompetencji społecznych			
K1	Student docenia znaczenie wiedzy związanej z ochroną własności intelektualnej i przemysłowej w procesach komercjalizacji.	K2_K02	Sprawdzian pisemny testowy
K2	Student jest gotów do wykorzystania wiedzy dotyczącej ochrony intelektualnej i przemysłowej w sposób przedsiębiorczy z zachowaniem zasad etyki.	K2_K03	Sprawdzian pisemny testowy

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Rola ochrony własności przemysłowej i intelektualnej oraz wynikające z niej korzyści dla nauki i przedsiębiorców.	C1, C2	W1, U1
2.	Ochrona wynalazków – patenty. Ochrona wzorów użytkowych i przemysłowych.	C1, C2	W2, U1
3.	Ochrona oznaczenia towarów. Prawa ochronne na znaki towarowe.	C1, C2	W2, U1, K2
4.	Źródła informacji patentowej i badania patentowe.	C1, C2	W1, W2, U2, K2
5.	Urząd Patentowy (polski, europejski), eksperci patentowi, organizacje zbiorowego zarządzania prawami autorskimi.	C1, C2	W2, W3, U1

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
6.	Dozwolone korzystanie a prawo własności przemysłowej i intelektualnej. Obrót prawami wyłącznymi. Umowy: licencji i know-how.	C1, C2	W1, W3, U1, K1
7.	Prawo autorskie. Prawo autorskie a Internet. Dozwolone korzystanie i obrót prawami autorskimi.	C1, C2	W1, W3, U1, U3, K1
8.	Roszczenia z tytułu naruszenia praw wyłącznych lub praw autorskich. Dochodzenie roszczeń w postępowaniu cywilnym. Odpowiedzialność karna.	C1, C2	W3, W4, U2, K2



Projektowanie i wzornictwo opakowań Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Design i komercjalizacja produktu	Cykl dydaktyczny 2026/2027
Specjalność -	Kod przedmiotu UEPKPS.24C.11953.26
Jednostka organizacyjna UEP	Język wykładowy Polski
Poziom kształcenia studia drugiego stopnia	Obligatoryjność Obowiązkowy
Forma studiów stacjonarne	Blok zajęciowy Blok C
Profil kształcenia ogólnoakademicki	

Okres Semestr 3	Forma zaliczenia Zaliczenie	Liczba punktów ECTS 1
	Forma prowadzenia i godziny zajęć • Uczestnictwo w ćwiczeniach: 15	

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Zapoznanie studenta z podstawowymi zagadnieniami dotyczącymi opakowania jako elementu produktu zintegrowanego
C2	Zaprezentowanie studentom etapów procesu projektowania opakowań zarówno pod względem marketingowym jak i technicznym.
C3	Wykształcenie w studentach umiejętności oceny elementów opakowania w kontekście modyfikacji elementów materialnych i wizualnych oraz umiejętności zaprojektowania nowego opakowania.
C4	Uzyskanie wiedzy materiałowej, technicznej, prawnej oraz marketingowej niezbędnej do prawidłowego projektowania i oznakowania opakowań różnych kategorii produktów.

Wymagania wstępne

Znajomość procesu projektowania i rozwoju nowego produktu, podstawowa wiedza z zakresu opakowania jako elementu zintegrowanego produktu

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	Student charakteryzuje opakowanie produktu konsumpcyjnego i jego elementy składowe (wizualne i materialne) jako podstawę projektowania i wzornictwa.	K2_W03, K2_W04, K2_W05	Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
W2	Student zna metody, narzędzia i techniki stosowane do gromadzenia informacji i podejmowania decyzji niezbędnych w procesie projektowania opakowań.	K2_W01, K2_W05, K2_W07	Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
W3	Student posiada wiedzę w zakresie aspektów marketingowych w projektowaniu i wzornictwie zarówno nowych opakowań jak i opakowań modyfikowanych	K2_W04, K2_W05	Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
W4	Student ma wiedzę o powiązaniach pomiędzy aspektami materiałowymi, technicznymi, prawnymi oraz marketingowymi i ich roli w projektowaniu opakowań.	K2_W03, K2_W05	Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
W5	Student zna przepisy prawa mające zastosowanie do obszaru projektowania i oznakowania opakowań różnych kategorii produktów.	K2_W04, K2_W05	Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
Umiejętności			
U1	Student potrafi gromadzić niezbędną wiedzę ze źródeł wtórnych, dokonywać krytycznego przeglądu i wyciągać wnioski wykorzystywane w projektowaniu nowych opakowań i modyfikacji istniejących opakowań.	K2_U01, K2_U02, K2_U05	Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
U2	Student potrafi zaplanować i przeprowadzić etapy procesu projektowania opakowań zarówno w aspekcie wizualnym jak i technicznym.	K2_U01, K2_U02, K2_U05	Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
U3	Student posługuje się narzędziami technicznymi w procesie projektowania nowych opakowań.	K2_U01, K2_U02, K2_U05	Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
U4	Student potrafi samodzielnie zaprojektować wytyczne do projektowania opakowań oraz oznakowanie w oparciu o krajowe wymagania prawne.	K2_U13	Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
Kompetencji społecznych			
K1	Student jest gotów do gromadzenia, przetwarzania i komunikowania informacji o charakterze marketingowym i technicznym w aspekcie projektowania opakowań.	K2_K01, K2_K02	Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
K2	Student jest świadomy odpowiedzialności i etycznego charakteru wykonywanej pracy w warunkach zrównoważonej produkcji i konsumpcji.	K2_K05	Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
K3	Student jest gotowy do uczestniczenia w dyskusji dotyczącej interdyscyplinarnego projektowania opakowań.	K2_K01, K2_K02	Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Opakowanie jako integralny atrybut produktu i marki. Funkcje i klasyfikacja opakowań. Znaczenie opakowań w zarządzaniu produktem i marką na rynku dóbr konsumpcyjnych.	C1	W1, U1, K1
2.	Wzornictwo (design) opakowań - elementy marketingowe i techniczne.	C1	W1, U1, K1
3.	Proces projektowania opakowań i jego etapy. Uwarunkowania procesu projektowania na rynku dóbr konsumpcyjnych (ekonomiczne, prawne, marketingowe, kulturowo - społeczne). Opakowanie w zrównoważonej gospodarce.	C1, C2, C3	W1, W2, W3, U1, K2
4.	Aspekt marketingowy w projektowaniu opakowań. Segment docelowy, konkurencja, wizerunek produktu i marki.	C2, C3	W1, W3, U2, K1, K2
5.	Wymagania prawne związane z projektowaniem opakowań, oceną i oznakowaniem z uwzględnieniem przepisów unijnych i krajowych.	C3, C4	W2, W3, W5, U2, U3, U4, K1, K2
6.	Przegląd materiałów opakowaniowych oraz ich analiza pod kątem dostępności różnych technologii recyklingu w praktyce i na dużą skalę.	C3, C4	W2, W3, W4, W5, U2, U3, U4, K1, K3
7.	Zasady doboru formy konstrukcyjnej opakowania, w tym zamknięcia i etykiety dla różnych kategorii produktów.	C2, C3	W2, W3, W4, U2, U3, U4, K3
8.	Projektowanie opakowań w aspekcie środowiskowym.	C3, C4	W4, W5, U4, K2

Projektowanie produktu nieżywnościowego

Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

<p>Kierunek studiów Design i komercjalizacja produktu</p> <p>Specjalność -</p> <p>Jednostka organizacyjna UEP</p> <p>Poziom kształcenia studia drugiego stopnia</p> <p>Forma studiów stacjonarne</p> <p>Profil kształcenia ogólnoakademicki</p>	<p>Cykl dydaktyczny 2026/2027</p> <p>Kod przedmiotu UEPKPS.24C.205715.26</p> <p>Język wykładowy Polski</p> <p>Obligatoryjność Obowiązkowy</p> <p>Blok zajęciowy Blok C</p>
---	---

<p>Okres Semestr 3</p>	<p>Forma zaliczenia Zaliczenie</p> <p>Forma prowadzenia i godziny zajęć • Uczestnictwo w ćwiczeniach (laboratorium): 30</p>	<p>Liczba punktów ECTS 3</p>
-----------------------------------	---	---

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Rozwinięcie umiejętności identyfikacji kamieni milowych w procesie projektowania produktu nieżywnościowego.
C2	Wykształcenie umiejętności planowania i realizowania zadań z wykorzystaniem technik i narzędzi właściwych dla poszczególnych etapów procesu projektowania produktu nieżywnościowego.
C3	Rozwinięcie umiejętności rozwiązywania problemów pojawiających się na poszczególnych etapach projektowania produktu nieżywnościowego.
C4	Wykształcenie umiejętności sporządzania dokumentacji projektowej i produktowej.

Wymagania wstępne

Podstawowa wiedza z zakresu jakości wyrobów, marketingu oraz zarządzania projektem.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	Identyfikuje kamienie milowe w procesie rozwoju nowego produktu nieżywnościowego.	K2_W02, K2_W03, K2_W06, K2_W07, K2_W08	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie
Umiejętności			
U1	Planuje i wykonuje zadania na poszczególnych etapach projektowania produktu z wykorzystaniem właściwych technik i narzędzi.	K2_U01, K2_U02, K2_U03, K2_U04, K2_U05, K2_U06	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
U2	Właściwie dobiera i wykorzystuje akty prawne, normatywne, literaturę branżową w procesie projektowania produktów nieżywnościowych.	K2_U01, K2_U02, K2_U03	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
U3	Wykorzystuje myślenie kreatywne oraz krytyczne w procesie rozwiązywania problemów związanych z projektowaniem produktu nieżywnościowego.	K2_U04, K2_U05, K2_U07	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
U4	Sporządza dokumentację projektową i produktową.	K2_U03, K2_U04, K2_U06, K2_U10	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie
U5	Prezentuje wyniki pracy projektowej.	K2_U10	Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
Kompetencji społecznych			
K1	Jest otwarty na nowe koncepcje i przedsięwzięcia.	K2_K03, K2_K04	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Koncepcja produktu nieżywnościowego z wykorzystaniem metod projektowania nowości, technik kreatywnego myślenia, selekcji oraz weryfikacji pomysłów na nowy produkt.	C1, C2	W1, U1, U3, K1

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
2.	Przekształcenie koncepcji w prototyp. Przygotowanie receptury produktu i technologii produkcji produktu nieżywnościowego. Analiza techniczno-technologiczna projektu.	C2, C3, C4	W1, U1, U2, U3, U4, K1
3.	Rozwój prototypów opracowanych produktów - zaprojektowanie badań i przeprowadzenie testów. Optymalizacja cech jakościowych opracowanych produktów i powiększanie skali procesów.	C2, C3	W1, U1, U2, U3, K1
4.	Przygotowanie propozycji opakowania wraz z projektem etykiety.	C2, C3, C4	U2, U4, K1
5.	Opracowanie strategii marketingowej opracowanego produktu nieżywnościowego.	C2	U1, U3, K1
6.	Ocena skuteczności i efektywności procesu projektowania produktu nieżywnościowego.	C3	U3, U5, K1



Projektowanie produktu żywnościowego Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Design i komercjalizacja produktu	Cykl dydaktyczny 2026/2027
Specjalność -	Kod przedmiotu UEPKPS.24C.205714.26
Jednostka organizacyjna UEP	Język wykładowy Polski
Poziom kształcenia studia drugiego stopnia	Obligatoryjność Obowiązkowy
Forma studiów stacjonarne	Blok zajęciowy Blok C
Profil kształcenia ogólnoakademicki	

Okres Semestr 3	Forma zaliczenia Zaliczenie	Liczba punktów ECTS 3
	Forma prowadzenia i godziny zajęć • Uczestnictwo w ćwiczeniach (laboratorium): 30	

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Uzyskanie wiedzy na temat wiarygodnych źródeł informacji naukowej i rynkowej w branży spożywczej
C2	Wykształcenie umiejętności planowania i wykonywania zadań w procesie projektowania produktu żywnościowego z użyciem właściwych narzędzi
C3	Wykształcenie umiejętności krytycznej oceny dostępnych źródeł oraz uwarunkowań zewnętrznych w procesie projektowania produktu żywnościowego
C4	Rozwinięcie umiejętności prezentowania wyników pracy
C5	Wykształcenie postawy przejawiającej się dążeniem do doskonalenia procesu projektowania produktu żywnościowego
C6	Rozwinięcie umiejętności pracy zespołowej

Wymagania wstępne

Ukończony kurs Wprowadzenie do projektowania produktu

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	Student odróżnia wiarygodne źródła informacji naukowej i rynkowej od źródeł nierzetelnych	K2_W06, K2_W07	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
Umiejętności			
U1	Student planuje i wykonuje zadania na poszczególnych etapach projektowania produktu żywnościowego z wykorzystaniem właściwych narzędzi	K2_U01, K2_U02, K2_U03, K2_U04, K2_U05, K2_U06	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
U2	Student posługuje się aktami normatywnymi, literaturą naukową i branżową oraz danymi rynkowymi	K2_U01, K2_U02, K2_U03	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
U3	Student wykorzystuje myślenie kreatywne oraz krytyczne w procesie rozwiązywania problemów związanych z projektowaniem produktu żywnościowego	K2_U04, K2_U05	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
U4	Student sporządza specyfikację wyrobu gotowego	K2_U03, K2_U04	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
U5	Student prezentuje wyniki pracy	K2_U10	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
Kompetencje społecznych			
K1	Student dąży do doskonalenia procesu projektowania	K2_K02	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
K2	Student kieruje się zasadami etycznymi podczas projektowania produktu żywnościowego	K2_K05	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Opracowanie koncepcji produktu żywnościowego - business case.	C1, C2, C3, C6	U1, U2, U3, K2
2.	Opracowanie wstępnej receptury produktu żywnościowego.	C1, C2, C3, C6	U1, U2, U3, K2
3.	Sprecyzowanie wymagań do wytworzenia wyrobu żywnościowego.	C2, C3, C6	U1, U2, K2
4.	Oszacowanie kosztów przedsięwzięcia związanych z wytwarzaniem nowego produktu żywnościowego.	C2, C6	U1, K2
5.	Studium wykonalności koncepcji nowego produktu żywnościowego.	C1, C2, C3, C6	W1, U1, K2
6.	Planowanie eksperymentu, przygotowanie prototypów produktu żywnościowego.	C2, C6	U1, U3, K2
7.	Opracowanie kryteriów i narzędzi testowania prototypów i wyrobu gotowego.	C2, C4, C6	U1, K2
8.	Rozwijanie koncepcji produktu żywnościowego.	C2, C4, C5, C6	U1, K2
9.	Optymalizacja jakości produktu żywnościowego.	C2, C6	U1
10.	Przygotowanie specyfikacji wyrobu gotowego.	C1, C2, C3, C4, C6	U1, U2, U4, K2
11.	Przygotowanie propozycji opakowania produktu żywnościowego wraz z opracowaniem etykiety.	C1, C2, C3, C4, C6	U1, U2, K2
12.	Ocena skuteczności i efektywności procesu projektowania produktu żywnościowego.	C2, C3, C4, C5, C6	U1, U5, K1, K2
13.	Opracowanie strategii wprowadzenia zaprojektowanego produktu na rynek.	C2	U1



Seminarium dyplomowe

Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Design i komercjalizacja produktu	Cykl dydaktyczny 2026/2027
Specjalność -	Kod przedmiotu UEPKPS.24C.409.26
Jednostka organizacyjna UEP	Język wykładowy Polski
Poziom kształcenia studia drugiego stopnia	Obligatoryjność Obowiązkowy
Forma studiów stacjonarne	Blok zajęciowy Blok C
Profil kształcenia ogólnoakademicki	

Okres Semestr 3	Forma zaliczenia Zaliczenie	Liczba punktów ECTS 4
	Forma prowadzenia i godziny zajęć • Uczestnictwo w seminarium: 15	

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Zapoznanie z podstawową literaturą z zakresu przedmiotowego seminarium
C2	Zbudowanie warsztatu naukowego umożliwiającego przygotowanie pracy dyplomowej
C3	Wyrobienie umiejętności prezentacji poglądów i przemyśleń

Wymagania wstępne

Umiejętność obsługi edytorów tekstowych oraz arkuszy kalkulacyjnych (np. MS Word, MS Excel)

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
-----	-------------------	-------------------------------	--------------------

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	Student/ka zna podstawowy dorobek teoretyczny z zakresu przedmiotowego seminarium	K2_W01, K2_W02	Esej / referat, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Przygotowanie prezentacji, Prezentacja częściowych wyników badań
W2	Student/ka zna zasady definiowania problemu badawczego i przygotowania pracy dyplomowej	K2_W07	Esej / referat, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Przeprowadzenie badań, Przygotowanie prezentacji, Prezentacja częściowych wyników badań
W3	Student/ka zna podstawowe metody badań naukowych z zakresu przedmiotowego seminarium, umożliwiające przygotowanie pracy dyplomowej	K2_W07, K2_W08	Esej / referat, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Przeprowadzenie badań, Przygotowanie prezentacji, Prezentacja częściowych wyników badań
W4	Student/ka zna podstawowe bazy danych bibliograficznych i statystycznych właściwe dla przedmiotowego seminarium	K2_W01, K2_W05, K2_W07	Esej / referat, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Przygotowanie prezentacji, Prezentacja częściowych wyników badań
Umiejętności			
U1	Student/ka potrafi przeprowadzić kwerendę literaturową i dokonać krytycznej oceny pozyskanych informacji	K2_U01, K2_U02, K2_U08, K2_U12	Esej / referat, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Przeprowadzenie badań, Przygotowanie prezentacji, Prezentacja częściowych wyników badań
U2	Student/ka potrafi zdefiniować problem badawczy, sformułować tezy, hipotezy lub cele badawcze, zaprojektować badania empiryczne lub teoretyczne	K2_U03, K2_U04, K2_U05, K2_U08, K2_U12	Esej / referat, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Przeprowadzenie badań, Przygotowanie prezentacji, Prezentacja częściowych wyników badań
U3	Student/ka potrafi przygotować pracę pisemną lub prezentację z zakresu przedmiotowego seminarium	K2_U08, K2_U09, K2_U10, K2_U11	Esej / referat, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Przeprowadzenie badań, Przygotowanie prezentacji, Prezentacja częściowych wyników badań
Kompetencji społecznych			

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
K1	Student/ka postępuje etycznie i zgodnie z regulaminem studiów UEP	K2_K01, K2_K05	Esej / referat, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Przeprowadzenie badań, Przygotowanie prezentacji, Prezentacja częściowych wyników badań

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Zasady przygotowania pracy dyplomowej	C2	W1, W2, U2, U3, K1
2.	Podstawowe bazy danych bibliograficznych i statystycznych właściwe dla przedmiotowego seminarium	C1	W4, U1
3.	Metodyka badawcza w zakresie przedmiotowym seminarium	C1, C2, C3	W1, W3, W4, U1, U2
4.	Dyskusja nad koncepcją pracy dyplomowej	C1, C2, C3	W1, W2, U1, U2, K1
5.	Referowanie częściowych wyników badań	C1, C2, C3	W1, W2, W3, U2, K1
6.	Prezentacja tez pracy dyplomowej	C3	W1, W2, U2, U3, K1



Alergeny żywności i kosmetyków

Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Design i komercjalizacja produktu	Cykl dydaktyczny 2026/2027
Specjalność -	Kod przedmiotu UEPKPS.24C.12040.26
Jednostka organizacyjna UEP	Język wykładowy Polski
Poziom kształcenia studia drugiego stopnia	Obligatoryjność Do wyboru
Forma studiów stacjonarne	Blok zajęciowy Blok C
Profil kształcenia ogólnoakademicki	

Okres Semestr 3	Forma zaliczenia Zaliczenie	Liczba punktów ECTS 1
	Forma prowadzenia i godziny zajęć • Uczestnictwo w wykładach: 15	

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Uzyskanie wiedzy z zakresu charakterystyki i klasyfikacji związków alergennych występujących w produktach spożywczych i kosmetycznych.
C2	Zapoznanie się z metodami detekcji, inaktywacji i eliminacji alergenów występujących w żywności i kosmetykach.
C3	Zdobycie wiedzy na temat trendów, możliwości i wyzwań technologicznych produkcji żywności i kosmetyków o obniżonej alergenicności.
C4	Uzyskanie wiedzy na temat wymagań prawnych w zakresie zasad znakowania żywności i kosmetyków zawierających alergeny.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
-----	-------------------	-------------------------------	--------------------

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	Student definiuje i posługuje się podstawowymi pojęciami dotyczącymi związków alergennych występujących w żywności i kosmetykach. Posiada wiedzę na temat składników żywności i kosmetyków o właściwościach alergennych.	K2_W01, K2_W02	Sprawdzian pisemny testowy
W2	Student wymienia i opisuje sposoby wykrywania, eliminacji i inaktywacji alergenów w żywności i kosmetykach.	K2_W01, K2_W02, K2_W07, K2_W08	Sprawdzian pisemny testowy
W3	Student posiada wiedzę dotyczącą prawidłowego znakowania produktów spożywczych oraz kosmetycznych zawierających związki alergenne.	K2_W01, K2_W02, K2_W05, K2_W06, K2_W09	Sprawdzian pisemny testowy
Umiejętności			
U1	Student dokonuje klasyfikacji alergenów w żywności i kosmetykach oraz analizuje źródła ich pochodzenia.	K2_U01, K2_U03, K2_U06	Sprawdzian pisemny testowy
U2	Student posiada umiejętność doboru i zastosowania metod oznaczania, eliminacji i inaktywacji alergenów w żywności i kosmetykach, oraz ocenia korzyści i ograniczenia wynikające z zastosowania tych metod.	K2_U01, K2_U03, K2_U05, K2_U06	Sprawdzian pisemny testowy
Kompetencji społecznych			
K1	Student jest świadomy zagrożeń wynikających z występowania alergenów w żywności i kosmetykach.	K2_K01, K2_K02, K2_K03, K2_K05	Sprawdzian pisemny testowy
K2	Student jest świadomy znaczenia odpowiedzialności za produkcję żywności o obniżonej alergenicności i kosmetyków hypoalergicznym i ich odpowiednie znakowanie.	K2_K01, K2_K02, K2_K05	Sprawdzian pisemny testowy

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Podstawowe definicje i pojęcia związane z alergenami, ich charakterystyka, klasyfikacja oraz występowanie w żywności i kosmetykach.	C1	W1, U1
2.	Zagrożenia związane z występowaniem alergenów w żywności i kosmetykach.	C1, C2	W1, K1
3.	Przyczyny i mechanizmy powstawania alergii. Przeciwciała, procesy alergiczne i typy nadwrażliwości.	C2	W1, K1
4.	Metody oznaczania alergenów, zastosowanie technik m.in. bioinformatycznych, fizykochemicznych, immunoenzymatycznych oraz biologii molekularnej.	C2, C3	W2, U2, K1
5.	Metody inaktywacji i eliminacji związków alergennych w produkcji żywności i kosmetyków.	C2, C3	W2, U2, K1, K2
6.	Wymagania dotyczące prawidłowego i odpowiedzialnego znakowania produktów żywnościowych i kosmetycznych, w kontekście obecności związków alergizujących.	C4	W3, K1, K2

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
7.	Żywność o obniżonej alergenicności oraz kosmetyki hypoalergiczne: trendy, możliwości, wyzwania technologiczne, wymagania wobec produktu oraz znakowanie.	C3, C4	W2, W3, U2, K1, K2



Kreatywność i twórcze rozwiązywanie problemów Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Design i komercjalizacja produktu	Cykl dydaktyczny 2026/2027
Specjalność -	Kod przedmiotu UEPKPS.24C.205724.26
Jednostka organizacyjna UEP	Język wykładowy Polski
Poziom kształcenia studia drugiego stopnia	Obligatoryjność Do wyboru
Forma studiów stacjonarne	Blok zajęciowy Blok C
Profil kształcenia ogólnoakademicki	

Okres Semestr 3	Forma zaliczenia Zaliczenie	Liczba punktów ECTS 1
	Forma prowadzenia i godziny zajęć • Uczestnictwo w wykładach: 15	

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Zrozumienie procesów poznawczych związanych z postawą twórczą
C2	Rozwinięcie umiejętności efektywnego rozwiązywania problemów dzięki wykorzystywaniu wzorców kreatywnego myślenia
C3	Wykształcenie gotowości do poznania i monitorowania własnych procesów poznawczych

Wymagania wstępne

Nie dotyczy

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	Student opisuje procesy poznawcze i uwarunkowania związane z postawą twórczą	K2_W01	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie
W2	Student objaśnia relację między myśleniem kreatywnym a rozwiązywaniem problemów	K2_W01	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie
Umiejętności			
U1	Student analizuje przykłady zastosowania kreatywnego myślenia w praktyce biznesowej	K2_U04	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie
U2	Student formułuje pytania problemowe oraz proponuje i poddaje konstruktywnej krytyce rozwiązania	K2_U04, K2_U05	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie
U3	Student docenia różnorodność procesów twórczych	K2_U04	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie
Kompetencji społecznych			
K1	Student docenia rolę własnych umiejętności twórczych w rozwoju innowacji oraz kreowaniu zrównoważonego świata	K2_K02	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Cechy postawy kreatywnej, procesy twórcze i odpowiadające im rodzaje twórczości.	C1	W1
2.	Osobowościowe i środowiskowe uwarunkowania kreatywności.	C1	W1
3.	Rozwój i wzmacnianie wzorców kreatywnego myślenia.	C1	W2
4.	Rola myślenia dywergencyjnego i konwergencyjnego w efektywnym rozwiązywaniu problemów.	C1	W2
5.	Kreatywne rozwiązywanie problemów (CPS) - ramy, przebieg procesu, wybrane narzędzia i techniki, role, efektywność zespołu.	C2	W1, U2, U3
6.	Kreowanie zrównoważonych rozwiązań z wykorzystaniem koncepcji biomimikry.	C2	U2
7.	Identyfikacja zdolności twórczych i ocena efektywności kreatywnego rozwiązywania problemów - monitorowanie metakognitywne.	C2, C3	K1

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
8.	Kreatywność w komunikacji i praktyce biznesowej - studia przypadków i przykłady	C2	U1



Marketing relacyjny

Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Design i komercjalizacja produktu	Cykl dydaktyczny 2026/2027
Specjalność -	Kod przedmiotu UEPKPS.24C.1235.26
Jednostka organizacyjna UEP	Język wykładowy Polski
Poziom kształcenia studia drugiego stopnia	Obligatoryjność Do wyboru
Forma studiów stacjonarne	Blok zajęciowy Blok C
Profil kształcenia ogólnoakademicki	

Okres Semestr 3	Forma zaliczenia Zaliczenie	Liczba punktów ECTS 1
	Forma prowadzenia i godziny zajęć • Uczestnictwo w wykładach: 15	

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Poznanie przez studenta pojęcia i istoty marketingu relacji
C2	Student zdobywa wiedzę na temat procesu budowania i utrzymywania relacji z podmiotami rynkowymi.
C3	Poznanie przez studenta sposobów komunikacji marketingowej z klientami oraz zasad budowania wartości dla klientów
C4	Poznanie przez studenta instrumentów marketingowych budowania relacji z klientami oraz zasad planowania eventu dla klientów

Wymagania wstępne

Student ma podstawową wiedzę z marketingu.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	Student definiuje marketing relacji i objaśnia jego istotę.	K2_W01	Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
W2	Student identyfikuje i objaśnia etapy procesu budowania i utrzymania relacji przedsiębiorstwa z podmiotami rynku.	K2_W01, K2_W02, K2_W10	Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
W3	Student przedstawia sposoby komunikacji marketingowej z klientami oraz zasady budowania wartości dla klientów.	K2_W01, K2_W02, K2_W10	Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
W4	Student przedstawia instrumenty marketingowe budowania relacji z klientami oraz wyjaśnia zasady planowania eventu dla klientów.	K2_W01, K2_W02, K2_W10	Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
Umiejętności			
U1	Student opracowuje działania zgodnie z zasadami marketingu relacji dla różnych typów organizacji.	K2_U01, K2_U02, K2_U11	Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt indywidualny, Przygotowanie prezentacji
U2	Student projektuje proces budowania relacji organizacji (przedsiębiorstwa) z klientem.	K2_U01, K2_U02, K2_U11	Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt indywidualny, Przygotowanie prezentacji
U3	Student przygotowuje projekt komunikacji marketingowej przedsiębiorstwa z klientami.	K2_U01, K2_U02, K2_U11	Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt indywidualny, Przygotowanie prezentacji
U4	Student projektuje event dla klientów wybranego przedsiębiorstwa.	K2_U01, K2_U02, K2_U11	Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt indywidualny, Przygotowanie prezentacji
Kompetencji społecznych			

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
K1	Student jest zorientowany na rozwiązywanie problemów w obszarze budowania relacji organizacji z uczestnikami rynku.	K2_K03	Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt indywidualny, Przygotowanie prezentacji
K2	Student jest wrażliwy na potrzeby uczestników rynku w procesie budowania i utrzymywania długofalowych relacji z nimi.	K2_K03, K2_K04	Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt indywidualny, Przygotowanie prezentacji

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Wprowadzenie do marketingu relacji - definicja pojęcia i istota marketingu relacji	C1	W1, U1, K1
2.	Proces budowania relacji przedsiębiorstwa z klientem	C2	W2, U2, K1
3.	Metody pozyskiwania klientów	C2	W2, U2, K1
4.	Badania potrzeb klientów	C2	W2, U2, K1, K2
5.	Budowanie relacji z klientami	C2, C3, C4	W2, W3, W4, U2, U3, U4, K1, K2
6.	Sposoby komunikacji marketingowej z klientami	C3	W3, U3, K1, K2
7.	Budowanie wartości dla klientów	C3	W3, U3, K1, K2
8.	Planowanie eventu dla klientów	C4	W4, U4, K1, K2
9.	Utrzymanie relacji z klientem	C2	W2, U2, K1, K2



Projektowanie doświadczeń klientów Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Design i komercjalizacja produktu	Cykl dydaktyczny 2026/2027
Specjalność -	Kod przedmiotu UEPKPS.24C.13153.26
Jednostka organizacyjna UEP	Język wykładowy Polski
Poziom kształcenia studia drugiego stopnia	Obligatoryjność Do wyboru
Forma studiów stacjonarne	Blok zajęciowy Blok C
Profil kształcenia ogólnoakademicki	

Okres Semestr 3	Forma zaliczenia Zaliczenie	Liczba punktów ECTS 1
	Forma prowadzenia i godziny zajęć • Uczestnictwo w wykładach: 15	

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Uzyskanie wiedzy na temat istoty i roli doświadczeń klientów i użytkowników (CX i UX) w kontakcie z produktem / usługą oraz zasad ich projektowania.
C2	Wykształcenie umiejętności opracowania mapy (ścieżki) zakupowej klienta / użytkownika jako kluczowego elementu projektowania doświadczenia klienta z produktem / usługą.
C3	Uzyskanie wiedzy z zakresu najważniejszych metod, technik i narzędzi badawczych w procesie projektowania doświadczenia klienta/użytkownika.
C4	Uzyskanie wiedzy na temat najważniejszych działań podejmowanych przez przedsiębiorstwo w kontekście zarządzania doświadczeniem klientów / użytkowników.

Wymagania wstępne

Podstawowa wiedza z zakresu marketingu, zachowań konsumentów i badań rynkowych.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	Student rozumie rolę doświadczeń klientów oraz zasady ich projektowania	K2_W01	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
W2	Student charakteryzuje istotę i specyfikę ścieżki zakupowej klienta (użytkownika) jako elementu projektowania doświadczenia z produktem / usługą.	K2_W08, K2_W10	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
W3	Student charakteryzuje najważniejsze metody, techniki i narzędzia wykorzystywane w badaniach stanowiących podstawę projektowania doświadczeń klientów.	K2_W07	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
Umiejętności			
U1	Student potrafi zaplanować i przygotować doświadczenie klienta w oparciu o opracowaną ścieżkę zakupową.	K2_U04	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie
U2	Student potrafi zaplanować i dobrać techniki i narzędzia badawcze służące do przeprowadzenia badań dla celów zaprojektowania doświadczenia klienta.	K2_U02, K2_U04	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie
U3	Student planuje działania w ramach zarządzania doświadczeniem klienta w zmiennym otoczeniu rynkowym.	K2_U04	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie
Kompetencje społecznych			
K1	Student jest zdolny do podjęcia odpowiednich działań w kontekście planowania, projektowania i zarządzania doświadczeniem klientów.	K2_K02, K2_K03	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie
K2	Student rozumie potrzebę uzupełniania i doskonalenia wiedzy i umiejętności w obliczu dynamicznych zmian technologicznych i rynkowych.	K2_K02, K2_K03	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Doświadczenie klienta / użytkownika - podstawowe pojęcia i różnice między nimi (CX, UX) znaczenie dla rozwoju organizacji i budowania satysfakcji klientów.	C1	W1
2.	Doświadczenie jako propozycja wartości dla klienta: nowy paradygmat marketingu, istota i komponenty doświadczenia.	C1	W1

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
3.	Emocje i inne stany afektywne jako kluczowe elementy doświadczenia: istota i funkcje emocji, rodzaje, czynniki wpływające na emocje.	C2	W1
4.	Rola badań w procesie projektowania doświadczenia klienta/użytkownika (plan badawczy, metody badawcze, realizacja badań).	C2, C3	W3, U2, K1
5.	Proces projektowania doświadczenia klienta: przygotowanie do projektowania doświadczeń klienta (opis Persony, Mapa empatii); mapowanie doświadczeń klienta (bohater ścieżki, cel ścieżki, ścieżka podróży klienta - dobór elementów ścieżki, punkty styku, emocje, service blueprint); budowanie przyszłego doświadczenia (diagnoza luk w ścieżce, problemów i obszarów do doskonalenia, generowanie pomysłów na poprawę, propozycje wdrożenia).	C2, C3	W2, W3, U1, U2, K1
6.	Zarządzanie doświadczeniem klientów: pracownicy jako element tworzenia i dostarczania doświadczenia, klienci jako współtwórcy doświadczenia, aspekty fizyczne jako element doświadczenia, wdrażanie rozwiązań, ewaluacja i pomiary skuteczności.	C4	U3, K1, K2

Przystosowanie towarów dla logistyki i magazynowania

Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

<p>Kierunek studiów Design i komercjalizacja produktu</p> <p>Specjalność -</p> <p>Jednostka organizacyjna UEP</p> <p>Poziom kształcenia studia drugiego stopnia</p> <p>Forma studiów stacjonarne</p> <p>Profil kształcenia ogólnoakademicki</p>	<p>Cykl dydaktyczny 2026/2027</p> <p>Kod przedmiotu UEPKPS.24C.205725.26</p> <p>Język wykładowy Polski</p> <p>Obligatoryjność Do wyboru</p> <p>Blok zajęciowy Blok C</p>
---	---

Okres Semestr 3	<p>Forma zaliczenia Zaliczenie</p> <p>Forma prowadzenia i godziny zajęć • Uczestnictwo w wykładach: 15</p>	Liczba punktów ECTS 1
---------------------------	--	---------------------------------

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Przekazanie wiadomości na temat zasadniczych wymagań stawianych towarom przeznaczonym do transportu i magazynowania.
C2	Zapoznanie się z rozwiązaniami technicznymi i organizacyjnymi związanymi z przystosowaniem towarów do transportu i magazynowania.
C3	Nabywanie świadomości na temat roli zabezpieczeń towarów w transporcie i składowaniu.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
W1	Student charakteryzuje wymagania stawiane wybranym towarom przeznaczonym do transportu i magazynowania.	K2_W01, K2_W05	Sprawdzian pisemny testowy
W2	Student opisuje sposoby przystosowania wybranych towarów do transportu i magazynowania	K2_W05, K2_W08, K2_W09	Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
W3	Student identyfikuje zagrożenia występujące w trakcie transportu i magazynowania wybranych towarów.	K2_W01, K2_W09	Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
Umiejętności			
U1	Student dobiera odpowiednie środki wymagane do przystosowania wybranych towarów do transportu i magazynowania.	K2_U01, K2_U03, K2_U04	Sprawdzian pisemny testowy
U2	Student przewiduje skutki niewłaściwego zabezpieczenia towarów w trakcie transportu i magazynowania.	K2_U01, K2_U04	Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
Kompetencje społecznych			
K1	Student jest wrażliwy na wpływ transportu i magazynowania wybranych wyrobów na środowisko, weryfikuje stan wiedzy i rozwój technologii w tym zakresie, i w razie potrzeby zasięga opinii ekspertów w tym obszarze.	K2_K02, K2_K04	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Podatność magazynowo-transportowa wybranych grup produktów żywnościowych i nieżywnościowych.	C1, C3	W1, W3, U2, K1
2.	Charakterystyka podstawowych zagrożeń występujących w transporcie i magazynowaniu wybranych grup towarów.	C2, C3	W3, U2, K1
3.	Środki zabezpieczające towary w transporcie i magazynowaniu - rozwiązania technologiczne, sprzętowe i organizacyjne.	C1, C2	W2, U1, K1
4.	Informatyczne wsparcie obrotu towarowego w transporcie i magazynowaniu. Systemy automarycznego zbierania i przetwarzania danych w logistyce i magazynowaniu.	C2, C3	W2, W3, U1, K1
5.	Nowoczesne materiały opakowaniowe i systemy pakowania wspierające przystosowanie towarów do transportu i przechowywania.	C2, C3	W2, W3, U1, U2, K1



Innowacje biotechnologiczne w biogospodarce

Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Design i komercjalizacja produktu	Cykl dydaktyczny 2026/2027
Specjalność -	Kod przedmiotu UEPKPS.24C.205726.26
Jednostka organizacyjna UEP	Język wykładowy Polski
Poziom kształcenia studia drugiego stopnia	Obligatoryjność Do wyboru
Forma studiów stacjonarne	Blok zajęciowy Blok C
Profil kształcenia ogólnoakademicki	

Okres Semestr 3	Forma zaliczenia Egzamin	Liczba punktów ECTS 4
	Forma prowadzenia i godziny zajęć • Uczestnictwo w wykładach: 30	

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Zdobycie wiedzy z zakresu roli biotechnologii tradycyjnej i nowoczesnej w rozwoju biogospodarki z uwzględnieniem aktualnych trendów, potrzeb i kierunków rozwoju
C2	Poznanie metod wykorzystywanych w biotechnologii, w tym nowych technik inżynierii genetycznej, przydatnych w rozwoju innowacji biotechnologicznych
C3	Pozyskanie wiedzy na temat innowacji biotechnologicznych w różnych gałęziach gospodarki i w ochronie środowiska
C4	Zdobycie umiejętności analizowania korzyści i zagrożeń wynikających z zastosowania biotechnologii w różnych gałęziach przemysłu i ochronie środowiska

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	Student ma wiedzę w zakresie aktualnych trendów w biogospodarce i możliwości wykorzystania osiągnięć biotechnologii w jej rozwoju	K2_W02, K2_W03	Egzamin pisemny testowy
W2	Student zna metody wykorzystywane w nowoczesnej biotechnologii, w tym metody inżynierii genetycznej i edycji genów, przydatne w projektowaniu innowacyjnych produktów	K2_W03, K2_W08	Egzamin pisemny testowy
W3	Student wymienia i opisuje przykłady innowacji biotechnologicznych w różnych gałęziach gospodarki i w ochronie środowiska	K2_W02, K2_W03	Egzamin pisemny testowy
Umiejętności			
U1	Student potrafi uzasadnić korzyści wynikające z zastosowania nowoczesnych metod biotechnologicznych w biogospodarce	K2_U01, K2_U04, K2_U10	Projekt grupowy / praca w grupie
U2	Student prezentuje możliwości wykorzystania metod biotechnologicznych do rozwoju innowacyjnych produktów	K2_U01, K2_U05	Projekt grupowy / praca w grupie
Kompetencje społecznych			
K1	Student ma świadomość korzyści i zagrożeń wynikających z wykorzystania biotechnologii, w tym nowoczesnych technik inżynierii genetycznej, w kreowaniu innowacyjnych rozwiązań w biogospodarce	K2_K01	Projekt grupowy / praca w grupie

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Biotechnologia jako odpowiedź na wyzwania XXI wieku. Rynek biotechnologiczny w Polsce i na świecie	C1	W1
2.	Organizmy wykorzystywane w biotechnologii (wirusy, mikroorganizmy, rośliny i zwierzęta) - możliwości, zalety i ograniczenia ich wykorzystania	C1	W1
3.	Hodowle komórkowe i tkankowe, komórki macierzyste wykorzystywane w badaniach i rozwoju produktów biotechnologicznych	C2	W2, U1, K1
4.	Metody wykorzystywane w biotechnologii tradycyjnej i nowoczesnej - elementy inżynierii bioprosesowej, inżynieria genetyczna, techniki edycji genów	C2	W2, U1, U2, K1
5.	Innowacje biotechnologiczne w branży rolno-spożywczej - żywność bioaktywna, biokonserwacja, precyzyjna fermentacja, wykorzystanie nutrigenetyki i nutrigenomiki w projektowaniu produktów	C3, C4	W3, U1, K1
6.	Innowacje w agrobiotechnologii - biopestycydy, bionawozy, nowe odmiany roślin	C3, C4	W2, W3, U1, K1
7.	Biotechnologia w medycynie - innowacyjne biofarmaceutyki i terapie	C3, C4	W3, U1, K1

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
8.	Innowacje biotechnologiczne w kosmetologii	C3, C4	W3, U1, K1
9.	Biotechnologiczne rozwiązania w ochronie środowiska - zachowanie bioróżnorodności, biopreparaty	C3, C4	W3, U1, K1
10.	Etyka w biotechnologii. Świadomość i akceptacja społeczna w stosunku do innowacji biotechnologicznych, w szczególności wykorzystujących nowoczesne techniki inżynierii genetycznej	C4	K1
11.	Bariery w procesie wdrażania produktów biotechnologicznych. Znaczenie regulacji prawnych we wprowadzaniu innowacji biotechnologicznych na rynek	C4	K1

Media społecznościowe w marketingu

Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

<p>Kierunek studiów Design i komercjalizacja produktu</p> <p>Specjalność -</p> <p>Jednostka organizacyjna UEP</p> <p>Poziom kształcenia studia drugiego stopnia</p> <p>Forma studiów stacjonarne</p> <p>Profil kształcenia ogólnoakademicki</p>		<p>Cykl dydaktyczny 2026/2027</p> <p>Kod przedmiotu UEPKPS.24C.12272.26</p> <p>Język wykładowy Polski</p> <p>Obligatoryjność Do wyboru</p> <p>Blok zajęciowy Blok C</p>	
<p>Okres Semestr 3</p>	<p>Forma zaliczenia Egzamin</p> <p>Forma prowadzenia i godziny zajęć • Uczestnictwo w wykładach: 30</p>		<p>Liczba punktów ECTS 4</p>

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Uzyskanie wiedzy na temat roli i znaczenia mediów społecznościowych jako nowoczesnego narzędzia komunikacji marketingowej.
C2	Uzyskanie wiedzy na temat możliwości wykorzystania mediów społecznościowych w procesie komunikacji rynkowej.
C3	Wykształcenie umiejętności rozróżniania portali społecznościowych.
C4	Wykształcenie umiejętności zaplanowania skutecznych działań komunikacyjnych opartych na mediach społecznościowych do realizacji określonego celu biznesowego (z uwzględnieniem specyfiki branży, celów oraz adresatów komunikatu).

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	Student objaśnia proces komunikacji marketingowej.	K2_W01, K2_W02, K2_W04	Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami
W2	Student definiuje pojęcia odnoszące się do mediów społecznościowych i marketingu społecznościowego.	K2_W01, K2_W04	Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami
W3	Student wymienia i opisuje różne portale społecznościowe, definiuje cele, funkcje i zakres ich działania.	K2_W01, K2_W02	Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami
Umiejętności			
U1	Student projektuje działania w ramach strategii marketingowej organizacji w oparciu o nowoczesne narzędzia promocji.	K2_U01, K2_U02, K2_U04, K2_U07, K2_U10, K2_U13	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
U2	Student umiejętnie dobiera odpowiednie kanały komunikacji marketingowej w odniesieniu do wybranych studiów przypadków oraz uzasadnia swój wybór.	K2_U01, K2_U02, K2_U04, K2_U10, K2_U13	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
Kompetencji społecznych			
K1	Student, planując aktywność w mediach społecznościowych postępuje zgodnie z zasadami etycznymi.	K2_K05	Projekt grupowy / praca w grupie
K2	Student docenia znaczenie potrzeby komunikacji marketingowej opartej na dialogu.	K2_K04	Projekt grupowy / praca w grupie

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Proces komunikacji marketingowej w Internecie. Wpływ mediów społecznościowych na zmiany w komunikacji marketingowej.	C1	W1, K2
2.	Nowoczesne narzędzia komunikacji marketingowej.	C1	W1
3.	Media społecznościowe - geneza i historia powstania, podstawowe definicje.	C2	W2
4.	Digital marketing i social media marketing - pojęcie, funkcje, strategie.	C2	W2, W3
5.	Funkcje i cele poszczególnych serwisów społecznościowych.	C2, C3	W2, W3
6.	Zasady komunikacji i netetykieta w mediach społecznościowych.	C4	U1, U2, K1

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
7.	Strategia komunikacji w mediach społecznościowych: analiza sytuacji wyjściowej, cele, przekaz, kanały komunikacji oraz proponowany sposób oceny efektów, harmonogram i budżet.	C4	U1, U2, K1
8.	Metody wykorzystywania mediów społecznościowych w działaniach przedsiębiorstw z różnych branż - analiza przypadków.	C3	U1, U2
9.	Narzędzia wspierające prowadzenie działań marketingowych w mediach społecznościowych.	C3	U1, U2
10.	Monitorowanie aktywności w mediach społecznościowych.	C2	U1, U2
11.	Zarządzanie kryzysem w mediach społecznościowych.	C3	U2, K1
12.	Ocena skuteczności działań prowadzonych w mediach społecznościowych.	C2	W2



Nutraceutyki i suplementy diety

Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Design i komercjalizacja produktu	Cykl dydaktyczny 2026/2027
Specjalność -	Kod przedmiotu UEPKPS.24C.205727.26
Jednostka organizacyjna UEP	Język wykładowy Polski
Poziom kształcenia studia drugiego stopnia	Obligatoryjność Do wyboru
Forma studiów stacjonarne	Blok zajęciowy Blok C
Profil kształcenia ogólnoakademicki	

Okres Semestr 3	Forma zaliczenia Egzamin	Liczba punktów ECTS 4
	Forma prowadzenia i godziny zajęć • Uczestnictwo w wykładach: 30	

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Przedstawienie studentom koncepcji żywności o prozdrowotnych właściwościach (w tym health and wellness) jako jednego z kierunków rozwoju rynku produktów spożywczych i suplementów diety.
C2	Zapoznanie studentów ze składnikami bioaktywnymi oraz ich wykorzystaniem w produkcji nutraceutyków i suplementów diety.
C3	Przekazanie studentom wiedzy dotyczącej wybranych produktów ziołowych.
C4	Zapoznanie studentów z problematyką znakowania suplementów diety, zasadami stosowania oświadczeń zdrowotnych oraz regulacjami prawnymi związanymi z wprowadzaniem na rynek suplementów diety.

Wymagania wstępne

Podstawowa wiedza z zakresu jakości produktów spożywczych, zasad żywienia oraz biologii.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	Student charakteryzuje nutraceutyki, żywność funkcjonalną i suplementy diety. Zna powiązania między poszczególnymi kategoriami żywności o prozdrowotnych właściwościach.	K2_W02, K2_W09	Egzamin pisemny testowy, Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
W2	Student charakteryzuje substancje bioaktywne wykorzystywane w produkcji nutraceutyków i suplementów diety	K2_W09	Egzamin pisemny testowy, Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
W3	Student zna regulacje prawne dotyczące nutraceutyków, żywności funkcjonalnej i suplementów diety, oraz zasady wprowadzania tych produktów na rynek.	K2_W05, K2_W06, K2_W07	Egzamin pisemny testowy, Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
Umiejętności			
U1	Student analizuje właściwości dostępnych na rynku produktów i proponuje nowe rozwiązania.	K2_U01, K2_U02, K2_U03, K2_U06, K2_U07, K2_U11	Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
U2	Student projektuje suplementy diety w oparciu o zdobytą wiedzę dotyczącą właściwości bioaktywnych wybranych składników.	K2_U02, K2_U03, K2_U06, K2_U07	Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
U3	Student posługuje się aktami prawnymi w zakresie znakowania suplementów diety i wprowadzania ich na rynek.	K2_U01, K2_U03	Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
Kompetencji społecznych			
K1	Student wykazuje odpowiedzialność za podejmowane decyzje w zakresie projektowania i komercjalizacji produktów z grupy nutraceutyki i suplementy diety.	K2_K01	Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
K2	Student jest gotów do doskonalenia i rozwijania w zakresie najnowszych rozwiązań i danych naukowych dotyczących substancji bioaktywnych - korzyści i zagrożeń wynikających ze stosowania skoncentrowanych form substancji bioaktywnych.	K2_K01, K2_K02	Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Kierunki rozwoju nauk o substancjach bioaktywnych, żywności i żywieniu.	C1	W1

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
2.	Składniki bioaktywne - źródła, właściwości, korzyści i zagrożenia.	C2, C3	W1, W2, K2
3.	Charakterystyka wybranych nutraceutyków, suplementów diety i żywności funkcjonalnej.	C1	W1
4.	Regulacje prawne dotyczące znakowania i wprowadzania na rynek suplementów diety.	C4	W3, U3
5.	Projektowanie suplementów diety i nutraceutyków, aspekty prawne i etyczne promocji produktów, projektowanie etykiety.	C2, C3, C4	W2, W3, U1, U2, U3, K1, K2
6.	Interakcje składników żywności, suplementów diety, leków i produktów ziołowych. Kontrowersje i zagrożenia związane z suplementami diety i nutraceutykami.	C2, C3	W1, W2, K1, K2

Projektowanie zrównoważonego łańcucha dostaw

Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

<p>Kierunek studiów Design i komercjalizacja produktu</p> <p>Specjalność -</p> <p>Jednostka organizacyjna UEP</p> <p>Poziom kształcenia studia drugiego stopnia</p> <p>Forma studiów stacjonarne</p> <p>Profil kształcenia ogólnoakademicki</p>	<p>Cykl dydaktyczny 2026/2027</p> <p>Kod przedmiotu UEPKPS.24C.205728.26</p> <p>Język wykładowy Polski</p> <p>Obligatoryjność Do wyboru</p> <p>Blok zajęciowy Blok C</p>
---	---

<p>Okres Semestr 3</p>	<p>Forma zaliczenia Egzamin</p> <p>Forma prowadzenia i godziny zajęć • Uczestnictwo w wykładach: 30</p>	<p>Liczba punktów ECTS 4</p>
-----------------------------------	---	---

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Zapoznanie z praktycznymi aspektami projektowania zrównoważonych łańcuchów dostaw
C2	Zapoznanie z koncepcją i zasadami zrównoważonego zaopatrzenia, wyboru i zatwierdzania dostawców oraz zarządzanie łańcuchem dostaw
C3	Zrozumienie pojęć, różnic i wyzwań związanych z podejmowaniem decyzji o zakupie vs. wytwarzaniu (Make vs. Buy)

Wymagania wstępne

Wiedza dotycząca systemów znormalizowanych systemów zarządzania, w tym systemów zarządzania jakością ISO 9001

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	Student zna i interpretuje wymagania normy ISO 9001 w zakresie zarządzania dostawcami oraz ISO 20400 dotyczące zrównoważonego zarządzania łańcuchem dostaw	K2_W01	Egzamin pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Quiz na platformie moodle
W2	Student definiuje pojęcia związane ze zrównoważonym łańcuchem dostaw i zna trendy związane ze zrównoważonym zaopatrzeniem	K2_W02	Egzamin pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Quiz na platformie moodle
W3	Student wskazuje kwestie zrównoważonego rozwoju w definiowaniu wymagań, wyborze dostawców i udzielaniu zamówień	K2_W02	Egzamin pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Quiz na platformie moodle
W4	Student prezentuje procedury audytów dostawców, oceny i ewaluacji dostawców oraz kluczowe wskaźniki wydajności dla zrównoważonego rozwoju dostawców	K2_W02	Egzamin pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Quiz na platformie moodle
Umiejętności			
U1	Student analizuje i ocenia korzyści i wyzwania związane z podejmowaniem decyzji dotyczących wytwarzania wewnętrznego (Make) w porównaniu z zakupem (Buy) komponentów w kontekście zrównoważonego łańcucha dostaw	K2_U02	Egzamin pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Przygotowanie prezentacji, Quiz na platformie moodle
U2	Student potrafi budować procesy wyboru dostawców z uwzględnieniem kryteriów zrównoważonego rozwoju oraz jest w stanie oceniać dostawców pod kątem ich wpływu na środowisko, społeczność i gospodarkę	K2_U01, K2_U03	Egzamin pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Przygotowanie prezentacji, Quiz na platformie moodle
Kompetencje społecznych			
K1	Student, posługując się zasadami etyki biznesowej, jest gotów do podejmowania zrównoważonych działań w biznesie, szczególnie w kontekście decyzji dotyczących łańcucha dostaw	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.	Koncepcje zrównoważonego rozwoju, zrównoważonej konsumpcji i produkcji, zrównoważonych zakupów, globalnych trendów w zrównoważonych zakupach, zewnętrznych i wewnętrznych wpływów na zrównoważone zakupy	C1	W1, K1
2.	Rola zakupów w systemie zarządzania, decyzje Make vs. Buy i ich implikacje	C3	W1, U1

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
3.	Czynniki wpływające na zrównoważone zakupy, strategiczne podejście do zrównoważonych zakupów, zrównoważona karta wyników	C1, C2	W2, K1
4.	Opracowanie i wdrożenie polityki i programu zrównoważonych zakupów, komunikacja z interesariuszami, cele, zadania, role i odpowiedzialności	C1	W2, K1
5.	Zrównoważona specyfikacja zakupowa, zrównoważone zaopatrzenie, modele zarządzania zakupami i dostawami, kwestie zrównoważonego rozwoju w definiowaniu wymagań, wybór dostawców i udzielanie zamówień	C1, C2	W3, U2, K1
6.	Pomiar, monitorowanie i zarządzanie wynikami w zakresie zrównoważonego rozwoju dostawców, audyty dostawców, ocena i ewaluacja dostawców, kluczowe wskaźniki wydajności dla zrównoważonego rozwoju dostawców, narzędzia zarządzania łańcuchem dostaw, raportowanie zrównoważonego rozwoju	C1	W2, W4, U2, K1
7.	Bariery dla zrównoważonych zakupów, koszty, postawy interesariuszy, konflikty, bariery kulturowe, analiza potencjalnych konfliktów, potencjalne kompromisy w osiąganiu zrównoważonych zamówień	C1, C2	K1
8.	Wytyczne normy ISO 20400 dotyczące zrównoważonych zakupów	C1	W1



Systemy pakowania produktów Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Design i komercjalizacja produktu	Cykl dydaktyczny 2026/2027
Specjalność -	Kod przedmiotu UEPKPS.24C.205742.26
Jednostka organizacyjna UEP	Język wykładowy Polski
Poziom kształcenia studia drugiego stopnia	Obligatoryjność Do wyboru
Forma studiów stacjonarne	Blok zajęciowy Blok C
Profil kształcenia ogólnoakademicki	

Okres Semestr 3	Forma zaliczenia Egzamin	Liczba punktów ECTS 4
	Forma prowadzenia i godziny zajęć • Uczestnictwo w wykładach: 30	

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Uzyskanie wiedzy w zakresie podstawowych pojęć dotyczących systemów pakowania.
C2	Uzyskanie wiedzy w zakresie metod i systemów pakowania.
C3	Uzyskanie wiedzy dotyczącej materiałów opakowaniowych i ich wykorzystania w poszczególnych systemach pakowania.
C4	Nabycie przez studentów umiejętności określenia wpływu rodzaju zastosowanego systemu opakowania na bezpieczeństwo pakowanych produktów.

Wymagania wstępne

Podstawowe zagadnienia z zakresu towaroznawstwa wyrobów, opakowalnictwa i przechowalnictwa.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	Student ma wiedzę obejmującą podstawowe zagadnienia związane z systemami pakowania.	K2_W02, K2_W05	Egzamin pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
W2	Zna podstawowe rodzaje systemów pakowania.	K2_W05, K2_W09	Egzamin pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
W3	Ma wiedzę na temat materiałów opakowaniowych i ich wykorzystania w poszczególnych systemach pakowania.	K2_W05, K2_W09	Egzamin pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
Umiejętności			
U1	Ma umiejętność doboru techniki pakowania do określonego produktu.	K2_U01, K2_U02, K2_U03	Egzamin pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
U2	Potrafi wskazać obszary zastosowania systemów pakowania.	K2_U01, K2_U02, K2_U03	Egzamin pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
Kompetencji społecznych			
K1	Student jest gotów do doskonalenia w obszarze wiedzy i umiejętności w zakresie systemów pakowania produktów, doceniając rolę ekspertów.	K2_K02, K2_K05	Egzamin pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Powiązanie zagadnień z zakresu systemów pakowania z towaroznawstwem opakowań, przechowalnictwem, ekonomią, jakością. Przedstawienie podstawowych wiadomości z dziedziny opakowań, definicje, funkcje, klasyfikacje opakowań.	C1	W1, W2, K1
2.	Krajowy i globalny rynek opakowań. Materiały opakowaniowe i urządzenia pakujące.	C1, C2, C3	W1, W2, W3, U1, U2, K1
3.	Podstawowe pojęcia dotyczące systemów pakowania. Kryteria doboru materiałów opakowaniowych do poszczególnych systemów pakowania.	C1, C2, C3, C4	W1, W2, W3, U1, U2, K1
4.	Urządzenia i maszyny pakujące. Pionowe i poziome systemy pakowania. Technologie pakowania w folie termokurczliwe i rozciągliwe.	C2, C3, C4	W1, W2, W3, U1, U2, K1
5.	Metody pakowania próżniowego, w atmosferze modyfikowanej i kontrolowanej.	C2, C3, C4	W1, W2, W3, U1, U2, K1

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
6.	Aseptyczne metody pakowania.	C1, C2, C3, C4	W1, W2, W3, U1, U2, K1
7.	Narzędzia i systemy zapewnienia bezpieczeństwa materiałów opakowaniowych i opakowań.	C1, C2, C3, C4	W1, W2, W3, U1, U2, K1
8.	Systemy pakowania w nowoczesnych metodach utrwalania żywności.	C1, C2, C3, C4	W1, W2, W3, U1, U2, K1
9.	Środowiskowe aspekty projektowania opakowań. Opakowania zorientowane na recykling.	C1, C2, C3	W1, W2, W3, U1, U2, K1
10.	Digitalizacja w systemach pakowania.	C1, C2, C3	W1, W2, W3, U1, U2, K1

Zaawansowane planowanie jakości produktu

Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

<p>Kierunek studiów Design i komercjalizacja produktu</p> <p>Specjalność -</p> <p>Jednostka organizacyjna UEP</p> <p>Poziom kształcenia studia drugiego stopnia</p> <p>Forma studiów stacjonarne</p> <p>Profil kształcenia ogólnoakademicki</p>	<p>Cykl dydaktyczny 2026/2027</p> <p>Kod przedmiotu UEPKPS.24B.205711.26</p> <p>Język wykładowy Polski</p> <p>Obligatoryjność Obowiązkowy</p> <p>Blok zajęciowy Blok B</p>
---	---

<p>Okres Semestr 3</p>	<p>Forma zaliczenia Zaliczenie</p> <p>Forma prowadzenia i godziny zajęć</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uczestnictwo w wykładach: 15 • Uczestnictwo w ćwiczeniach: 15 	<p>Liczba punktów ECTS 2</p>
-----------------------------------	--	---

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Opanowanie wiedzy na temat zaawansowanych metod i etapów planowania jakości produktu
C2	Zdobycie umiejętności zaplanowania produktu zgodnie z koncepcją APQP (Advanced Product Quality Planning)
C3	Rozwinięcie umiejętności komunikacji i współpracy z różnymi interesariuszami w procesie planowania jakości produktu

Wymagania wstępne

Podstawowa wiedza w zakresie zarządzania jakością

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	Student objaśnia proces zaawansowanego planowania jakości produktów oraz charakteryzuje jego etapy	K2_W05, K2_W08	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Quiz na platformie moodle
W2	Student opisuje metody i techniki wykorzystywane podczas planowania jakości produktów	K2_W05, K2_W08	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Quiz na platformie moodle
Umiejętności			
U1	Student potrafi zaplanować i koordynować proces zaawansowanego planowania jakości produktów	K2_U03, K2_U06, K2_U13	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie
U2	Student opracowuje materiały oraz dokumentację związaną z zaawansowanym planowaniem jakości produktów	K2_U03, K2_U06	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie
Kompetencje społecznych			
K1	Student jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy, uwzględniając szanse i ryzyka związane z planowaniem jakości produktów	K2_K03	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Wprowadzenie do koncepcji zaawansowanego planowania jakości produktu - zasady, etapy, kamienie milowe	C1	W1
2.	Poziomy gotowości technologicznej (TRLs), produkcyjnej (MRLs) oraz łańcucha dostaw (SCRLs)	C1	W1
3.	Etap planowania - zebranie wymagań technicznych i nietechnicznych, uzasadnienie biznesowe, wstępny plan zaopatrzenia (decyzja make/buy)	C2, C3	W2, U1, U2, K1
4.	Etap projektowania i rozwoju produktu - Design Failure Mode and Effects Analysis (DFMEA), przeglądy projektowania (PDR, DDR, CDR), wymagania specjalne, w tym CI i KC, specyfikacja opakowania	C2, C3	W2, U1, U2, K1
5.	Etap projektowania i rozwoju procesu - Process Failure Mode and Effects Analysis (PFMEA), schemat przepływu procesu (PFD), plan kontroli, pakowanie, etykietowanie i zatwierdzanie znakowania części, przegląd gotowości produkcyjnej (PRR)	C2, C3	W2, U1, U2, K1
6.	Etap walidacji wyrobu i procesu - First Article Inspection (FAI)	C2, C3	W2, U1, U2, K1
7.	Etap walidacji wyrobu i procesu - Production Part Approval Process (PPAP)	C2, C3	W2, U1, U2, K1

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
8.	Etap produkcji, użytkowania i obsługi po dostawie - kluczowe wskaźniki wydajności (KPI), niezawodność, jakość, zadowolenie klienta, w tym gwarancje	C2, C3	W2, U1, U2, K1
9.	Wnioski i zalecenia dotyczące zamknięcia projektu wdrożenia nowego produktu na rynek	C3	W1, K1

Zintegrowana komunikacja marketingowa

Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

<p>Kierunek studiów Design i komercjalizacja produktu</p> <p>Specjalność -</p> <p>Jednostka organizacyjna UEP</p> <p>Poziom kształcenia studia drugiego stopnia</p> <p>Forma studiów stacjonarne</p> <p>Profil kształcenia ogólnoakademicki</p>	<p>Cykl dydaktyczny 2026/2027</p> <p>Kod przedmiotu UEPKPS.24B.8369.26</p> <p>Język wykładowy Polski</p> <p>Obligatoryjność Obowiązkowy</p> <p>Blok zajęciowy Blok B</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 istoty zintegrowanej komunikacji marketingowej i jej roli w budowaniu pozycji rynkowej przedsiębiorstwa.
C2	Uzyskanie wiedzy z zakresu różnorodnych technik i instrumentów wykorzystywanych w projektowaniu i realizacji strategii komunikacji marketingowej przedsiębiorstwa, z uwzględnieniem zarówno kanałów tradycyjnych, jak i nowoczesnych.
C3	Wykształcenie umiejętności doboru i integrowania narzędzi i kanałów komunikacji, uwzględniając ich skuteczność w realizacji jej celów oraz skuteczności w docieraniu do odbiorców.

Wymagania wstępne

Podstawowa wiedza z zakresu marketingu.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	Student rozumie rolę i znaczenie zintegrowanej komunikacji w strategii marketingowej przedsiębiorstwa.	K2_W02, K2_W03	Sprawdzian pisemny testowy
W2	Student dostrzega różnice oraz zależności pomiędzy poszczególnymi instrumentami zintegrowanej komunikacji marketingowej.	K2_W03, K2_W04	Sprawdzian pisemny testowy
Umiejętności			
U1	Student potrafi dokonać krytycznej analizy działań komunikacyjnych przedsiębiorstwa, modyfikując istniejące rozwiązania w zakresie komunikacji.	K2_U04	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami
U2	Student proponuje plan działań w ramach zintegrowanej komunikacji marketingowej, proponując dobór instrumentów w oparciu o wiedzę na temat ich skuteczności.	K2_U04, K2_U13	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami
Kompetencji społecznych			
K1	Student wykazuje samodzielność i kreatywność w planowaniu zintegrowanej komunikacji marketingowej przedsiębiorstwa, biorąc pod uwagę możliwości i ograniczenia danego rynku/branży/przedsiębiorstwa/produktu.	K2_K02, K2_K03	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami
K2	Student rozumie potrzebę doskonalenia i aktualizowania wiedzy na temat narzędzi komunikacji marketingowej i możliwości ich integrowania w różnych kanałach.	K2_K02, K2_K03	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Istota i znaczenie zintegrowanej komunikacji marketingowej jako elementu strategii przedsiębiorstwa w różnych horyzontach czasowych.	C1	W1
2.	Instrumenty komunikacji marketingowej w ujęciu tradycyjnym - nośniki, kanały, możliwości wykorzystania, cenniki.	C3	W2
3.	Ekonomia behawioralna i neuromarketing w kontekście planowania działań komunikacyjnych (rola i znaczenie bodźców i ich oddziaływania na odbiorcę komunikatów w planowaniu i doborze właściwych instrumentów marketingowych).	C2	U1, K1
4.	Zintegrowana komunikacja marketingowa w środowisku cyfrowym: przegląd narzędzi, kanałów, ich skuteczność i możliwości wykorzystania (reklama internetowa, social media marketing, content marketing, marketing automation, reklama kontekstowa, video, influencer marketing, SEO, SEM).	C3	W2, U2, K1, K2

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
5.	Marketing narracji w zintegrowanej komunikacji marketingowej (cele, reguły, przykłady narracji, rodzaje opowieści, struktury, możliwości wykorzystania).	C3	U2
6.	Analiza działań komunikacyjnych oraz monitorowanie mediów (platformy) w celu dopasowania działań i instrumentów do potrzeb przedsiębiorstwa.	C3	W2, U2, K1
7.	Marketing społecznie odpowiedzialny i eco marketing jako współczesne kierunki rozwoju w ramach planowania komunikacji marketingowej przedsiębiorstwa.	C3	K2
8.	Zasady i normy etyczne w planowaniu i realizowaniu działań komunikacyjnych przedsiębiorstwa.	C3	K1



Etyka i społeczna odpowiedzialność biznesu

Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Design i komercjalizacja produktu	Cykl dydaktyczny 2026/2027
Specjalność -	Kod przedmiotu UEPKPS.28A.205705.26
Jednostka organizacyjna UEP	Język wykładowy Polski
Poziom kształcenia studia drugiego stopnia	Obligatoryjność Obowiązkowy
Forma studiów stacjonarne	Blok zajęciowy Blok A
Profil kształcenia ogólnoakademicki	

Okres Semestr 4	Forma zaliczenia Zaliczenie	Liczba punktów ECTS 2
	Forma prowadzenia i godziny zajęć • Uczestnictwo w wykładach: 15	

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Poznanie przez uczestników zajęć aktualnej wiedzy z zakresu etyki i społecznej odpowiedzialności biznesu (Corporate Social Responsibility - CSR)
C2	Poznanie przez uczestników zajęć zasad, norm i standardów etycznych oraz społecznie odpowiedzialnych organizacji w świetle wyzwań współczesnego biznesu.
C3	Poznanie przez uczestników zajęć różnych metod, narzędzi i inicjatyw w obszarze CSR
C4	Rozbudzenie wrażliwości na konflikty moralne towarzyszące w uprawianiu działalności gospodarczej i odpowiedzialności za podejmowane decyzje.

Wymagania wstępne

Student ma podstawową wiedzę z zarządzania przedsiębiorstwem.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	Student objaśnia istotę etyki, podstawowe założenia etyki, zachowań etycznych oraz rolę etyki w biznesie.	K2_W01, K2_W06	Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
W2	Student wyjaśnia zasady, normy i standardy etyczne w świetle wyzwań współczesnego biznesu.	K2_W01, K2_W06	Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
W3	Student identyfikuje i rozumie podstawowe konflikty moralne w działalności gospodarczej.	K2_W01, K2_W06	Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
W4	Student zna i charakteryzuje podstawowe pojęcia z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR).	K2_W01, K2_W02, K2_W06	Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
W5	Student zna i charakteryzuje podstawowe obszary i narzędzia społecznej odpowiedzialności biznesu.	K2_W01, K2_W02, K2_W06	Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
Umiejętności			
U1	Student rozpoznaje etyczny kontekst oczekiwań interesariuszy organizacji biznesowych	K2_U03, K2_U04	Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
U2	Student prowadzi dyskusję na temat istoty etyki, podstawowych założeń etyki, zachowań etycznych oraz roli etyki w biznesie.	K2_U11	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
U3	Student analizuje działania społecznie odpowiedzialnych organizacji, formułuje wnioski i proponuje inicjatywy społecznie odpowiedzialne dla wybranych typów organizacji.	K2_U02, K2_U03	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
Kompetencji społecznych			
K1	Student identyfikuje problemy zachowań etycznych w biznesie.	K2_K04, K2_K05	Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
K2	Student dostrzega relacje pomiędzy etyką biznesu a działaniami społecznie odpowiedzialnymi.	K2_K04, K2_K05	Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
K3	Student jest wrażliwy na naruszenie sfery etyki towarzyszącej działalności gospodarczej oraz działania niezgodne z zasadami CSR.	K2_K04, 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 etyki w biznesie. Moralność, wartości, etyka w działalności gospodarczej człowieka.	C1	W1, U1, K1
2.	Etyka w biznesie - analiza podstawowych wartości i norm etycznych: odpowiedzialność, uczciwość, transparentność, rzetelność, staranność, działanie w dobrej wierze, konflikt wartości i konflikt interesów.	C1, C2	W1, W2, U1, K1
3.	Etyka w stosunkach pracy. Równość i godność jako podstawowe wartości. Równość szans. Sprawiedliwa płaca. Prawa pracodawcy a lojalność pracownika. Dyskryminacja, mobbing w pracy - identyfikacja i przeciwdziałanie. Kodeks etyki i komisja etyki w przedsiębiorstwie.	C1, C2	W1, W2, W3, U1, U2, K1
4.	Lobbing, standardy etyczne, zachowania nieetyczne. Wyzwania dla etyki w biznesie międzynarodowym.	C1, C2, C4	W1, W2, W3, U1, U2, K1, K2, K3
5.	Corporate Social Responsibility (CSR) - społeczna odpowiedzialność biznesu, współczesna interpretacja, oczekiwania i korzyści.	C1	W4, U3, K2
6.	Rola interesariuszy w koncepcji CSR.	C3	W4, W5, U3, K2, K3
7.	Podstawowe metody i narzędzia w zarządzaniu społecznie odpowiedzialnym (normy i standardy).	C3	W4, W5, U3, K2, K3
8.	Wytyczne społecznej odpowiedzialności według międzynarodowej normy ISO 26000.	C3	W5, U3, K3
9.	Etyka biznesu i społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw - studia przypadków.	C3, C4	W5, U2, U3, K2, K3



Komercjalizacja produktu Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Design i komercjalizacja produktu	Cykl dydaktyczny 2026/2027
Specjalność -	Kod przedmiotu UEPKPS.28B.11954.26
Jednostka organizacyjna UEP	Język wykładowy Polski
Poziom kształcenia studia drugiego stopnia	Obligatoryjność Obowiązkowy
Forma studiów stacjonarne	Blok zajęciowy Blok B
Profil kształcenia ogólnoakademicki	

Okres Semestr 4	Forma zaliczenia Egzamin	Liczba punktów ECTS 3
	Forma prowadzenia i godziny zajęć <ul style="list-style-type: none">• Uczestnictwo w wykładach: 15• Uczestnictwo w ćwiczeniach: 15	

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Uzyskanie wiedzy na temat współczesnych trendów otoczenia
C2	Uzyskanie wiedzy na temat zasad, procedur i modelowania procesów komercjalizacji produktu
C3	Wykształcenie umiejętności poszukiwania i krytycznej oceny realizowanych rozwiązań (modeli) w zakresie komercjalizacji produktu

Wymagania wstępne

Podstawy marketingu, Zarządzanie produktem, Zarządzanie strategiczne

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	Student charakteryzuje współczesne trendy w otoczeniu wskazując ich znaczenie	K2_W01, K2_W02, K2_W03, K2_W06	Egzamin pisemny testowy
W2	Student zna i rozumie specyfikę komercjalizacji oraz podejmowania działań w komercjalizacji produktu	K2_W01, K2_W02, K2_W03, K2_W04, K2_W06	Egzamin pisemny testowy
W3	Student rozumie uwarunkowania rynkowe determinujące wybór modelu komercjalizacji i potrafi je krytycznie ocenić	K2_W01, K2_W03, K2_W04, K2_W07, K2_W08	Egzamin pisemny testowy
Umiejętności			
U1	Student rozpoznaje i opisuje przyjęte rozwiązania procesów komercjalizacji podczas pracy w grupie	K2_U01, K2_U02, K2_U04, K2_U07	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie
U2	Student analizuje i krytycznie ocenia uwarunkowania rynkowe oraz ich wpływ na przebieg procesu komercjalizacji	K2_U02, K2_U04, K2_U07, K2_U11	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie
Kompetencji społecznych			
K1	Student jest otwarty na krytykę proponowanych rozwiązań	K2_K02, K2_K03	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie
K2	Student postępuje zgodnie z zasadami uzasadnienia dokonywanej oceny oraz potrafi o nich dyskutować	K2_K01, K2_K02, K2_K03	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Współczesne trendy otoczenia - identyfikacja, konsekwencje dla działalności ludzkiej i gospodarczej	C1	W1, U1, U2, K1, K2
2.	Komercjalizacja produktu jako proces rynkowy. Elementy sukcesu innowacji produktowych	C1, C2	W1, W2, U1, K1
3.	Determinanty procesu komercjalizacji w przedsiębiorstwie Analiza przedsiębiorstwa, analiza otoczenia	C2, C3	W2, W3, U1, U2, K1, K2
4.	Proces komercjalizacji innowacji produktowych Działania marketingowe w procesie komercjalizacji - cenowe, dystrybucyjne, promocyjne	C2, C3	W2, W3, U1, U2, K1, K2
5.	Modelowanie procesu komercjalizacji produktów Zalety i wady rozwiązań modelowych	C3	W3, U2, K1, K2



Creative thinking

Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Design i komercjalizacja produktu	Cykl dydaktyczny 2026/2027
Specjalność -	Kod przedmiotu UEPKPS.28B.12865.26
Jednostka organizacyjna UEP	Język wykładowy Angielski
Poziom kształcenia studia drugiego stopnia	Obligatoryjność Do wyboru
Forma studiów stacjonarne	Blok zajęciowy Blok B
Profil kształcenia ogólnoakademicki	

Okres Semestr 4	Forma zaliczenia Zaliczenie	Liczba punktów ECTS 2
	Forma prowadzenia i godziny zajęć • Uczestnictwo w wykładach: 15	

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Student zdobędzie wiedzę na temat istoty i znaczenia kreatywności w życiu codziennym i biznesie.
C2	Student zdobędzie umiejętność twórczego podejścia do diagnozowania i rozwiązywania problemów.
C3	Student uzyska wiedzę na temat technik twórczego myślenia w procesie decyzyjnym.

Wymagania wstępne

none

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
-----	-------------------	-------------------------------	--------------------

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	Student definiuje pojęcia twórczości, kreatywności, innowacyjności, wskazuje na uwarunkowania i bariery twórczego myślenia.	K2_W04	Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
W2	Student rozumie znaczenie i cel korzystania z technik twórczego myślenia w praktyce gospodarczej.	K2_W02, K2_W04	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
W3	Student wskazuje przydatność twórczego myślenia w praktyce rozwiązywania problemów w środowisku zawodowym.	K2_W05, K2_W08	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
Umiejętności			
U1	Student identyfikuje i wyjaśnia różne reguły związane z twórczym myśleniem.	K2_U04	Sprawdzian pisemny testowy
U2	Student dobiera odpowiednie metody twórczego myślenia do rozwiązania konkretnego problemu.	K2_U04, K2_U05	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
U3	Student potrafi opracowywać nowe koncepcje biznesowe wykorzystując techniki kreatywnego myślenia.	K2_U05, K2_U07	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
Kompetencji społecznych			
K1	Student wykazuje postawę proaktywną w stosunku do odkrywania różnorodnych możliwości rozwiązania problemów z wykorzystaniem podejścia kreatywnego.	K2_K01, K2_K03	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
K2	Student wykazuje kreatywność w pracy zespołowej.	K2_K01, K2_K02, K2_K03, K2_K04	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Istota i uwarunkowania kreatywności: definicje i zakresy pojęć twórczość, kreatywność, innowacyjność, wybrane uwarunkowania kreatywności; kreatywność jako kompetencja XXI wieku.	C1	W1, U1
2.	Postawa i pasja twórcza, cechy zachowań kreatywnych, cechy osób kreatywnych, nastawienie na kreatywność, proces twórczy.	C1	W1, W2, U1
3.	Twórcze widzenie świata, twórcze łączenie, twórcze przekształcanie - ćwiczenia myślenia pytańnego, kombinacyjnego i transformacyjnego.	C1	W2, U2, K1
4.	Wyzwalanie kreatywności - metodyka treningu kreatywności na co dzień. Zestaw ćwiczeń, technik i narzędzi do rozwijania kreatywności.	C1	W2, U2
5.	Jak zacząć myśleć bardziej kreatywnie - sposoby na zmianę myślenia: mapy umysłu, narracja i metafory, zabawy słowne, wizualizacja.	C2	W2, U2, K1

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
6.	Metody i techniki kreatywne do generowania pomysłów: burza mózgów i jej odmiany, SCAMPER, myślenie lateralne, Kwiat lotosu, Four Actions Framework, Diagram Ishikawy.	C2	W2, W3, U2, U3, K1
7.	Metody i techniki kreatywne do selekcji i oceny: kategoryzacja, mapa podobieństw, ZWI, myślowe kapelusze de Bono.	C2, C3	W3, U2, U3, K1
8.	Metody i techniki kreatywne do rozwiązywania problemów: Model Disneya, Technika pięciu kroków Younga, Model Herrmanna.	C2	W3, U2, K1
9.	Zaangażowanie w kreatywne działania: ciekawość, doświadczenie, rozwijanie zmysłów, łączenie, ośnienie.	C3	W3, U3, K1, K2



Current issues in economic sciences

Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Design i komercjalizacja produktu	Cykl dydaktyczny 2026/2027
Specjalność -	Kod przedmiotu UEPKPS.28B.204379.26
Jednostka organizacyjna UEP	Język wykładowy Angielski
Poziom kształcenia studia drugiego stopnia	Obligatoryjność Do wyboru
Forma studiów stacjonarne	Blok zajęciowy Blok B
Profil kształcenia ogólnoakademicki	

Okres Semestr 4	Forma zaliczenia Zaliczenie	Liczba punktów ECTS 2
	Forma prowadzenia i godziny zajęć • Uczestnictwo w wykładach: 15	

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Zapoznanie studenta z istotą i cechami funkcjonowania nowoczesnej gospodarki opartej na wiedzy i zgodnej z zasadami zrównoważonego rozwoju.
C2	Zapoznanie studenta z zagadnieniami aktualnie poruszonymi w naukach ekonomicznych oraz ich związkiem ze współczesną gospodarką i społeczeństwem w wybranych państwach.
C3	Zaznajomienie studentów z metodologią współczesnych nauk ekonomicznych.

Wymagania wstępne

Znajomość podstawowych pojęć i zagadnień związanych z dyscypliną nauk o zarządzaniu i jakości

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	Student zna i rozumie istotę nowoczesnej gospodarki opartej na wiedzy oraz korzyści i zagrożenia z niej wynikające.	K2_W01, K2_W02, K2_W05	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Quiz na platformie moodle
W2	Student rozumie istotę i cechy zrównoważonego rozwoju oraz zna jego miejsce w badaniach naukowych z zakresu nauk ekonomicznych.	K2_W01, K2_W02, K2_W05, K2_W06	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Quiz na platformie moodle
W3	Student zna główne problemy i koncepcje rozpatrywane w naukach ekonomicznych.	K2_W01, K2_W04	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Quiz na platformie moodle
Umiejętności			
U1	Student potrafi dyskutować na temat wybranych zagadnień poruszanych w naukach ekonomicznych	K2_U01, K2_U04, K2_U09, K2_U11	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
U2	Student dostrzega znaczenie badań naukowych na rzecz nowoczesnej gospodarki opartej na wiedzy i zrównoważonego rozwoju.	K2_U01, K2_U09, K2_U12	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
U3	Student potrafi dobrać instrumentarium adekwatne do analizy współczesnych problemów ekonomicznych	K2_U03, K2_U05, K2_U09	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Quiz na platformie moodle
Kompetencji społecznych			
K1	Student jest gotów do krytycznej oceny znaczenia wybranych zagadnień z zakresu nauk ekonomicznych dla funkcjonowania nowoczesnej gospodarki opartej na wiedzy i zrównoważonego rozwoju.	K2_K02	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
K2	Student rozwija w sobie zdolność interpretowania informacji dotyczących politycznych, kulturowych i społecznych aspektów zjawisk ekonomicznych.	K2_K01, K2_K02	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Istota, geneza oraz cechy gospodarki opartej na wiedzy	C1	W1, U1
2.	Zrównoważony rozwój - pojęcia, cechy, znaczenie	C1	W2, U1, U2, K1
3.	Procesy i uwarunkowania determinujące funkcjonowanie gospodarki opartej na wiedzy	C2	W1, U1, K1, K2
4.	Wybrane problemy współczesnych nauk ekonomicznych, ich związek z nowoczesną gospodarką opartą na wiedzy i zrównoważonym rozwojem.	C2	W3, U1, U2, K2
5.	Nowe kierunki badań w naukach ekonomicznych	C2	W3, U2, K2
6.	Instrumentarium współczesnych nauk ekonomicznych	C3	W3, U3, K1

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
7.	Case studies - analiza wybranych procesów, rynków i instytucji w gospodarkach wybranych państw	C2	W3, U2, K1



Ecological and sustainable products

Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Design i komercjalizacja produktu	Cykl dydaktyczny 2026/2027
Specjalność -	Kod przedmiotu UEPKPS.28B.12863.26
Jednostka organizacyjna UEP	Język wykładowy Angielski
Poziom kształcenia studia drugiego stopnia	Obligatoryjność Do wyboru
Forma studiów stacjonarne	Blok zajęciowy Blok B
Profil kształcenia ogólnoakademicki	

Okres Semestr 4	Forma zaliczenia Zaliczenie	Liczba punktów ECTS 2
	Forma prowadzenia i godziny zajęć • Uczestnictwo w wykładach: 15	

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Zapoznanie z podstawowymi informacjami z zakresu efektywności środowiskowej produktu, charakterystyki produkcji proekologicznej i oznakowania ekologicznego.
C2	Zapoznanie z podstawowymi definicjami i informacjami z zakresu przepisów i regulacji dotyczących produktów ekologicznych i zrównoważonych.
C3	Zapoznanie z kluczowymi wiadomościami z zakresu jakości produktów ekologicznych i zrównoważonych oraz nauczenie praktycznych umiejętności definiowania i rozpoznawania produktów ekologicznych i zrównoważonych.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
W1	Student zna i rozumie specyfikację produktów ekologicznych i zrównoważonych.	K2_W01, K2_W02, K2_W03, K2_W04, K2_W06, K2_W07, K2_W08, K2_W09	Esej / referat, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Przygotowanie prezentacji, Quiz na platformie moodle
W2	Student opisuje, charakteryzuje, wyjaśnia i identyfikuje produkty ekologiczne i zrównoważone.	K2_W01, K2_W02, K2_W03, K2_W04, K2_W06, K2_W07, K2_W08, K2_W09	Esej / referat, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Przygotowanie prezentacji, Quiz na platformie moodle
W3	Student omawia i opisuje główne czynniki krytyczne, które należy uwzględnić w ekologicznych działaniach biznesowych.	K2_W03, K2_W05, K2_W06, K2_W08, K2_W09	Esej / referat, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Przygotowanie prezentacji, Quiz na platformie moodle
Umiejętności			
U1	Student określa i analizuje w szczególności podstawowe założenia i warunki wytwarzania i wprowadzania do obrotu produktów ekologicznych i zrównoważonych.	K2_U02, K2_U04, K2_U06, K2_U10, K2_U11	Esej / referat, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Przygotowanie prezentacji, Quiz na platformie moodle
U2	Student rozróżnia produkty ekologiczne i zrównoważone.	K2_U01, K2_U02, K2_U03, K2_U04, K2_U06, K2_U09, K2_U10	Esej / referat, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Przygotowanie prezentacji, Quiz na platformie moodle
U3	Student identyfikuje główne szanse i zagrożenia rynku produktów ekologicznych i zrównoważonych.	K2_U01, K2_U02, K2_U03, K2_U04, K2_U06, K2_U10, K2_U11	Esej / referat, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Przygotowanie prezentacji, Quiz na platformie moodle
Kompetencje społecznych			
K1	Student jest świadomy wyzwań współczesnej rynkowej gospodarki o obiegu zamkniętym, a także wspiera ideę konieczności kształtowania opinii i modeli postaw ekologicznych.	K2_K01, K2_K02, K2_K03, K2_K04, K2_K05	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Przygotowanie prezentacji
K2	Student rozwija swoją świadomość ekologiczną i upowszechnia tę wiedzę w swoim otoczeniu dzięki umiejętności rozróżniania produktów ekologicznych i zrównoważonych.	K2_K01, K2_K02, K2_K03, K2_K04, K2_K05	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Przygotowanie prezentacji

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Polityka dotycząca produktów i ekoprojektu.	C1, C2, C3	W1, W2, W3, U1, U2, U3, K1, K2
2.	Definicja i istota produktów zielonych i zrównoważonych.	C1, C2, C3	W1, W2, W3, U1, U2, U3, K1, K2

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
3.	Rola zrównoważonego rozwoju produktu w koncepcji gospodarki o obiegu zamkniętym.	C1, C2, C3	W1, W2, W3, U1, U2, U3, K1, K2
4.	Oznakowanie ekologiczne i zrównoważone opakowanie produktów.	C1, C2, C3	W1, W2, W3, U1, U2, U3, K1, K2
5.	Zielone zamówienia publiczne (GPP).	C1, C2, C3	W1, W2, W3, U1, U2, U3, K1, K2
6.	Rynek produktów ekologicznych i zrównoważonych.	C1, C2, C3	W1, W2, W3, U1, U2, U3, K1, K2



Innovation in food industry

Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Design i komercjalizacja produktu	Cykl dydaktyczny 2026/2027
Specjalność -	Kod przedmiotu UEPKPS.28B.205743.26
Jednostka organizacyjna UEP	Język wykładowy Angielski
Poziom kształcenia studia drugiego stopnia	Obligatoryjność Do wyboru
Forma studiów stacjonarne	Blok zajęciowy Blok B
Profil kształcenia ogólnoakademicki	

Okres Semestr 4	Forma zaliczenia Zaliczenie	Liczba punktów ECTS 2
	Forma prowadzenia i godziny zajęć • Uczestnictwo w wykładach: 15	

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Uzyskanie wiedzy na temat aktualnych innowacji w zakresie produktów, technologii i usług w branży spożywczej
C2	Zapoznanie z przykładami zrównoważonych innowacji w branży spożywczej
C3	Wykształcenie umiejętności analizy szans, ograniczeń i wyzwań we wdrażaniu innowacji w sektorze żywności i napojów

Wymagania wstępne

Język angielski na poziomie pozwalającym na konwersację

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	Charakteryzuje najnowsze innowacje w wybranych branżach przemysłu spożywczego i kwalifikuje do odpowiedniego rodzaju innowacji	K2_W02	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Przygotowanie prezentacji
W2	Zna wymagania regulacyjne obowiązujące przy wprowadzaniu innowacyjnych produktów na rynek	K2_W04	Przygotowanie prezentacji
W3	Wyjaśnia różnice między nową żywnością a innowacyjnymi produktami spożywczymi	K2_W02, K2_W04	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
Umiejętności			
U1	Dyskutuje na temat wyzwań we wprowadzaniu innowacyjnych produktów i implementacji nowoczesnych technologii w przedsiębiorstwach	K2_U04, K2_U10	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Przygotowanie prezentacji
U2	Przewiduje skutki wdrożenia eko-innowacji w dążeniu do osiągnięcia zrównoważonego rozwoju	K2_U01, K2_U07	Przygotowanie prezentacji
Kompetencji społecznych			
K1	Jest otwarty na poznawanie innowacji i uwzględnia w swoich osądach ich konsekwencje dla przyszłości przemysłu spożywczego	K2_K03	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Przygotowanie prezentacji

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Strategie innowacji i długoterminowe prace badawczo-rozwojowe w przemyśle spożywczym - wprowadzenie, rodzaje innowacji	C1	W1
2.	Ograniczenia regulacyjne dotyczące opracowywania i wprowadzania nowych produktów żywnościowych	C3	W2
3.	Model otwartych innowacji w przemyśle spożywczym - skala i znaczenie zjawiska, przykłady	C1	W1, K1
4.	Nowa żywność a innowacje na rynku produktów spożywczych	C1, C2	W3
5.	Rozwój innowacji produktowych w wybranych branżach przemysłu spożywczego oraz na rynku napojów	C1, C3	W2, U1, K1
6.	Inteligentna produkcja w branży spożywczej	C1, C3	U1, K1
7.	Dążenia do zrównoważonego systemu rolno-spożywczego - eko-innowacje i ich wpływ na zrównoważony rozwój	C2, C3	U2
8.	Konsument wobec innowacji w przemyśle spożywczym	C3	U1, K1



Integrated business management systems

Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Design i komercjalizacja produktu	Cykl dydaktyczny 2026/2027
Specjalność -	Kod przedmiotu UEPKPS.28B.205732.26
Jednostka organizacyjna UEP	Język wykładowy Angielski
Poziom kształcenia studia drugiego stopnia	Obligatoryjność Do wyboru
Forma studiów stacjonarne	Blok zajęciowy Blok B
Profil kształcenia ogólnoakademicki	

Okres Semestr 4	Forma zaliczenia Zaliczenie	Liczba punktów ECTS 2
	Forma prowadzenia i godziny zajęć • Uczestnictwo w wykładach: 15	

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Poznanie koncepcji zintegrowanych systemów zarządzania oraz zdobycie umiejętności ich stosowania
C2	Zrozumienie różnych podejść i metodologii integracji systemów zarządzania w praktyce biznesowej
C3	Rozwinięcie umiejętności krytycznego myślenia w kontekście zintegrowanych systemów zarządzania, umożliwiające świadome i efektywne podejmowanie decyzji

Wymagania wstępne

Brak

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	Student zna i rozumie podstawowe pojęcia związane z integracją systemów zarządzania i systemowym podejściem do zarządzania jakością, środowiskowym oraz bezpieczeństwem i higieną pracy	K2_W10	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie
W2	Student definiuje elementy systemów zarządzania i wie jak je integrować; zna metody, modele i warianty integracji systemów zarządzania	K2_W10	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie
W3	Student klasyfikuje i porównuje poszczególne systemy zarządzania oraz wyjaśnia różnice między nimi	K2_W10	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie
Umiejętności			
U1	Student interpretuje wymagania ISO 9001, ISO 14001 i ISO 45001 oraz zna podobne elementy, które można zintegrować i podstawowe różnice.	K2_U03, K2_U08, K2_U11	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie
Kompetencji społecznych			
K1	Student postępuje zgodnie z etyką zawodową w trakcie identyfikacji i rozwiązywania problemów związanych z integracją systemów zarządzania	K2_K05	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Istota systemów zarządzania, wprowadzenie do systemów zarządzania	C1	W1
2.	Istota integracja systemów zarządzania. Korzyści związane z integrowaniem systemów zarządzania. Bariery związane z integracją.	C1, C3	W1, K1
3.	Cykl PDCA i Struktura Wysokiego Poziomu w integracji systemów zarządzania. PAS 99.	C1	W1
4.	Sposoby integracji systemów zarządzania (metody i warianty). Autonomiczne systemy zarządzania. Częściowo zintegrowany system zarządzania. W pełni zintegrowany system zarządzania.	C2	W2
5.	Poziomy integracji systemów zarządzania. Poziom strategiczny. Poziom operacyjny. Poziom procesowy.	C1, C2	W1
6.	Wymagania ISO 9001, ISO 14001 i ISO 45001. Elementy podobne, które można zintegrować. Podstawowe różnice.	C3	W3, U1
7.	Studia przypadków i praktyki. Analiza udanych inicjatyw integracyjnych dla procesów związanych z produkcją i zarządzaniem łańcuchem dostaw.	C3	K1

Sustainable food systems

Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

<p>Kierunek studiów Design i komercjalizacja produktu</p> <p>Specjalność -</p> <p>Jednostka organizacyjna UEP</p> <p>Poziom kształcenia studia drugiego stopnia</p> <p>Forma studiów stacjonarne</p> <p>Profil kształcenia ogólnoakademicki</p>	<p>Cykl dydaktyczny 2026/2027</p> <p>Kod przedmiotu UEPKPS.28B.205733.26</p> <p>Język wykładowy Angielski</p> <p>Obligatoryjność Do wyboru</p> <p>Blok zajęciowy Blok B</p>
---	--

<p>Okres Semestr 4</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 z zakresu zrównoważonych systemów żywnościowych
C2	Zrozumienie aspektów społecznych, zdrowotnych i środowiskowych w zrównoważonym systemie żywnościowym
C3	Zapoznanie się z przykładami dotyczącymi zrównoważonych systemów żywnościowych

Wymagania wstępne

Posiadanie podstawowej wiedzy na temat systemu żywnościowego

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
-----	-------------------	-------------------------------	--------------------

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	Student posiada podstawową wiedzę na temat systemów żywnościowych	K2_W01, K2_W07	Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
W2	Student identyfikuje aspekty społeczne, zdrowotne i środowiskowe w zrównoważonym systemie żywnościowym	K2_W01, K2_W07	Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
Umiejętności			
U1	Student potrafi ocenić wpływ systemu żywnościowego na społeczeństwo i środowisko	K2_U01, K2_U04, K2_U07	Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
U2	Student pozyskuje informacje naukowe z literatury, baz danych oraz innych źródeł oraz potrafi dokonać ich poprawnej interpretacji	K2_U01, K2_U04, K2_U07	Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
Kompetencje społecznych			
K1	Student śledzi aktualne trendy dotyczące zrównoważonego systemu żywnościowego wpływające na jakość produktu	K2_K01, K2_K02	Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Koncepcja i ramy prawne zrównoważonego systemu żywnościowego	C1	W1, U1
2.	Ekonomia w zrównoważonym systemie żywnościowym	C2	W2, U1, U2, K1
3.	Zdrowie w zrównoważonym systemie żywnościowym	C2	W2, U1, U2, K1
4.	Środowisko w zrównoważonym systemie żywnościowym	C2	W2, U1, U2, K1
5.	Społeczeństwo w zrównoważonym systemie żywnościowym	C2	W2, U1, U2, K1
6.	Przykłady dobrych i złych praktyk w zrównoważonej produkcji żywności	C3	W1, W2, U1, U2, K1

Seminarium dyplomowe

Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

<p>Kierunek studiów Design i komercjalizacja produktu</p> <p>Specjalność -</p> <p>Jednostka organizacyjna UEP</p> <p>Poziom kształcenia studia drugiego stopnia</p> <p>Forma studiów stacjonarne</p> <p>Profil kształcenia ogólnoakademicki</p>	<p>Cykl dydaktyczny 2026/2027</p> <p>Kod przedmiotu UEPKPS.28C.409.26</p> <p>Język wykładowy Polski</p> <p>Obligatoryjność Obowiązkowy</p> <p>Blok zajęciowy Blok C</p>
---	--

<p>Okres Semestr 4</p>	<p>Forma zaliczenia Zaliczenie</p> <p>Forma prowadzenia i godziny zajęć • Uczestnictwo w seminarium: 30</p>	<p>Liczba punktów ECTS 14</p>
-----------------------------------	---	--

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Zapoznanie z podstawową literaturą z zakresu przedmiotowego seminarium
C2	Zbudowanie warsztatu naukowego umożliwiającego przygotowanie pracy dyplomowej
C3	Wyrobienie umiejętności prezentacji poglądów i przemysłów

Wymagania wstępne

Umiejętność obsługi edytorów tekstowych oraz arkuszy kalkulacyjnych (np. MS Word, MS Excel)

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
-----	-------------------	-------------------------------	--------------------

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	Student/ka zna podstawowy dorobek teoretyczny z zakresu przedmiotowego seminarium	K2_W01, K2_W02	Esej / referat, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Przygotowanie prezentacji, Prezentacja częściowych wyników badań
W2	Student/ka zna zasady definiowania problemu badawczego i przygotowania pracy dyplomowej	K2_W07	Esej / referat, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Przeprowadzenie badań, Przygotowanie prezentacji, Prezentacja częściowych wyników badań
W3	Student/ka zna podstawowe metody badań naukowych z zakresu przedmiotowego seminarium, umożliwiające przygotowanie pracy dyplomowej	K2_W07, K2_W08	Esej / referat, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Przeprowadzenie badań, Przygotowanie prezentacji, Prezentacja częściowych wyników badań
W4	Student/ka zna podstawowe bazy danych bibliograficznych i statystycznych właściwe dla przedmiotowego seminarium	K2_W01, K2_W05, K2_W07	Esej / referat, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Przygotowanie prezentacji, Prezentacja częściowych wyników badań
Umiejętności			
U1	Student/ka potrafi przeprowadzić kwerendę literaturową i dokonać krytycznej oceny pozyskanych informacji	K2_U01, K2_U02, K2_U08, K2_U12	Esej / referat, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Przeprowadzenie badań, Przygotowanie prezentacji, Prezentacja częściowych wyników badań
U2	Student/ka potrafi zdefiniować problem badawczy, sformułować tezy, hipotezy lub cele badawcze, zaprojektować badania empiryczne lub teoretyczne	K2_U03, K2_U04, K2_U05, K2_U08, K2_U12	Esej / referat, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Przeprowadzenie badań, Przygotowanie prezentacji, Prezentacja częściowych wyników badań
U3	Student/ka potrafi przygotować pracę pisemną lub prezentację z zakresu przedmiotowego seminarium	K2_U08, K2_U09, K2_U10, K2_U11	Esej / referat, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Przeprowadzenie badań, Przygotowanie prezentacji, Prezentacja częściowych wyników badań
Kompetencji społecznych			

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
K1	Student/ka postępuje etycznie i zgodnie z regulaminem studiów UEP	K2_K01, K2_K05	Esej / referat, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Przeprowadzenie badań, Przygotowanie prezentacji, Prezentacja częściowych wyników badań

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Zasady przygotowania pracy dyplomowej	C2	W1, W2, U2, U3, K1
2.	Podstawowe bazy danych bibliograficznych i statystycznych właściwe dla przedmiotowego seminarium.	C1	W4, U1
3.	Metodyka badawcza w zakresie przedmiotowym seminarium.	C1, C2, C3	W1, W3, W4, U1, U2
4.	Dyskusja nad koncepcją pracy dyplomowej.	C1, C2, C3	W1, W2, U1, U2, K1
5.	Referowanie częściowych wyników badań.	C1, C2, C3	W1, W2, W3, U2, K1
6.	Prezentacja tez pracy dyplomowej.	C3	W1, W2, U2, U3, K1



Design usług

Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Design i komercjalizacja produktu	Cykl dydaktyczny 2026/2027
Specjalność -	Kod przedmiotu UEPKPS.28C.11807.26
Jednostka organizacyjna UEP	Język wykładowy Polski
Poziom kształcenia studia drugiego stopnia	Obligatoryjność Do wyboru
Forma studiów stacjonarne	Blok zajęciowy Blok C
Profil kształcenia ogólnoakademicki	

Okres Semestr 4	Forma zaliczenia Zaliczenie	Liczba punktów ECTS 1
	Forma prowadzenia i godziny zajęć • Uczestnictwo w wykładach: 15	

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Uzyskanie wiedzy na temat istoty i znaczenia usług we współczesnej gospodarce
C2	Zrozumienie znaczenia podejścia user - centered design w projektowaniu usług
C3	Uzyskanie wiedzy na temat nowoczesnych metod projektowania usług
C4	Poznanie etapów procesu i narzędzi projektowania usług metodą service design

Wymagania wstępne

Znajomość metody design thinking

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	Student rozumie istotę i znaczenie usług we współczesnej gospodarce	K2_W01, K2_W02	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
W2	Student posiada wiedzę na temat nowoczesnych metod projektowania i kształtowania jakości usług	K2_W01, K2_W02	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
W3	Student wie jakimi narzędziami może się posłużyć w kolejnych etapach projektowania usług	K2_W02, K2_W08, K2_W10	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
Umiejętności			
U1	Student potrafi przeprowadzić analizę usługi z wykorzystaniem nowoczesnych narzędzi	K2_U02, K2_U13	Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
U2	Student potrafi zaplanować proces projektowania / ulepszania usługi z wykorzystaniem nowoczesnych narzędzi projektowania usług	K2_U02, K2_U10, K2_U13	Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
Kompetencje społecznych			
K1	Student jest gotów do społecznie odpowiedzialnego społecznie i etycznie poprawnego projektowania usług	K2_K05	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Serwicyzacja – znaczenie usług we współczesnej gospodarce	C1	W1, K1
2.	Cyfryzacja usług - nowe metody ewaluacji usług	C1, C2	W1, W2, U1, K1
3.	Wstęp do procesu projektowania/ulepszania usług metodą service design (model Double Diamond)	C3, C4	W2, W3, U1, U2, K1
4.	Odkrycie: - service safari z wykorzystaniem comparision journey map przy pomocy oprogramowania, np. Smaply - etnografia online - mapa interesariuszy / ekosystemu	C4	W3, U1, U2, K1
5.	Rozwój: - brainwriting metodą 6 kapeluszy - portfolio pomysłów - prototypy cyfrowe, papierowe lub inscenizacje	C4	W3, U1, U2, K1
6.	Wdrożenie - stworzenie planu wdrożenia usługi	C4	W3, U2, K1



Nowe technologie w projektowaniu produktu

Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Design i komercjalizacja produktu	Cykl dydaktyczny 2026/2027
Specjalność -	Kod przedmiotu UEPKPS.28C.205729.26
Jednostka organizacyjna UEP	Język wykładowy Polski
Poziom kształcenia studia drugiego stopnia	Obligatoryjność Do wyboru
Forma studiów stacjonarne	Blok zajęciowy Blok C
Profil kształcenia ogólnoakademicki	

Okres Semestr 4	Forma zaliczenia Zaliczenie	Liczba punktów ECTS 1
	Forma prowadzenia i godziny zajęć • Uczestnictwo w wykładach: 15	

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Uzyskanie wiedzy na temat interdyscyplinarnego i złożonego charakteru badań dotyczących projektowania i rozwoju produktów
C2	Uzyskanie wiedzy na temat historii, zastosowania i perspektyw rozwoju narzędzi zaawansowanych technologicznie oraz cyfrowych służących do kontroli jakości i rozwoju produktów
C3	Wykształcenie umiejętności stosowania wybranych narzędzi konwencjonalnych i cyfrowych w badaniach rozwojowych i kontroli produktów na podstawie przykładów z praktyki rynkowej

Wymagania wstępne

Student posiada wiedzę z zakresu podstawowych zagadnień dotyczących wielopłaszczyznowego rozwoju i kontroli 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 charakteryzuje wybrane metody i technologie stosowane w działaniach związanych z kształtowaniem produktu w kolejnych etapach jego cyklu rynkowego	K2_W01, K2_W04, K2_W05, K2_W11	Sprawdzian pisemny testowy, Przygotowanie prezentacji
W2	Student zna zastosowanie wybranych metod pomiarowych i kontrolnych oraz metod analizy i opracowywania danych stosowanych w procesie cyfryzacji produkcji i kontroli jakości produktów	K2_W01, K2_W04, K2_W06, K2_W11	Sprawdzian pisemny testowy, Przygotowanie prezentacji
Umiejętności			
U1	Student umie zaproponować odpowiedni zestaw metod badawczych, narzędzi kontroli lub technologii do rozwiązania prostego problemu zaczerpniętego z praktyki rynkowej związanego z projektowaniem i rozwojem produktu	K2_U01, K2_U02, K2_U05	Sprawdzian pisemny testowy, Przygotowanie prezentacji
Kompetencje społecznych			
K1	Student wybiera rozwiązania technologiczne w sposób odpowiedzialny społecznie, etyczny i przyjazny środowisku	K2_K01, K2_K05	Przygotowanie prezentacji

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Automatyzacja i robotyzacja procesów. Komputerowo zintegrowane podejście i zastosowanie metod zwiększających elastyczność procesów produkcji - podstawowe zagadnienia.	C1, C2	W1
2.	Projekty digitalizacji procesów zgodne z polityką Zielonego Ładu UE. Metody pomiarowe, źródła danych, tworzenie modeli predykcyjnych. Przykłady z nauki i praktyki gospodarczej stosowane w Europie.	C1, C3	W2, U1
3.	Platformy e-commerce. Klasyfikacja platform, ich znaczenie handlowe, metody tworzenia i kontrola jakości treści produktowych. Syndykacja danych produktowych. Nowe metody badawcze i technologie cyfrowe wykorzystywane w badaniach konsumenckich, promocji i sprzedaży.	C1, C2, C3	W1, W2, K1
4.	Technologie w projektowaniu i kształtowaniu produktu i jego dystrybucji w zrównoważonym łańcuchu. Dobra informacja jako narzędzie kształtujące ścieżkę zakupową. Przykłady z praktyki biznesowej.	C2, C3	W2, U1
5.	Praktyczne wykorzystanie nowych technologii w projektowaniu produktu (wizyta studyjna w firmie)	C1, C3	W2, U1, K1



Nowoczesne materiały w przemyśle

Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Design i komercjalizacja produktu	Cykl dydaktyczny 2026/2027
Specjalność -	Kod przedmiotu UEPKPS.28C.205730.26
Jednostka organizacyjna UEP	Język wykładowy Polski
Poziom kształcenia studia drugiego stopnia	Obligatoryjność Do wyboru
Forma studiów stacjonarne	Blok zajęciowy Blok C
Profil kształcenia ogólnoakademicki	

Okres Semestr 4	Forma zaliczenia Zaliczenie	Liczba punktów ECTS 1
	Forma prowadzenia i godziny zajęć • Uczestnictwo w wykładach: 15	

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Zapoznanie się z najnowszymi rozwiązaniami w dziedzinie wybranych materiałów stosowanych w przemyśle.
C2	Poznanie możliwości aplikacyjnych wybranych, nowoczesnych materiałów w różnych gałęziach przemysłu.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	Student wymienia i charakteryzuje wybrane nowoczesne materiały wykorzystywane w przemyśle.	K2_W01, K2_W02	Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
W2	Student porównuje właściwości nowoczesnych materiałów stosowanych w przemyśle.	K2_W03	Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
W3	Student wskazuje możliwości aplikacyjne nowoczesnych materiałów w przemyśle.	K2_W03	Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
Umiejętności			
U1	Student analizuje właściwości nowoczesnych materiałów w kontekście ich zastosowania w przemyśle.	K2_U01, K2_U02	Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
U2	Student posługuje się terminologią związaną z nowoczesnymi materiałami stosowanymi w przemyśle.	K2_U01	Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
U3	Student dobiera nowoczesne materiały do potrzeb przemysłu.	K2_U01, K2_U02	Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
Kompetencje społecznych			
K1	Student docenia znaczenie nowoczesnych materiałów w rozwoju przemysłu.	K2_K02	Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
K2	Student docenia znaczenie wiedzy dotyczącej nowoczesnych materiałów stosowanych w przemyśle i roli ekspertów w tym zakresie.	K2_K01, K2_K02	Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Nowoczesne materiały polimerowe i biopolimery stosowane w produktach przemysłowych i opakowaniach.	C1, C2	W1, W2, W3, U1, U2, U3, K1, K2
2.	Nowoczesne materiały kompozytowe stosowane w konstrukcjach i pojazdach.	C1, C2	W1, W2, W3, U1, U2, U3, K1, K2
3.	Nanokompozyty i ich możliwości aplikacyjne.	C1, C2	W1, W2, W3, U1, U2, U3, K1, K2
4.	Materiały grafenowe i perspektywy ich wykorzystania.	C1, C2	W1, W2, W3, U1, U2, U3, K1, K2
5.	Nowoczesne stopy metali stosowane w lotnictwie i motoryzacji.	C1, C2	W1, W2, W3, U1, U2, U3, K1, K2
6.	Nowoczesne wyroby metalurgii proszków i ich potencjalne zastosowanie w druku 3D.	C1, C2	W1, W2, W3, U1, U2, U3, K1, K2
7.	Nowoczesne materiały ceramiczne stosowane w przemyśle i medycynie.	C1, C2	W1, W2, W3, U1, U2, U3, K1, K2
8.	Nowoczesne materiały budowlane.	C1, C2	W1, W2, W3, U1, U2, U3, K1, K2

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
9.	Nowoczesne materiały adhezyjne.	C1, C2	W1, W2, W3, U1, U2, U3, K1, K2



Rola aromatów w produkcji i promocji żywności

Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Design i komercjalizacja produktu	Cykl dydaktyczny 2026/2027
Specjalność -	Kod przedmiotu UEPKPS.28C.205731.26
Jednostka organizacyjna UEP	Język wykładowy Polski
Poziom kształcenia studia drugiego stopnia	Obligatoryjność Do wyboru
Forma studiów stacjonarne	Blok zajęciowy Blok C
Profil kształcenia ogólnoakademicki	

Okres Semestr 4	Forma zaliczenia Zaliczenie	Liczba punktów ECTS 1
	Forma prowadzenia i godziny zajęć • Uczestnictwo w wykładach: 15	

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Zdobycie wiedzy w zakresie uwarunkowań prawnych dotyczących stosowania środków aromatyzujących w żywności
C2	Poznanie nowoczesnych metod pozyskiwania i identyfikacji aromatów
C3	Poznanie dróg powstawania i kierunków wykorzystania związków lotnych w żywności
C4	Zdobycie wiedzy w zakresie wykorzystania zapachów i aromatów w produkcji i promocji produktów

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
W1	Student definiuje zasady prawne związane ze stosowaniem środków aromatyzujących w żywności	K2_W02, K2_W03	Sprawdzian pisemny testowy
W2	Student opisuje metody pozyskiwania i identyfikacji aromatów oraz drogi powstawania związków lotnych w żywności	K2_W08, K2_W09	Sprawdzian pisemny testowy
W3	Student objaśnia kierunki wykorzystania aromatów i związków lotnych w promocji żywności	K2_W04, K2_W08	Sprawdzian pisemny testowy
Umiejętności			
U1	Student analizuje konieczność stosowania środków aromatyzujących w produkcji i promocji żywności	K2_U03, K2_U06	Sprawdzian pisemny testowy
Kompetencje społecznych			
K1	Student ma świadomość znaczenia i roli aromatów w produkcji i promocji żywności	K2_K01	Sprawdzian pisemny testowy

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Aromaty, związki lotne, środki aromatyzujące, składniki żywności o właściwościach aromatyzujących. Aromaty a dodatki do żywności.	C1	W1
2.	Zapach, wrażenie zapachu, smakowitość	C3	W1, W2, W3
3.	Uwarunkowania prawne stosowania środków aromatyzujących i składników żywności o właściwościach aromatyzujących	C1	W1, U1
4.	Nowoczesne metody otrzymywania aromatów (biokonwersja, biotransformacja)	C2	W2, W3, U1
5.	Nowoczesne metody identyfikacji związków, zafałszowania aromatów	C2	W2, W3, K1
6.	Rola substancji smakowo-zapachowych w produkcji żywności	C3	W3, U1, K1
7.	Rola substancji zapachowych w promocji produktu. Zapach jako narzędzie marketingu	C4	W3, U1, K1



Zarządzanie wzornictwem Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Design i komercjalizacja produktu	Cykl dydaktyczny 2026/2027
Specjalność -	Kod przedmiotu UEPKPS.28C.12195.26
Jednostka organizacyjna UEP	Język wykładowy Polski
Poziom kształcenia studia drugiego stopnia	Obligatoryjność Do wyboru
Forma studiów stacjonarne	Blok zajęciowy Blok C
Profil kształcenia ogólnoakademicki	

Okres Semestr 4	Forma zaliczenia Zaliczenie	Liczba punktów ECTS 1
	Forma prowadzenia i godziny zajęć • Uczestnictwo w wykładach: 15	

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Zrozumienie znaczenia i roli wzornictwa w kontekście społeczno - kulturowym
C2	Uzyskanie wiedzy na temat istoty wzornictwa oraz jego znaczenia w strategii przedsiębiorstwa
C3	Rozwinięcie umiejętności przeprowadzenia analizy wzorniczej w różnych obszarach działalności firmy.
C4	Uzyskanie wiedzy na temat analizy wzorniczej produktu

Wymagania wstępne

Podstawowa wiedza na temat marketingu i zarządzania produktem

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	Student rozumie istotę i rolę wzornictwa w kontekście społeczno - kulturowym	K2_W01, K2_W02	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
W2	Student zna podstawowe pojęcia związane ze wzornictwem oraz rozumie znaczenie wzornictwa w przedsiębiorstwie	K2_W01, K2_W04, K2_W08	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
W3	Student rozumie istotę procesu zarządzania wzornictwem w przedsiębiorstwie oraz potrafi wskazać zasoby niezbędne w tym procesie	K2_W01, K2_W02	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
Umiejętności			
U1	Student potrafi przeprowadzić analizę wzorniczą przedsiębiorstwa i określić na jakim poziomie drabiny designu przedsiębiorstwo się znajduje	K2_U01, K2_U02	Projekt grupowy / praca w grupie
U2	Student wskazuje trafne koncepcje i kierunki rozwoju nowych produktów wzorniczych, potrafi rozpoznać dobry wzór	K2_U01, K2_U02, K2_U06	Projekt grupowy / praca w grupie
U3	Student potrafi zaproponować trafne rozwiązania związane z budowaniem konkurencyjności przedsiębiorstwa w oparciu o wzornictwo	K2_U01, K2_U02, K2_U04, K2_U10	Projekt grupowy / praca w grupie
Kompetencje społecznych			
K1	Student jest otwarty na innowacyjne, inkluzyjne i zrównoważone rozwiązania w zarządzaniu wzornictwem w przedsiębiorstwie	K2_K01, K2_K04, K2_K05	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Istota i wartości wzornictwa w kontekście społeczno-kulturowym	C1	W1, K1
2.	Wybrane nurty i style w designie	C2	W2, K1
3.	Obszary wykorzystywania wzornictwa w przedsiębiorstwie	C2	W2, W3, U1, K1
4.	Analiza wzornicza przedsiębiorstwa - ocena identyfikacji wizualnej	C3	W2, W3, U1, U3, K1
5.	Analiza wzornicza przedsiębiorstwa - ocena wzornicza produktu	C4	W3, U2, U3, K1
6.	Metody tworzenia briefu projektowego	C2	W3, U3
7.	Koncepcja wprowadzenia zmian w przedsiębiorstwie/marce/produkcie w oparciu o analizę wzorniczą	C3	W3, U2, U3, K1



Wykład z praktykiem Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Design i komercjalizacja produktu	Cykl dydaktyczny 2026/2027
Specjalność -	Kod przedmiotu UEPKPS.28B.11987.26
Jednostka organizacyjna UEP	Język wykładowy Polski
Poziom kształcenia studia drugiego stopnia	Obligatoryjność Obowiązkowy
Forma studiów stacjonarne	Blok zajęciowy Blok B
Profil kształcenia ogólnoakademicki	

Okres Semestr 4	Forma zaliczenia Zaliczenie	Liczba punktów ECTS 2
	Forma prowadzenia i godziny zajęć • Uczestnictwo w wykładach: 30	

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Przekazanie wiedzy i nabycie umiejętności praktycznych związanych z zakresem kierunku studiów
C2	Zapoznanie się z praktykami rynkowymi i case studies z zakresu kierunku studiów

Wymagania wstępne

Wiedza z zakresu projektowania produktu, zarządzania produktem, zarządzania marką i komercjalizacji produktu

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
W1	Student zna i rozumie warunki i czynniki wpływające na podejmowania decyzji zawodowych związanych z kierunkiem studiów	K2_W01, K2_W02, K2_W11	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
W2	Student zna i rozumie metody i techniki realizacji zadań związanych z praktyką zawodową w jego obszarze kształcenia	K2_W01, K2_W02, K2_W10	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
Umiejętności			
U1	Student potrafi planować i kategoryzować zadania związane z praktyką zawodową w jego obszarze kształcenia	K2_U03, K2_U04, K2_U12	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
U2	Student dobiera rozwiązania i ocenia efektywność ekonomiczno-techniczną wybranych metod i technik rozwiązywania zadań występujących w praktyce zawodowej	K2_U01, K2_U02, K2_U03, K2_U04	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
Kompetencje społecznych			
K1	Student ma świadomość wpływu swojej aktywności zawodowej na otoczenie	K2_K03, K2_K05	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
K2	Student jest zorientowany na doskonalenie swoich umiejętności zdobytych na kierunku zgodnie z zasadami społecznej odpowiedzialności biznesu i zasadami zrównoważonego rozwoju	K2_K05	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Metody projektowania i/lub ulepszania produktów w przedsiębiorstwie - praktyczne rozwiązania	C1	W2, U2, K1
2.	Komercjalizacja produktów konsumpcyjnych j jej uwarunkowania - praktyczne rozwiązania	C1, C2	W1, W2, U1, U2, K1, K2
3.	Projektowanie i zarządzanie atrybutami produktów (marka, opakowanie) - rozwiązania praktyczne	C1, C2	W1, W2, U1, U2, K1, K2
4.	Działania marketingowe w komercjalizacji i zarządzaniu produktem w rynkowym cyklu życia	C1, C2	W1, W2, U1, U2, K1, K2

Zarządzanie innowacjami

Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

<p>Kierunek studiów Design i komercjalizacja produktu</p> <p>Specjalność -</p> <p>Jednostka organizacyjna UEP</p> <p>Poziom kształcenia studia drugiego stopnia</p> <p>Forma studiów stacjonarne</p> <p>Profil kształcenia ogólnoakademicki</p>	<p>Cykl dydaktyczny 2026/2027</p> <p>Kod przedmiotu UEPKPS.28B.7325.26</p> <p>Język wykładowy Polski</p> <p>Obligatoryjność Obowiązkowy</p> <p>Blok zajęciowy Blok B</p>
---	---

<p>Okres Semestr 4</p>	<p>Forma zaliczenia Zaliczenie</p> <p>Forma prowadzenia i godziny zajęć</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uczestnictwo w wykładach: 15 • Uczestnictwo w ćwiczeniach: 15 	<p>Liczba punktów ECTS 2</p>
-----------------------------------	--	---

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Uzyskanie wiedzy na temat działalności innowacyjnej przedsiębiorstw i determinant zarządzania innowacjami.
C2	Uzyskanie wiedzy z zakresu rozwijania innowacji z wykorzystaniem szablonu modelu biznesowego.
C3	Wykształcenie umiejętności poszukiwania i krytycznej oceny innowacyjnych rozwiązań pod kątem wdrożenia w przedsiębiorstwie.

Wymagania wstępne

Podstawowa wiedza z zakresu marketingu, zarządzania przedsiębiorstwem i zachowań konsumentów.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	Student definiuje pojęcia związane z innowacjami, innowacyjnością przedsiębiorstw i konsumentów.	K2_W01, K2_W02, K2_W11	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
W2	Student objaśnia determinanty i zakres działalności innowacyjnej przedsiębiorstw.	K2_W01, K2_W02, K2_W03, K2_W05, K2_W06, K2_W09	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
W3	Student charakteryzuje koncepcje strategii innowacji w przedsiębiorstwach.	K2_W01, K2_W02, K2_W03, K2_W05, K2_W10, K2_W11	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami
Umiejętności			
U1	Student analizuje potrzeby, oczekiwania i problemy segmentów docelowych i krytycznie ocenia skierowane do nich innowacyjne rozwiązania.	K2_U01, K2_U02, K2_U03, K2_U04, K2_U07	Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
U2	Student projektuje i prezentuje koncepcję innowacji produktowej lub w procesie biznesowym, stosując szablon modelu biznesowego.	K2_U01, K2_U02, K2_U03, K2_U04, K2_U07, K2_U10, K2_U13	Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
Kompetencji społecznych			
K1	Student pracuje w sposób etyczny i odpowiedzialny.	K2_K01, K2_K05	Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
K2	Student jest gotów do doskonalenia produktów obecnych na rynku i projektowania autorskich innowacji.	K2_K03, K2_K04	Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Istota, typologia i źródła innowacji.	C1	W1
2.	Determinanty budowania innowacyjnego przedsiębiorstwa.	C1	W1, W2
3.	Charakterystyka wybranych koncepcji strategii innowacji.	C1	W1, W2, W3
4.	Zintegrowany proces rozwoju innowacji produktowych.	C1	W1, W2
5.	Charakterystyka procesu dyfuzji innowacji (ze szczególnym uwzględnieniem dyfuzji innowacyjnych rozwiązań technologicznych).	C1	W1, W2
6.	Innowacyjność konsumentów - typologia i omówienie innowacyjnych trendów w zachowaniach konsumentów.	C1	W1, W2, U1
7.	Postawy konsumentów wobec ryzyka w kontekście akceptacji innowacji.	C1	W1, W2, U1

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
8.	Tworzenie koncepcji innowacji z wykorzystaniem szablonu modelu biznesowego.	C1, C2, C3	W1, W2, U1, U2, K1, K2
9.	Wykorzystanie nowoczesnych technologii w działalności przedsiębiorstw w ramach koncepcji przemysłu 4.0 - innowacje w procesach biznesowych - istota, zakres i przykłady (VA/AR, IoT, AI, Blockchain, autonomiczne roboty, Big Data, chmura obliczeniowa, symulacje, itp.).	C1, C3	W1, W2, U1, K1
10.	Sztuczna inteligencja - istota, typologia, szanse, zagrożenia, zakres wykorzystania przez przedsiębiorstwa i konsumentów.	C1, C3	W1, U1, K1



Zarządzanie marką Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Design i komercjalizacja produktu	Cykl dydaktyczny 2026/2027
Specjalność -	Kod przedmiotu UEPKPS.28C.730.26
Jednostka organizacyjna UEP	Język wykładowy Polski
Poziom kształcenia studia drugiego stopnia	Obligatoryjność Obowiązkowy
Forma studiów stacjonarne	Blok zajęciowy Blok C
Profil kształcenia ogólnoakademicki	

Okres Semestr 4	Forma zaliczenia Zaliczenie	Liczba punktów ECTS 1
	Forma prowadzenia i godziny zajęć • Uczestnictwo w wykładach: 15	

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Uzyskanie wiedzy na temat znaczenia i roli marki w przedsiębiorstwie.
C2	Rozwinięcie umiejętności w obszarze kreowania i wprowadzania nowej marki na rynek.
C3	Uzyskanie wiedzy na temat strategii marek, ich zalet oraz wad.
C4	Uzyskanie umiejętności na temat istoty i uwarunkowań zarządzania marką w przedsiębiorstwie.

Wymagania wstępne

Podstawowa wiedza z zakresu marketingu.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	Student definiuje pojęcia związane z marką, jej funkcjami, atrybutami, wartością, wizerunkiem i tożsamością.	K2_W04	Sprawdzian pisemny testowy
W2	Student opisuje proces kreowania marki, doboru właściwej strategii i wprowadzania jej na rynek, wskazując najważniejsze elementy i ich znaczenie dla rozwoju przedsiębiorstwa.	K2_W03, K2_W10	Sprawdzian pisemny testowy
W3	Student charakteryzuje obszary związane z zarządzaniem marką i uzasadnia konieczność wprowadzania zmian w zależności od zmieniającego się otoczenia wewnętrznego i zewnętrznego.	K2_W04, K2_W10	Sprawdzian pisemny testowy
Umiejętności			
U1	Student projektuje elementy marki i planuje jej wprowadzenie na rynek.	K2_U04	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami
U2	Student planuje działania związane z przyjęciem odpowiedniej strategii marki i jej zarządzania w zmiennym otoczeniu rynkowym.	K2_U03, K2_U04	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami
Kompetencji społecznych			
K1	Student przestrzega zasad dotyczących wprowadzania nowej marki na rynek i zarządzania nią w zmiennym otoczeniu biznesowym.	K2_K01, K2_K03	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Miejsce i rola marki w strategii przedsiębiorstwa na rynku produktów i usług. Miejsce marki w marketingu, podstawowe definicje i pojęcia: marka, siła marki, kapitał marki, wartość marki, wizerunek a tożsamość, funkcje marki, atrybuty marki.	C1	W1
2.	Prawne aspekty marki: marka a znak towarowy, ochrona marki w ramach ochrony własności intelektualnej, rejestracja znaku towarowego.	C1	W1, K1
3.	Proces kreowania marki: wybór rynku docelowego, pozycjonowanie marki (wykresy pozycjonowania, repozycjonowanie, rebranding), projektowanie nazwy (zasady, etapy, narzędzia i kreatory, Efekt Kraju Pochodzenia) i logo (logo, logotyp, sygnet, tagline, typy znaków, typografia, anatomia koloru, etapy, narzędzia, kreatory).	C2	W2, U1
4.	Proces kreowania marki: tworzenie wartości dla klienta (piramida wartości), wizja i misja - zasady, formułowanie, wybór strategii marki i jej uwarunkowania (rodzaje strategii, wady, zalety).	C3	W2, U2

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
5.	Wprowadzenie nowej marki na rynek i zarządzanie marką w zmiennym otoczeniu gospodarczym (decyzje strategiczne i operacyjne), z odniesieniem do różnych rynków.	C4	W3, U1, U2, K1