

Karta opisu zajęć - Sylabus

Państwowa Wyższa Szkoła Techniczno-Ekonomiczna im. ks. Bronisława Markiewicza w Jarosławiu

I. INFORMACJE PODSTAWOWE

Nazwa zajęć: Zarządzanie produktem	Cykl kształcenia rozpoczynający się w roku akademickim 2023/2024
Nazwa kierunku studiów, poziom i profil kształcenia: Zarządzanie, I stopnia, profil praktyczny	
Język wykładowy: j. polski	Rodzaj zajęć: Zajęcia specjalistyczne
Rok studiów: II	Semestr: III
Liczba punktów ECTS przypisana zajęciom: 2	Koordinator zajęć Imię, nazwisko, tytuł/stopień naukowy, adres e-mail: Dr inż. Waldemar Zadworny, waldemar.zadworny@pansjar.edu.pl
Jednostka organizacyjna: Instytut Ekonomii i Zarządzania	

FORMA PROWADZENIA ZAJĘĆ I LICZBA GODZIN

Ogólna liczba godzin zajęć dydaktycznych na studiach stacjonarnych i niestacjonarnych z podziałem na formy:

Studia stacjonarne		Studia niestacjonarne	
Wykład:		Wykład:	
Ćwiczenia:		Ćwiczenia:	
Laboratorium:	15	Laboratorium:	
Lektorat:		Lektorat:	
Projekt:		Projekt:	
Zajęcia praktyczne:		Zajęcia praktyczne:	
Seminarium:		Seminarium:	
Zajęcia terenowe:		Zajęcia terenowe:	
Praktyki:		Praktyki:	
Inna forma (jaka):		Inna forma (jaka):	
RAZEM:	15	RAZEM:	

II. INFORMACJE SZCZEGÓŁOWE

Wymagania wstępne i dodatkowe:

W zakresie **wiedzy** – student posiada podstawową wiedzę z zakresu ekonomii, marketingu i przedsiębiorczości.

W zakresie **umiejętności** – student umie rozróżniać podstawowe mechanizmy rządzące rynkiem.

W zakresie **kompetencji społecznych** – student potrafi prawidłowo identyfikować i rozstrzygać dylematy w zakresie wdrażania na rynek nowych produktów.

Cel (cele) kształcenia dla zajęć:

W zakresie **wiedzy** – jest przekazanie podstawowej wiedzy w zakresie metod prowadzenia badań dotyczących zarządzania produktem w przedsiębiorstwie

W zakresie **umiejętności** – jest wykształcenie zdolności projektowania produktów i ich modernizacji oraz pozyskanie wiedzy prowadzenia badań w tym zakresie

W zakresie **kompetencji społecznych** – jest wykazanie gotowości do rozstrzygania dylematów w zakresie wdrażania na rynek nowych produktów.

EFEKTY UCZENIA SIĘ OKREŚLONE DLA ZAJĘĆ I ICH ODNIESIENIE DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ OKREŚLONYCH DLA KIERUNKÓW STUDIÓW

Efekty uczenia się określone dla zajęć w kategorii wiedza, umiejętności oraz kompetencje społeczne oraz metody weryfikacji efektów uczenia się.

UWAGA:

Dzielimy efekty uczenia się określone dla zajęć na kategorie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych. Określone dla zajęć efekty uczenia się nie muszą obejmować wszystkich trzech kategorii i zależą od formy zajęć.

Symbol efektów uczenia się określonego dla zajęć*	Treść efektu uczenia się. Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się, student w kategorii:	Odniesienie do efektów uczenia się określonych dla kierunku studiów (symbol efektów uczenia się)
Wiedzy - zna i rozumie		
ZP_W01	podstawowe pojęcia związane z zarządzaniem produktem oraz jego jakością i innowacyjnością, istotę projektowania produktów, czynniki kształtujące rozwój nowych produktów oraz ogólne zasady zarządzania produktem w przedsiębiorstwie w różnych fazach cyklu życia produktu	K_W01
Umiejętności - potrafi		
ZP_U02	dokonać analizy poszczególnych faz cyklu życia produktu, zaplanować etapy projektowania i wprowadzania na rynek nowych produktów.	K_U01, K_U04
Kompetencji społecznych - jest gotów do		
ZP_K03	rozstrzygnięcia dylematów w zakresie wdrażania nowych produktów.	K_K05

UWAGA!

Zaleca się, aby w zależności od liczby godzin zajęć, liczba efektów uczenia się zawierała się w przedziale: 3-7, ale są to wartości umowne.

TREŚCI PROGRAMOWE I ICH ODNIESIENIE DO FORM ZAJĘĆ I METOD OCENIANIA

Treści programowe (uszczegółowione, zaprezentowane z podziałem na poszczególne formy zajęć, tj. wykład, ćwiczenia, laboratoria, projekty, seminaria i inne):

Symbol treści programowych	Opis treści programowych	Forma zajęć	Metody dydaktyczne prowadzenia zajęć umożliwiające osiągnięcie założonych efektów uczenia się*	Metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się przypisanych do zajęć#
		laboratorium		
TP-01	Pojęcie produktu w ujęciu marketingowym i struktura produktu Znaczenie zarządzania produktem w zarządzaniu przedsiębiorstwem.		ćwiczenia oparte na wykorzystaniu różnych źródeł wiedzy, metody aktywizujące (praca w grupach, studium przypadku)	kolokwium (test) aktywność w dyskusji, rozwiązywanie zadań problemowych, zadanie projektowe

TP-02	Zasady analizy produktu na rynku w jego otoczeniu marketingowym. Postrzeganie jakości w zależności od charakteru produktu – studium przypadku. Postrzeganie jakości produktu w zależności od podmiotu postrzegającego – studium przypadku.		ćwiczenia oparte na wykorzystaniu różnych źródeł wiedzy, metody aktywizujące (praca w grupach, studium przypadku)	kolokwium (test) aktywność w dyskusji, rozwiązywanie zadań problemowych, zadanie projektowe
TP-03	Zarządzanie produktem w poszczególnych fazach cyklu życia na rynku. Projektowanie produktu. – studium przypadku		ćwiczenia oparte na wykorzystaniu różnych źródeł wiedzy, metody aktywizujące (praca w grupach, studium przypadku)	prezentacja projektu, obserwacja pracy

Metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się określonych dla zajęć, powinny być zróżnicowane w zależności od kategorii, tj. inne dla kategorii wiedza i inne dla kategorii umiejętności i kompetencje społeczne.

Dla wykładu:

*np. wykład podający, wykład problemowy, ćwiczenia oparte na wykorzystaniu różnych źródeł wiedzy

np. egzamin ustny, test, prezentacja, projekt

Zaleca się podanie przykładowych zadań (pytań) służących weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się określonych dla zajęć.

ZALECANA LITERATURA (w tym pozycje w języku obcym)

Literatura podstawowa (powinna być dostępna dla studenta w uczelnianej bibliotece):

1. Pająk E., Zarządzanie produkcją. Produkt, technologia, organizacja, PWN, Warszawa 2013.
2. Makarski S., Zarządzanie marketingowo- logistyczne w tworzeniu wartości produktu, Prace Naukowe Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów 2010.

Literatura uzupełniająca:

1. Brdulak J. J., Zarządzanie wiedzą a proces innowacji produktu. Budowanie przewagi konkurencyjnej firmy, SGH, Warszawa 2005

III. INFORMACJE DODATKOWE

BILANS PUNKTÓW ECTS

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA (godziny)

Forma aktywności	Liczba godzin*
Godziny zajęć (według harmonogramu) z nauczycielem akademickim lub inną osobą prowadzącą zajęcia	15
Praca własna studenta	35

SUMA GODZIN:		50	
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA (punkty ECTS)		2	
		Liczba punktów ECTS	
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS PRZYPIŚANYCH DO ZAJĘĆ	Praca studenta wymagająca bezpośredniego kontaktu z nauczycielem akademickim lub inną osobą prowadzącą zajęcia	Ogółem: 2	0,6
	Praca własna studenta		1,4
* godziny lekcyjne, czyli 1 godz. oznacza 45 min;			
OPIS PRACY WŁASNEJ STUDENTA:			
Praca własna studenta musi być precyzyjnie opisana, uwzględniając charakter praktyczny zajęć. Należy podać symbol efektu uczenia się, którego praca własna dotyczy oraz metody weryfikacji efektów uczenia się stosowane w ramach pracy własnej. Przykładowe formy aktywności: (1) przygotowanie do zajęć, (2) opracowanie wyników, (3) czytanie wskazanej literatury, (4) napisanie raportu z zajęć, (5) przygotowanie do egzaminu, opracowanie projektu.			
Przygotowanie do zajęć, czytanie wskazanej literatury: ZP_W_01, ZP_U02, ZP_K03 metody weryfikacji efektów uczenia się:: kolokwium pisemne (test), aktywność na zajęciach, zadanie projektowe.			
KRYTERIA OCENIANIA			
Ocena kształtująca:			
Ocena diagnostyczna, o charakterze interaktywnym, oparta na analizie nabytej w czasie realizacji zajęć wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych studenta poprzez zaliczenie kolokwium pisemnego, aktywność na zajęciach, zadania projektowego oraz wykazanie się kreatywnością w określonym obszarze tematycznym.			
Ocena podsumowująca:			
Na ocenę dostateczną student ma wiedzę i potrafi scharakteryzować podstawowe pojęcia związane z zarządzaniem produktem jego jakością i innowacyjnością, oraz wymienić czynniki kształtujące rozwój nowych produktów i ogólne zasady zarządzania produktem w przedsiębiorstwie w różnych fazach cyklu życia produktu			
Na ocenę dobrą student ma wiedzę i potrafi zdefiniować istotę projektowania produktów, wymienić czynniki kształtujące rozwój nowych produktów, zasady analizy produktu na rynku oraz ogólne zasady zarządzania produktem w przedsiębiorstwie w różnych fazach cyklu życia produktu			
Na ocenę bardzo dobrą student ma wiedzę i potrafi bezbłędnie wymienić czynniki kształtujące rozwój nowych produktów, zasady analizy produktu na rynku oraz dokonać analizy poszczególnych faz cyklu życia produktu i zaplanować etapy projektowania i wprowadzania na rynek nowych produktów.			
INFORMACJA O PRZEWIDYWANEJ MOŻLIWOŚCI WYKORZYSTANIA KSZTAŁCENIA NA ODLEGŁOŚĆ			
Istnieje możliwość wykorzystania B-learningu, polegającego na prowadzeniu laboratoriów z wykorzystaniem platformy TEAMS.			