

PROGRAM STUDIÓW

Nazwa kierunku studiów	Innowacyjność produktu
Dziedzina (dziedziny) nauki i dyscyplina (dyscypliny) naukowe, związane z kierunkiem studiów (jeśli kierunek studiów związany jest z dwoma lub więcej dyscyplinami, wymagane jest także określenie procentowego udziału liczby punktów ECTS dla każdej z dyscyplin w ogólnej liczbie punktów ECTS koniecznych do uzyskania kwalifikacji - ze wskazaniem dyscypliny wiodącej).	Dziedzina nauk społecznych Dyscyplina wiodąca: nauki o zarządzaniu i jakości 73% Dyscyplina: ekonomia i finanse 15% Dziedzina nauk inżynieryjno-technicznych Dyscyplina: inżynieria materiałowa 12%
Poziom kształcenia	II stopień
Profil kształcenia	Ogólnoakademicki
Forma studiów	stacjonarne/niestacjonarne
Liczba semestrów	4 semestry
Liczba godzin dydaktycznych	795 / 477
Specjalności oferowane w ramach kierunku	- Rozwój i zarządzanie produktem - Promocja i sprzedaż produktu
Język, w jakim prowadzony jest kierunek studiów	Polski
Tytuł zawodowy uzyskiwany przez absolwenta	Magister
Związek z misją i strategią Uczelni	Koncepcja kształcenia na kierunku Innowacyjność produktu jest powiązana z misją i strategią Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie poprzez zapewnienie uniwersalnego wykształcenia, łączącego wiedzę ogólną o charakterze teoretycznym i metodologicznym z wiedzą zawodową. Koncepcja kształcenia ukierunkowana jest przede wszystkim na: - zapewnienie wysokiej jakości kształcenia poprzez rozwój poziomu wiedzy specjalistycznej oraz wyposażenie absolwentów w kompetencje wymagane na rynku pracy - realizację innowacyjnego programu kształcenia poprzez dostosowanie oferty dydaktycznej do wymogów rynku pracy i zmian zachodzących w otoczeniu społeczno-gospodarczym, z uwzględnieniem opinii i potrzeb pracodawców i innych interesariuszy zewnętrznych - rozwój interdyscyplinarności treści kształcenia oraz kształtowanie umiejętności holistycznego podejścia do zagadnień, z

	uwzględnieniem aspektów ekonomicznych, technicznych, finansowych, prawnych, ekologicznych, społecznych, menedżerskich realizowanych w ramach zajęć prowadzonych przez pracowników różnych katedr z poszczególnych kolegiów UEK - rozwijanie współpracy z praktyką gospodarczą m.in. poprzez włączanie pracodawców do tworzenia koncepcji kształcenia i realizacji procesu kształcenia m.in. poprzez organizację przez praktyków warsztatów dla studentów, współdział w realizacji części badawczej prac dyplomowych - umieędzynarodowienie oferty kształcenia przez wspieranie mobilności międzynarodowej studentów, oferowanie przedmiotów do wyboru w języku angielskim i współpracę dydaktyczną z wykładowcami z zagranicy
Liczba punktów ECTS wynikająca z programów studiów	120 ECTS studia stacjonarne 120 ECTS studia niestacjonarne
Łączna liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	Specjalności: Rozwój i zarządzanie produktem 62 pkt. ECTS (63,1%) studia stacjonarne 42 pkt. ECTS (46,8 %) studia niestacjonarne Promocja i sprzedaż produktu 61 pkt. ECTS (62,4%) studia stacjonarne 30 pkt. ECTS (43,6%) studia niestacjonarne
Łączna liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć o charakterze praktycznym, w tym zajęć laboratoryjnych, warsztatowych i projektowych (<i>dotyczy kierunków studiów o profilu praktycznym</i>)	Nie dotyczy
Liczba punktów ECTS jaką student musi uzyskać w ramach praktyk zawodowych	Nie dotyczy
Opis efektów uczenia się	<i>zgodnie z załącznikiem nr 1 do programu studiów</i>

Plan studiów	<i>zgodnie z załącznikiem nr 2 do programu studiów</i>
Karty przedmiotów, obejmujące: wskazanie zajęć/modułu, formę ich prowadzenia, wraz z przypisaniem do nich efektów uczenia się i treści programowych zapewniających uzyskanie tych efektów, a także sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się	<i>zgodnie z załącznikiem nr 3 do programu studiów</i>
Wymiar, zasady, formę odbywania i zaliczania praktyk zawodowych	Nie dotyczy
Wymogi związane z ukończeniem studiów (praca dyplomowa / egzamin dyplomowy / inne)	Praca dyplomowa magisterska, zgodnie z programem studiów przygotowywana jest przez 2 semestry. Wymagana jest zgodność tematyki pracy z dziedziną i dyscypliną naukową związaną z kierunkiem studiów. Zasadniczy etap to przygotowanie pracy pod kierunkiem promotora przy uwzględnieniu wymogów formalnych i merytorycznych stawianych pracom magisterskim. Egzamin dyplomowy odbywa się przed komisją, w skład której wchodzi przewodniczący komisji, promotor i recenzent pracy.

Załącznik nr 1
do programu studiów

EFEKTY UCZENIA SIĘ

Kierunek na którym prowadzone są studia		INNOWACYJNOŚĆ PRODUKTU	
Dziedziny nauki i dyscypliny naukowe, z którymi związany jest kierunek studiów.		Dziedzina nauk społecznych Dyscyplina wiodąca: nauki o zarządzaniu i jakości Dyscyplina: ekonomia i finanse Dziedzina nauk inżynieryjno-technicznych Dyscyplina: inżynieria materiałowa	
Profil studiów		Ogólnoakademicki	
Poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji		7	
Poziom kształcenia		Drugi stopień	
Liczba semestrów		4	
Symbol efektu uczenia się Dla Kierunku	Opis efektów uczenia się	Odniesienie do charakterystyk efektów uczenia się	
		Charakterystyki drugiego stopnia	
P_W (WIEDZA) Absolwent zna i rozumie:			
IP2_W01	w pogłębionym stopniu teorii, zjawiska i procesy związane z kierunkiem Innowacyjność produktu, stanowiące zaawansowaną wiedzę ogólną, uwzględniającą tendencje rozwojowe dyscyplin naukowych, do których przypisany jest kierunek	P7S_WG	
IP2_W02	w pogłębionym stopniu normy i reguły (prawne, organizacyjne i etyczne) organizujące struktury i instytucje społeczne oraz rządzących nimi prawidłowości. Ma wiedzę o ich źródłach, naturze, zmianach i sposobach działania.	P7S_WG	
IP2_W03	w pogłębionym stopniu metody i narzędzia wykorzystywane podczas projektowania wyrobów, w tym techniki pozyskiwania danych oraz modelowania struktur społecznych i procesów w nim zachodzących właściwych dla dziedzin nauki i dyscyplin naukowych do których przypisany jest kierunek Innowacyjność produktu.	P7S_WG	
IP2_W04	w pogłębionym stopniu kluczowe zagadnienia dotyczące realizacji zadań związanych z projektowaniem i sprzedażą produktów.	P7S_WG	
IP2_W05	w pogłębionym stopniu społeczne, ekonomiczne, prawne i inne pozatechniczne uwarunkowania działalności, właściwe dla kierunku Innowacyjność produktu.	P7S_WK	

IP2_W06	w pogłębionym stopniu zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości oraz uwarunkowania prowadzonej działalności wykorzystując wiedzę z zakresu dziedzin nauki i dyscyplin naukowych właściwych dla kierunku Innowacyjność produktu.	P7S_WK
P_U (UMIEJĘTNOŚCI) Absolwent potrafi:		
IP2_U01	interpretować i wyjaśniać złożone zjawiska społeczne i techniczne w zakresie kierunku Innowacyjność produktu oraz rozwiązywać złożone i nietypowe problemy oraz innowacyjnie wykonywać zadania związane z projektowaniem nowych produktów w zmiennych warunkach. Potrafi pozyskiwać informacje z różnych źródeł, także w języku angielskim lub innym obcym oraz dokonywać ich merytorycznej selekcji.	P7S_UW
IP2_U02	formułować i weryfikować hipotezy związane z prostymi problemami badawczymi związanymi z projektowaniem produktu oraz wykazuje umiejętność poprawnego wnioskowania na podstawie danych pochodzących z różnych źródeł.	P7S_UW
IP2_U03	wykorzystywać metody ilościowe i jakościowe właściwe dla kierunku Innowacyjność produktu, prowadzące do samodzielnego proponowania i analizy rozwiązań konkretnego problemu związanego z projektowaniem produktu (w tym oceny ekonomicznej). Potrafi ocenić przydatność i możliwość wykorzystania nowych osiągnięć techniki i technologii.	P7S_UW
IP1_U04	prawidłowo posługiwać się systemami normatywnymi przy rozwiązywaniu problemów z zakresu dyscyplin naukowych, do których przypisany jest kierunek Innowacyjność produktu. Potrafi wykonać zaawansowane zadania badawcze lub ekspertyzy zgodnie z zasadami bezpieczeństwa i higieny pracy pod kierunkiem opiekuna naukowego	P7S_UW
IP2_U05	Posiada umiejętność komunikowania się na tematy specjalistyczne ze zróżnicowanymi kręgami odbiorców. Potrafi prowadzić debatę oraz przygotować w języku polskim, angielskim lub innym języku obcym prace własne. Ma umiejętności językowe i zna specjalistyczną terminologię w zakresie dziedzin nauki i dyscyplin naukowych, właściwych dla kierunku Innowacyjność produktu zgodnie z wymaganiami określonymi dla poziomu B2+Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego	P7S_UK
IP2_U06	kierować pracą zespołu wykorzystując zdobytą wiedzę do rozstrzygnięcia dylematów pojawiających się w pracy zawodowej oraz współdziałać z innymi w ramach prac zespołowych i podejmować w nich wiodącą rolę.	P7S_UO
IP2_U07	samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie i ukierunkowywać innych w tym zakresie.	P7S_UU
P_K (KOMPETENCJE SPOŁECZNE) Absolwent jest gotów do:		
IP2_K01	świadomiej, krytycznej oceny odbieranych treści, do uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych oraz do zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu	P7S_KK
IP2_K02	myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy oraz do inicjowania działania na rzecz interesu publicznego. Jest gotów do przewidywania wielokierunkowych skutków społecznych swojej działalności. Troszczy się także o skutki swych działań zawodowych dla środowiska.	P7S_KO
IP2_K03	odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych z uwzględnieniem potrzeb społecznych, pracy w grupie i przyjmowania w niej różnych ról (w tym przewodzenia w grupie i ponoszenia odpowiedzialności za nią).	P7S_KR
IP2_K04	przestrzegania zasad prawnych, ekonomicznych i etycznych w działalności gospodarczej, identyfikować i rozstrzygać dylematy etyczne związane z wykonywanym zawodem. Jest gotów do rozwijania dorobku zawodu i podtrzymywania etosu zawodowego	P7S_KR

IP2_K05	pełnienia obowiązków i powinności, wynikających z powierzonych mu zadań, zawieranych umów i realizowanych projektów.	P7S_KO
----------------	--	---------------

Objaśnienia oznaczeń dotyczących kierunku studiów:

IP2 (przed podkreślnikiem)	– kierunek Innowacyjność produktu, studia II stopnia
W (po podkreślniku)	– kategoria wiedzy
U (po podkreślniku)	– kategoria umiejętności
K (po podkreślniku)	– kategoria kompetencji społecznych
01, 02, 03 i kolejne	– numer danej kategorii efektu uczenia się

Objaśnienia oznaczeń dotyczących charakterystyki efektów uczenia się:

P	– poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji (PRK)
P7S	– charakterystyka drugiego stopnia poziomu 7 PRK
P7U_W	– charakterystyka uniwersalna (WIEDZA)
P7S_WG	– charakterystyka drugiego stopnia (głębia i zakres)
P7S_WK	– charakterystyka drugiego stopnia (kontekst)
P7U_U	– charakterystyka uniwersalna (UMIEJĘTNOŚCI)
P7S_UW	– charakterystyka drugiego stopnia (wykorzystanie wiedzy)
P7S_UK	– charakterystyka drugiego stopnia (komunikowanie się)
P7S_UO	– charakterystyka drugiego stopnia (organizacja pracy)
P7S_UU	– charakterystyka drugiego stopnia (uczenie się)
P7U_K	– charakterystyka uniwersalna (KOMPETENCJE SPOŁECZNE)
P7U_KK	– charakterystyka drugiego stopnia (oceny)
P7U_KO	– charakterystyka drugiego stopnia (odpowiedzialność)
P7U_KR	– charakterystyka drugiego stopnia (rola zawodowa)

Załącznik nr 2
do programu studiów

PLAN STUDIÓW

Kierunek						Innowacyjność produktu							
Specjalność						Rozwój i zarządzanie produktem							
Przyporządkowanie kierunku do dziedziny nauki i dyscypliny naukowej/ dyscyplin, do których odnoszą się efekty uczenia się						Dziedzina nauk społecznych Dyscyplina wiodąca: nauki o zarządzaniu i jakości Dyscyplina: ekonomia i finanse Dziedzina nauk inżynieryjno-technicznych Dyscyplina: inżynieria materiałowa							
Poziom studiów						Studia drugiego stopnia Stacjonarne							
Profil studiów						Ogólnoakademicki							
Poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji						Poziom 7							
	Rok studiów pierwszy Semestr pierwszy Łączna liczba godzin dydaktycznych 210 Łączna liczba punktów ECTS 30												
Lp.	Przedmiot/moduł (nazwa)	Forma zajęć				Liczba godzin dydak.	Forma zaliczenia	Liczba pkt. ECTS	ECTS/dyscyplina(-y)				
		W	Ć	K	L				NZJ	EiF	IM	Inne	
1.	Język obcy III		30			30	Z	2				2	
2.	Innowacyjność w rozwoju produktów	15	30			45	Z	6	2		4		
3.	Metody zarządzania produktem	15	30			45	E	6	5	1			
4.	Segmentacja rynku i pozycjonowanie produktu	15	15			30	E	5	3	2			
5.	Metody badań marketingowych			15		15	Z	3	3				
6.	Produkt zrównoważony			15		15	Z	3	1		2		
7.	Analiza informacji o produkcie			30		30	Z	5	2	2	1		
	Rok studiów pierwszy Semestr drugi Łączna liczba godzin dydaktycznych 210 Łączna liczba punktów ECTS 30												
Lp.	Przedmiot/moduł (nazwa)	Forma zajęć				Liczba godzin dydak.	Forma zaliczenia	Liczba pkt. ECTS	ECTS/dyscyplina(-y)				
		W	Ć	K	L				NZJ	EiF	IM	Inne	
1.	Język obcy III		30			30	E	3				3	
2.	Zarządzanie zespołem B+R			15		15	Z	3	3				

3.	Kształtowanie jakości mikrobiologicznej produktu	15			15	30	E	5	3			2
4.	Strategie rynkowe produktu	15	15			30	E	5	3	2		
5.	Testowanie produktów przemysłowych	15			30	45	Z	6	3		3	
6.	Analiza dekompozycyjna produktów żywnościowych	15			30	45	Z	6	3			3
7.	Prawo gospodarcze	15				15	Z	2				2

Rok studiów drugi

Semestr trzeci

Łączna liczba godzin dydaktycznych 210

Łączna liczba punktów ECTS 30

Lp.	Przedmiot/moduł (nazwa)	Forma zajęć				Liczba godzin dydak.	Forma zaliczenia	Liczba pkt. ECTS	ECTS/dyscyplina(-y)			
		W	Ć	K	L				NZJ	EiF	IM	Inne
1.	Seminarium		30			30	Z	6	6			
2.	Przyrodnicze aspekty jakości produktu		30			30	Z	4	2		2	
3.	Innowacje materiałowe i technologiczne w opakowalnictwie	15			15	30	E	4	2		2	
4.	Analiza ryzyka w działalności innowacyjnej	15	15			30	E	4	2	2		
5.	Przedmioty do wyboru	90				90	Z	12	8			4

Rok studiów drugi

Semestr czwarty

Łączna liczba godzin dydaktycznych 165

Łączna liczba punktów ECTS 30

Lp.	Przedmiot/moduł (nazwa)	Forma zajęć				Liczba godzin dydak.	Forma zaliczenia	Liczba pkt. ECTS	ECTS/dyscyplina(-y)			
		W	Ć	K	L				NZJ	EiF	IM	Inne
1	Seminarium		30			30	Z	10	10			
2	Zarządzanie projektami innowacyjnymi	15	15			30	E	4	2	2		
3	Strategie dystrybucji	15				15	E	3	2	1		
4	Nowoczesne formy komunikacji z rynkiem			15		15	Z	3	2	1		
5	Przedmioty do wyboru	75				75	Z	10	6			4

Kierunek						Innowacyjność produktu							
Specjalność						Rozwój i zarządzanie produktem							
Przyporządkowanie kierunku do dziedziny nauki i dyscypliny naukowej/ dyscyplin, do których odnoszą się efekty uczenia się						Dziedzina nauk społecznych Dyscyplina wiodąca: nauki o zarządzaniu i jakości Dyscyplina: ekonomia i finanse Dziedzina nauk inżynieryjno-technicznych Dyscyplina: inżynieria materiałowa							
Poziom studiów						Studia drugiego stopnia Niestacjonarne							
Profil studiów						Ogólnoakademicki							
Poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji						Poziom 7							
Rok studiów pierwszy Semestr pierwszy Łączna liczba godzin dydaktycznych 126 Łączna liczba punktów ECTS 30													
Lp.	Przedmiot/moduł (nazwa)	Forma zajęć				Liczba godzin dydak.	Forma zaliczenia	Liczba pkt. ECTS	ECTS/dyscyplina(-y)				
		W	Ć	K	L				NZJ	EiF	IM	Inne	
1.	Język obcy II		18			18	Z	2				2	
2.	Innowacyjność w rozwoju produktów	9	18			27	Z	6	2		4		
3.	Metody zarządzania produktem	9	18			27	E	6	5	1			
4.	Segmentacja rynku i pozycjonowanie produktu	9	9			18	E	5	3	2			
5.	Metody badań marketingowych			9		9	Z	3	3				
6.	Produkt zrównoważony			9		9	Z	3	1		2		
7.	Analiza informacji o produkcie			18		18	Z	5	2	2	1		
Rok studiów pierwszy Semestr drugi Łączna liczba godzin dydaktycznych 126 Łączna liczba punktów ECTS 30													
Lp.	Przedmiot/moduł (nazwa)	Forma zajęć				Liczba godzin dydak.	Forma zaliczenia	Liczba pkt. ECTS	ECTS/dyscyplina(-y)				
		W	Ć	K	L				NZJ	EiF	IM	Inne	
1.	Język obcy III		18			18	E	3				3	
2.	Zarządzanie zespołem B+R			9		9	Z	3	3				
3.	Kształtowanie jakości mikrobiologicznej produktu	9			9	18	E	5	3			2	
4.	Strategie rynkowe produktu	9	9			18	E	5	3	2			
5.	Testowanie produktów	9			18	27	Z	6	3		3		

	przemysłowych											
6.	Analiza dekompozycyjna produktów żywnościowych	9			18	27	Z	6	3			3
7.	Prawo gospodarcze	9				9	Z	2				2
Rok studiów drugi Semestr trzeci Łączna liczba godzin dydaktycznych 126 Łączna liczba punktów ECTS 30												
Lp.	Przedmiot/moduł (nazwa)	Forma zajęć				Liczba godzin dydak.	Forma zaliczenia	Liczba pkt. ECTS	ECTS/dyscyplina(-y)			
		W	Ć	K	L				NZJ	TŻŻ	IM	Inne
1.	Seminarium		18			18	Z	6	6			
2.	Przyrodnicze aspekty jakości produktu		18			18	Z	4	2		2	
3.	Innowacje materiałowe i technologiczne w opakownictwie	9			9	18	E	4	2		2	
4.	Analiza ryzyka w działalności innowacyjnej	9	9			18	E	4	2	2		
5.	Przedmioty do wyboru	54				54	Z	12	8			4
Rok studiów drugi Semestr czwarty Łączna liczba godzin dydaktycznych 99 Łączna liczba punktów ECTS 30												
Lp.	Przedmiot/moduł (nazwa)	Forma zajęć				Liczba godzin dydak.	Forma zaliczenia	Liczba pkt. ECTS	ECTS/dyscyplina(-y)			
		W	Ć	K	L				NZJ	EiF	IM	Inne
1	Seminarium		18			18	Z	10	10			
2	Zarządzanie projektami innowacyjnymi	9	9			18	E	4	2	2		
3	Strategie dystrybucji	9				9	E	3	2	1		
4	Nowoczesne formy komunikacji z rynkiem			9		9	Z	3	2	1		
5	Przedmioty do wyboru	45				45	Z	10	6			4

Kierunek						Innowacyjność produktu							
Specjalność						Promocja i sprzedaż produktu							
Przyporządkowanie kierunku do dziedziny nauki i dyscypliny naukowej/ dyscyplin, do których odnoszą się efekty uczenia się						Dziedzina nauk społecznych Dyscyplina wiodąca: nauki o zarządzaniu i jakości Dyscyplina: ekonomia i finanse Dziedzina nauk inżynieryjno-technicznych Dyscyplina: inżynieria materiałowa							
Poziom studiów						Studia drugiego stopnia Stacjonarne							
Profil studiów						Ogólnoakademicki							
Poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji						Poziom 7							
	Rok studiów pierwszy Semestr pierwszy Łączna liczba godzin dydaktycznych 210 Łączna liczba punktów ECTS 30												
Lp.	Przedmiot/moduł (nazwa)	Forma zajęć				Liczba godzin dydak.	Forma zaliczenia	Liczba pkt. ECTS	ECTS/dyscyplina(-y)				
		W	Ć	K	L				NZJ	EiF	IM	Inne	
1.	Język obcy III		30			30	Z	2				2	
2.	Innowacyjność w rozwoju produktów	15	30			45	Z	6	2		4		
3.	Metody zarządzania produktem	15	30			45	E	6	5	1			
4.	Segmentacja rynku i pozycjonowanie produktu	15	15			30	E	5	3	2			
5.	Metody badań marketingowych			15		15	Z	3	3				
6.	Produkt zrównoważony			15		15	Z	3	1		2		
7.	Analiza informacji o produkcie			30		30	Z	5	2	2	1		
	Rok studiów pierwszy Semestr drugi Łączna liczba godzin dydaktycznych 210 Łączna liczba punktów ECTS 30												
Lp.	Przedmiot/moduł (nazwa)	Forma zajęć				Liczba godzin dydak.	Forma zaliczenia	Liczba pkt. ECTS	ECTS/dyscyplina(-y)				
		W	Ć	K	L				NZJ	EiF	IM	Inne	
1.	Język obcy III		30			30	E	3				3	
2.	Autoprezentacja i techniki sprzedaży	15	15			30	Z	4	4				
3.	Jakość i innowacyjność w promocji produktu	15	30			45	E	6	5	1			
4.	Budżetowanie projektów marketingowych	15	15			30	E	5	2	3			

5.	Rola opakowań w sprzedaży produktu			15		15	Z	3	2	1		
6.	UX w sprzedaży produktu	15	15			30	Z	5	3		1	1
7.	E –handel			30		30	Z	4	2	2		
Rok studiów drugi Semestr trzeci Łączna liczba godzin dydaktycznych 210 Łączna liczba punktów ECTS 30												
Lp	Przedmiot/moduł (nazwa)	Forma zajęć				Liczba godzin dydak.	Forma zaliczenia	Liczba pkt. ECTS	ECTS/dyscyplina(-y)			
		W	Ć	K	L				NZJ	EiF	IM	Inne
6.	Seminarium		30			30	Z	6	6			
7.	Przemiany fizykochemiczne produktu		30			30	Z	4	1		3	
8.	Zarządzanie zespołem sprzedażowym			15		15	Z	2	2			
9.	Trendy rozwojowe na rynku FMCG			30		30	Z	4	2	2		
10	Reklamacje produktów	15				15	E	2	2			
11	Przedmioty do wyboru	90				90	Z	12	8	2		2
Rok studiów drugi Semestr czwarty Łączna liczba godzin dydaktycznych 165 Łączna liczba punktów ECTS 30												
Lp	Przedmiot/moduł (nazwa)	Forma zajęć				Liczba godzin dydak.	Forma zaliczenia	Liczba pkt. ECTS	ECTS/dyscyplina(-y)			
		W	Ć	K	L				NZJ	EiF	IM	Inne
1	Seminarium		30			30	Z	10	10			
2	Ekonomika handlu	15				15	E	3	2	1		
3	Style i techniki negocjacji biznesowych			15		15	Z	2	2			
4	Cechy sensoryczne w promocji produktów		15			15	Z	2	1		1	
5	Innowacje w dystrybucji	15				15	E	3	3			
6	Przedmioty do wyboru	75				75	Z	10	10			

Kierunek						Innowacyjność produktu							
Specjalność						Promocja i sprzedaż produktu							
Przyporządkowanie kierunku do dziedziny nauki i dyscypliny naukowej/ dyscyplin, do których odnoszą się efekty uczenia się						Dziedzina nauk społecznych Dyscyplina wiodąca: nauki o zarządzaniu i jakości Dyscyplina: ekonomia i finanse Dziedzina nauk inżynieryjno-technicznych Dyscyplina: inżynieria materiałowa							
Poziom studiów						Studia drugiego stopnia Niestacjonarne							
Profil studiów						Ogólnoakademicki							
Poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji						Poziom 7							
	Rok studiów pierwszy Semestr pierwszy Łączna liczba godzin dydaktycznych 126 Łączna liczba punktów ECTS 30												
Lp.	Przedmiot/moduł (nazwa)	Forma zajęć				Liczba godzin dydak.	Forma zaliczenia	Liczba pkt. ECTS	ECTS/dyscyplina(-y)				
		W	Ć	K	L				NZJ	EiF	IM	Inne	
1.	Język obcy III		18			18	Z	2				2	
2.	Innowacyjność w rozwoju produktów	9	18			27	Z	6	2		4		
3.	Metody zarządzania produktem	9	18			27	E	6	5	1			
4.	Segmentacja rynku i pozycjonowanie produktu	9	9			18	E	5	3	2			
5.	Metody badań marketingowych			9		9	Z	3	3				
6.	Produkt zrównoważony			9		9	Z	3	1		2		
7.	Analiza informacji o produkcie			18		18	Z	5	2	2	1		
	Rok studiów pierwszy Semestr drugi Łączna liczba godzin dydaktycznych 126 Łączna liczba punktów ECTS 30												
Lp.	Przedmiot/moduł (nazwa)	Forma zajęć				Liczba godzin dydak.	Forma zaliczenia	Liczba pkt. ECTS	ECTS/dyscyplina(-y)				
		W	Ć	K	L				NZJ	EiF	IM	Inne	
1.	Język obcy III		18			18	E	3				3	
2.	Autoprezentacja i techniki sprzedaży	9	9			18	Z	4	4				
3.	Jakość i innowacyjność w promocji produktu	9	18			27	E	6	5	1			

4.	Budżetowanie projektów marketingowych	9	9			18	E	5	2	3		
5.	Rola opakowań w sprzedaży produktu			9		9	Z	3	2	1		
6.	UX w sprzedaży produktu	9	9			18	Z	5	3		1	1
7.	E –handel			18		18	Z	4	2	2		
Rok studiów drugi Semestr trzeci Łączna liczba godzin dydaktycznych 126 Łączna liczba punktów ECTS 30												
Lp.	Przedmiot/moduł (nazwa)	Forma zajęć				Liczba godzin dydak.	Forma zaliczenia	Liczba pkt. ECTS	ECTS/dyscyplina(-y)			
		W	Ć	K	L				NZJ	EiF	IM	Inne
1.	Seminarium		18			18	Z	6	6			
2.	Przemiany fizykochemiczne produktu		18			18	Z	4	1		3	
3.	Zarządzanie zespołem sprzedażowym			9		9	Z	2	2			
4.	Trendy rozwojowe na rynku FMCG			18		18	Z	4	2	2		
5.	Reklamacje produktów	9				9	E	2	2			
6.	Przedmioty do wyboru	54				54	Z	12	8	2		2
Rok studiów drugi Semestr czwarty Łączna liczba godzin dydaktycznych 99 Łączna liczba punktów ECTS 30												
Lp.	Przedmiot/moduł (nazwa)	Forma zajęć				Liczba godzin dydak.	Forma zaliczenia	Liczba pkt. ECTS	ECTS/dyscyplina(-y)			
		W	Ć	K	L				NZJ	EiF	IM	Inne
1	Seminarium		18			18	Z	10	10			
2	Ekonomika handlu	9				9	E	3	2	1		
3	Style i techniki negocjacji biznesowych			9		9	Z	2	2			
4	Cechy sensoryczne w promocji produktów		9			9	Z	2	1		1	
5	Innowacje w dystrybucji	9				9	E	3	3			
6	Przedmioty do wyboru	45				45	Z	10	10			