

Załącznik do Uchwały Senatu

nr T.0022.4.2024

z dnia 29 stycznia 2024 roku

INFORMACJE PODSTAWOWE

Nazwa kierunku studiów	Innowacyjność produktu
Poziom kształcenia	Studia drugiego stopnia
Profil kształcenia	Ogólnoakademicki
Język studiów	Polski
Forma studiów	Stacjonarne, niestacjonarne
Liczba semestrów	4
Tytuł zawodowy nadawany absolwentom	Magister
Specjalności (jeżeli dotyczy)	Rozwój i zarządzanie produktem Promocja i sprzedaż produktu

PRZYPORZĄDKOWANIE KIERUNKU DO DZIEDZINY ORAZ DYSCYPLIN

Dziedzina nauki	Nauki społeczne		
Dyscyplina (dyscypliny) naukowe: jeśli kierunek studiów związany jest z dwoma lub więcej dyscyplinami, wymagane jest także określenie procentowego udziału liczby punktów ECTS dla każdej z dyscyplin w łącznej liczbie punktów ECTS koniecznej do ukończenia studiów - ze wskazaniem dyscypliny wiodącej	Dyscyplina	Punkty ECTS	% ECTS
	Nauki o zarządzaniu i jakości (dyscyplina wiodąca)	84	77%
	Ekonomia i finanse	13	12%
	Inżynieria materiałowa	12	11%

CHARAKTERYSTYKA KIERUNKU

konceptje i cele kształcenia / związek z misją i strategią Uczelni / potrzeby społeczno-gospodarcze

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, współudział w realizacji części badawczej prac dyplomowych
- **umiędzynarodowienie oferty kształcenia** przez wspieranie mobilności międzynarodowej studentów, oferowanie przedmiotów do wyboru w języku angielskim i współpracę dydaktyczną z wykładowcami z zagranicy

LICZBA GODZIN ZAJĘĆ

Łączna liczba godzin zajęć	795/477
----------------------------	---------

LICZBA PUNKTÓW ECTS:

konieczna do ukończenia studiów	120/120
którą student musi uzyskać w ramach zajęć z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	Specjalności: Promocja i sprzedaż produktu - studia stacjonarne 43,08 pkt (56,68%) - studia niestacjonarne 27,48 pkt (36,16) Rozwój i zarządzanie produktem - studia stacjonarne 43,16 pkt (56,79%) - studia niestacjonarne 28,84 pkt (37,95%)
którą student musi uzyskać w ramach praktyk zawodowych (<i>jeżeli dotyczy</i>)	Nie dotyczy
którą student musi uzyskać w ramach zajęć z zakresu nauki języków obcych	5/5
która może być uzyskana w ramach kształcenia z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość	Nie więcej niż 82

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

Symbol efektu uczenia się dla kierunku	Opis efektów uczenia się	Odniesienie do charakterystyk efektów uczenia się
		Charakterystyka drugiego stopnia
P_W (WIEDZA) Absolwent zna i rozumie:		
IP2_W01	w pogłębionym stopniu teorie, 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 pojęcie, teorie naukowe oraz metodykę badań wykorzystywaną w dziedzinie nauk humanistycznych.	P7S_WG
IP2_W06	w pogłębionym stopniu społeczne, ekonomiczne, prawne i inne pozatechniczne uwarunkowania działalności, właściwe dla kierunku Innowacyjność produktu.	P7S_WK
IP2_W07	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.	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	prawidłowo wykorzystywać posiadaną wiedzę w celu formułowania i rozwiązywania nietypowych problemów z zakresu dziedziny nauk humanistycznych.	P7S_UW
IP2_U06	pozyskiwać informacje z różnych źródeł, także w języku angielskim lub innym obcym oraz dokonywać ich merytorycznej selekcji. 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_U07	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_U08	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	pełnienia obowiązków i powinności, wynikających z powierzonych mu zadań, zawieranych umów i realizowanych projektów.	P7S_KO
IP2_K02	myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy oraz do inicjowania działania na rzecz interesu publicznego. Potrafi przewidzieć wielokierunkowe skutki społeczne swojej działalności. Troszczy się także o skutki swych działań zawodowych dla środowiska.	P7S_KO
IP2_K03	inicjowania działań na rzecz interesu publicznego zakresie problematyki odnoszącej się do dziedziny nauk humanistycznych.	P7S_KO
IP2_K04	odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych z uwzględnieniem potrzeb społecznych. Jest przeświadczony o zasadności współpracy w zespole, przyjmując w nim różne role (w tym przewodzenia w grupie i ponoszenia odpowiedzialności za nią).	P7S_KR
IP2_K05	przestrzegania zasad prawnych, ekonomicznych i etycznych w działalności gospodarczej, identyfikowania i rozstrzygania dylematów etycznych związanych z wykonywanym zawodem. Jest gotów do rozwijania dorobku zawodu i podtrzymywania etosu zawodowego	P7S_KR
IP2_K06	świadomości, 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

Objaśnienia oznaczeń:

- IP2 (przed podkreślnikiem) - kierunkowe efekty uczenia się dla Innowacyjność produktu
- W (po podkreślniku) — kategoria wiedzy
- U (po podkreślniku) — kategoria umiejętności
- K (po podkreślniku) — kategoria kompetencji społecznych
- 01, 02 i kolejne (po podkreślniku) – oznaczenie kolejnego efektu uczenia się
- P7S – efekty kształcenia według Polskiej Ramy Kwalifikacji w odniesieniu do poniższych charakterystyk szczegółowych (wiedza – umiejętności – kompetencje społeczne):
 - WG –głębia; WK – kontekst
 - UW – wykorzystanie; UK – komunikowanie; UO – organizowanie; UU – uczenie
 - KK – krytyczne podejście; KR – rola zawodowa; KO – odpowiedzialność

Załącznik nr 2
do programu studiów

PLAN STUDIÓW STACJONARNYCH
Specjalność: Rozwój i zarządzanie produktem

Rok studiów: Semestr: Łączna liczba godzin dydaktycznych: Łączna liczba punktów ECTS:							Pierwszy pierwszy 210 30						
Lp.	Przedmiot/moduł (nazwa)	Forma zajęć				Liczba godzin dydak.	Forma zaliczenia	Liczba pkt. ECTS	ECTS/dyscyplina/y				Zajęcia obowiązkowe (o)/ do wyboru (w)
		W	Ć	K	L				NZJ	EiF	IM	Inne	
1.	Język obcy		30			30	Z	2	2				W
2.	Innowacyjność w rozwoju produktów	15	30			45	Z	6	2		4		O
3.	Metody zarządzania produktem	15	30			45	E	6	5	1			O
4.	Segmentacja rynku i pozycjonowanie produktu	15	15			30	E	5	3	2			O
5.	Metody badań marketingowych			15		15	Z	3	3				O
6.	Produkt zrównoważony			15		15	Z	3	1		2		O
7.	Analiza informacji o produkcie			30		30	Z	5	2	2	1		O

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				Zajęcia obowiązkowe (o)/ do wyboru (w)
		W	Ć	K	L				NZJ	EiF	IM	Inne	
1.	Język obcy		30			30	E	3	3				W
2.	Zarządzanie zespołem B+R			15		15	Z	3	3				W
3.	Kształtowanie jakości mikrobiologicznej produktu	15			15	30	E	5	3			2 Nauki biologiczne	W
4.	Strategie rynkowe produktu	15	15			30	E	5	3	2			W
5.	Testowanie produktów przemysłowych	15			30	45	Z	6	4		2		W
6.	Analiza dekompozycyjna produktów żywnościowych	15			30	45	Z	6	3			3 Tech. żywn. i żywienia	W
7.	Prawo gospodarcze	15				15	Z	2				2 Nauki prawne	W

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				Zajęcia obowiązkowe (o)/ do wyboru (w)
		W	Ć	K	L				NZJ	EiF	IM	Inne	
1.	Seminarium		30			30	Z	6	6				W
2.	Przyrodnicze aspekty jakości produktu		30			30	Z	4	2		2		W
3.	Innowacje materiałowe i technologiczne w opakowalnictwie	15			15	30	E	4	3		1		W
4.	Analiza ryzyka w działalności innowacyjnej	15	15			30	E	4	2	2			W
5.	Przedmioty do wyboru			90		90	Z	12	10			2 Tech. żyw. i żywienia	W

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				Zajęcia obowiązkowe (o)/ do wyboru (w)
		W	Ć	K	L				NZJ	EiF	IM	Inne	
1	Seminarium		30			30	Z	10	10				w
2	Zarządzanie projektami innowacyjnymi	15	15			30	E	4	2	2			w
3	Strategie dystrybucji	15				15	E	3	2	1			w
4	Nowoczesne formy komunikacji z rynkiem			15		15	Z	2	1	1			w
5	Przedmioty do wyboru			45		45	Z	6	6				w
6	Przedmiot/y do wyboru z dziedziny nauk humanistycznych	30				30	Z	5				2 filozofia 2 nauki o kulturze i religii, 1 historia	w

Plan studiów niestacjonarnych
Specjalność: Rozwój i zarządzanie produktem

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				Zajęcia obowiązkowe (o)/ do wyboru (w)
		W	Ć	K	L				NZJ	EiF	IM	Inne	
1.	Język obcy		18			18	Z	2	2				w
2.	Innowacyjność w rozwoju produktów	9	18			27	Z	6	2		4		o
3.	Metody zarządzania produktem	9	18			27	E	6	5	1			o
4.	Segmentacja rynku i pozycjonowanie produktu	9	9			18	E	5	3	2			o
5.	Metody badań marketingowych			9		9	Z	3	3				o
6.	Produkt zrównoważony			9		9	Z	3	1		2		o
7.	Analiza informacji o produkcie			18		18	Z	5	2	2	1		o

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				Zajęcia obowiązkowe (o)/ do wyboru (w)
		W	Ć	K	L				NZJ	EiF	IM	Inne	
1.	Język obcy		18			18	E	3	3				w
2.	Zarządzanie zespołem B+R			9		9	Z	3	3				w
3.	Kształtowanie jakości mikrobiologicznej produktu	9			9	18	E	5	3			2 Nauki biologiczne	w
4.	Strategie rynkowe produktu	9	9			18	E	5	3	2			w
5.	Testowanie produktów przemysłowych	9			18	27	Z	6	4		2		w
6.	Analiza dekompozycyjna produktów żywnościowych	9			18	27	Z	6	3			3 Tech. żyw. i żywienia	w
7.	Prawo gospodarcze	9				9	Z	2				2 Nauki prawne	w

Rok studiów: drugi Semestr: trzeci Łączna liczba godzin dydaktycznych: 126 Łączna liczba punktów ECTS: 30													
Lp.	Przedmiot/moduł (nazwa)	Forma zajęć				Liczba godzin dydakt.	Forma zaliczenia	Liczba pkt. ECTS	ECTS/dyscyplina/y				Zajęcia obowiązkowe (o)/ do wyboru (w)
		W	Ć	K	L				NZJ	EiF	IM	Inne	
	Seminarium		18			18	Z	6	6				w
	Przyrodnicze aspekty jakości produktu		18			18	Z	4	2		2		w
	Innowacje materiałowe i technologiczne w opakowalnictwie	9			9	18	E	4	3		1		w
	Analiza ryzyka w działalności innowacyjnej	9	9			18	E	4	2	2			w
	Przedmioty do wyboru			54		54	Z	12	10			2 Tech. żyw. i żywienia	w

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				Zajęcia obowiązkowe (o)/ do wyboru (w)
		W	Ć	K	L				NZJ	EiF	IM	Inne	
1	Seminarium		18			18	Z	10	10				w
2	Zarządzanie projektami innowacyjnymi	9	9			18	E	4	2	2			w
3	Strategie dystrybucji	9				9	E	3	2	1			w
4	Nowoczesne formy komunikacji z rynkiem			9		9	Z	2	1	1			w
5	Przedmioty do wyboru			27		27	Z	6	6				w
6	Przedmiot/y do wyboru z dziedziny nauk humanistycznych	18				18	Z	5				2 filozofia 2 nauki o kulturze i religii, 1 historia	w

Plan studiów stacjonarnych
Specjalność: Promocja i sprzedaż produktu

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				Zajęcia obowiązkowe (o)/ do wyboru (w)
		W	Ć	K	L				NZJ	EiF	IM	Inne	
1.	Język obcy		30			30	Z	2	2				W
2.	Innowacyjność w rozwoju produktów	15	30			45	Z	6	2		4		W
3.	Metody zarządzania produktem	15	30			45	E	6	5	1			W
4.	Segmentacja rynku i pozycjonowanie produktu	15	15			30	E	5	3	2			W
5.	Metody badań marketingowych			15		15	Z	3	3				W
6.	Produkt zrównoważony			15		15	Z	3	1		2		W
7.	Analiza informacji o produkcie			30		30	Z	5	2	2	1		W

Rok studiów: Pierwszy Semestr: drugi Łączna liczba godzin dydaktycznych: 210 Łączna liczba punktów ECTS: 30													
Lp.	Przedmiot/moduł (nazwa)	Forma zajęć				Liczba godzin dydakt.	Forma zaliczenia	Liczba pkt. ECTS	ECTS/dyscyplina/y				Zajęcia obowiązkowe (o)/ do wyboru (w)
		W	Ć	K	L				NZJ	EiF	IM	Inne	
1.	Język obcy		30			30	E	3	3				W
2.	Autoprezentacja i techniki sprzedaży	15	15			30	Z	4	4				W
3.	Jakość i innowacyjność w promocji produktu	15	30			45	E	6	5	1			W
4.	Budżetowanie projektów marketingowych	15	15			30	E	5	3	2			W
5.	Rola opakowań w sprzedaży produktu			15		15	Z	3	2	1			W
6.	UX w sprzedaży produktu	15	15			30	Z	5	3		1	1 Psychologia	W
7.	E –handel			30		30	Z	4	2	2			W

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				Zajęcia obowiązkowe (o)/ do wyboru (w)
		W	Ć	K	L				NZJ	EiF	IM	Inne	
1.	Seminarium		30			30	Z	6	6				W
2.	Przemiany fizykochemiczne produktu		30			30	Z	4	1		3		W
3.	Zarządzanie zespołem sprzedażowym			15		15	Z	2	2				W
4.	Trendy rozwojowe na rynku FMCG			30		30	Z	4	3	1			W
5.	Reklamacje produktów	15				15	E	2	2				W
6.	Przedmioty do wyboru			90		90	Z	12	10			2 Tech. żyw. i żywienia	W

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				Zajęcia obowiązkowe (o)/ do wyboru (w)
		W	Ć	K	L				NZJ	EiF	IM	Inne	
1	Seminarium		30			30	Z	10	10				W
2	Ekonomika handlu	15				15	E	3	2	1			W
3	Style i techniki negocjacji biznesowych			15		15	Z	2	2				W
4	Cechy sensoryczne w promocji produktów		15			15	Z	2	1		1		W
5	Innowacje w dystrybucji	15				15	E	2	2				W
6	Przedmioty do wyboru			45		45	Z	6	6				W
7	Przedmiot/y do wyboru z dziedziny nauk humanistycznych	30				30	Z	5				2 filozofia 2 nauki o kulturze i religii, 1 historia	W

Plan studiów niestacjonarnych
Specjalność: Promocja i sprzedaż produktu

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				Zajęcia obowiązkowe (o)/ do wyboru (w)
		W	Ć	K	L				NZJ	EiF	IM	Inne	
8.	Język obcy		18			18	Z	2	2				W
9.	Innowacyjność w rozwoju produktów	9	18			27	Z	6	2		4		O
10	Metody zarządzania produktem	9	18			27	E	6	5	1			O
11	Segmentacja rynku i pozycjonowanie produktu	9	9			18	E	5	3	2			O
12	Metody badań marketingowych			9		9	Z	3	3				O
13	Produkt zrównoważony			9		9	Z	3	1		2		O
14	Analiza informacji o produkcie			18		18	Z	5	2	2	1		O

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				Zajęcia obowiązkowe/ do wyboru (w)
		W	Ć	K	L				NZJ	EiF	IM	Inne	
8.	Język obcy		18			18	E	3	3				W
9.	Autoprezentacja i techniki sprzedaży	9	9			18	Z	4	4				W
10	Jakość i innowacyjność w promocji produktu	9	18			27	E	6	5	1			W
11	Budżetowanie projektów marketingowych	9	9			18	E	5	3	2			W
12	Rola opakowań w sprzedaży produktu			9		9	Z	3	2	1			W
13	UX w sprzedaży produktu	9	9			18	Z	5	3		1		W
14	E –handel			18		18	Z	4	2	2			w

Rok studiów: Drugi Semestr: trzeci Łączna liczba godzin dydaktycznych: 126 Łączna liczba punktów ECTS: 30													
Lp	Przedmiot/moduł (nazwa)	Forma zajęć				Liczba godzin dydakt.	Forma zaliczenia	Liczba pkt. ECTS	ECTS/dyscyplina/y				Zajęcia obowiązkowe (o)/ do wyboru (w)
		W	Ć	K	L				NZJ	EiF	IM	Inne	
7.	Seminarium		18			18	Z	6	6				W
8.	Przemiany fizykochemiczne produktu		18			18	Z	4	1		3		W
9.	Zarządzanie zespołem sprzedażowym			9		9	Z	2	2				W
10	Trendy rozwojowe na rynku FMCG			18		18	Z	4	3	1			W
11	Reklamacje produktów	9				9	E	2	2				W
12	Przedmioty do wyboru			54		54	Z	12	10			2 Tech. żyw. i żywienia	W

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				Zajęcia obowiązkowe (o)/ do wyboru (w)
		W	Ć	K	L				NZJ	EiF	IM	Inne	
1	Seminarium		18			18	Z	10	10				w
2	Ekonomika handlu	9				9	E	3	2	1			w
3	Style i techniki negocjacji biznesowych			9		9	Z	2	2				w
4	Cechy sensoryczne w promocji produktów		9			9	Z	2	1		1		w
5	Innowacje w dystrybucji	9				9	E	2	2				w
6	Przedmioty do wyboru			27		27	Z	6	6				w
7	Przedmiot/y z dziedziny nauk humanistycznych	18				18	Z	5				2 filozofia 2 nauki o kulturze i religii, 1 historia	w