



Uniwersytet  
Ekonomiczny  
we Wrocławiu

## Sylabus przedmiotu: **Zarządzanie produktem**

Specjalność: Przedsiębiorczość i innowatyka  
Data wydruku: 23.01.2016  
Dla rocznika: 2015/2016  
Kierunek: Zarządzanie i inżynieria produkcji  
Wydział: Inżynieryjno-Ekonomiczny

### Opis przedmiotu

Przedmiot obejmuje pogłębioną wiedzę z zakresu zarządzania produktami w sferze produkcji i usług, m.in. portfelem produktów, marką oraz opakowaniem. Zapoznaje również studenta z wybranymi macierzami portfelowymi stosowanymi przy zarządzaniu produktem w przedsiębiorstwie.

### Dane podstawowe

Nazwa angielska:	Product Management	Forma zajęć	Liczba godzin	Semestr	Punkty ECTS
Kod przedmiotu:		Wykłady	20/10	III/III	3.0/3.0
Status przedmiotu:	Do wyboru	Ćwiczenia	25/13	III/III	
Autor:	Joanna Szymańska	Laboratoria	0/0	-/-	
Poziom studiów:	2	Seminarium	0/0	-/-	
Semestr:	III	Inne	0/0	-/-	
Forma studiów:	Stacjonarne / Niestacjonarne	Forma zaliczenia:	Egz		
Słowa kluczowe:	zarządzanie produktem, strategia produktu, pozycjonowanie produktu, asortyment, macierze portfelowe	Wymagania wstępne			
		Osiągnięcie efektów wynikających z realizacji przedmiotów			
		Zakres materiału z I st. studiów			

### Efekty i cele

#### Cele kształcenia dla przedmiotu

Kod	Opis
C1	Nabycie wiedzy i umiejętności zarządzania produktem w przedsiębiorstwie oraz pozyskanie wiedzy w zakresie metod prowadzenia badań dotyczących zarządzania produktem w przedsiębiorstwie
C2	Nabycie umiejętności projektowania produktów i ich modernizacji oraz pozyskanie wiedzy prowadzenia badań w tym zakresie

#### Efekty kształcenia dla przedmiotu

##### Wiedza

Symbol	Opis	Efekty kierunkowe	Cele
W1	Ma wiedzę w zakresie ogólnych zasad zarządzania produktem w przedsiębiorstwie w różnych fazach cyklu życia produktu	S4_W1, S4_W2	C1, C2
W2	Zna formy organizacyjne zarządzania produktem	S4_W1, S4_W2	C1, C2
W3	Zna zasady analizy produktu na rynku w jego otoczeniu marketingowym	S4_W1, S4_W2	C1, C2

##### Umiejętności

Symbol	Opis	Efekty kierunkowe	Cele
U1	Potrafi ocenić wartość rynkową produktu i podjąć decyzję umożliwiającą jej zwiększenie	S4_U1, S4_U2	C1
U2	Posiada umiejętność budowy podstawowych analiz portfelowych	S4_U1, S4_U2	C1
U3	Potrafi zaprojektować opakowanie produktu nowego jak i zmodernizować już istniejący pod względem marketingowym i ekonomicznym	S4_U1, S4_U2	C1

#### Kompetencje społeczne

Symbol	Opis	Efekty kierunkowe	Cele
K1	Możliwość zajmowania przez absolwentów stanowisk kierowniczych średniego szczebla	K_K03, K_K04, K_K06	C1, C2
K2	Umiejętność pracy w grupie	K_K03, K_K04, K_K06	C1, C2
K3	Potrafi samodzielnie analizować rzeczywistą i wirtualną sytuację rynkową, wyciągać wnioski oraz podejmować decyzje	K_K03, K_K04, K_K06	C1, C2

#### Kryteria ocen

Efekty kształcenia	Na ocenę 2	Na ocenę 3 / 3,5	Na ocenę 4 / 4,5	Na ocenę 5
<b>Wiedza</b>				
W1	Nie ma podstawowej wiedzy w zakresie ogólnych zasad zarządzania produktem w przedsiębiorstwie w różnych fazach cyklu życia produktu	Ma słabą wiedzę w zakresie ogólnych zasad zarządzania produktem w przedsiębiorstwie w różnych fazach cyklu życia produktu	Ma dobrą wiedzę w zakresie ogólnych zasad zarządzania produktem w przedsiębiorstwie w różnych fazach cyklu życia produktu	Ma bardzo dobrą wiedzę w zakresie ogólnych zasad zarządzania produktem w przedsiębiorstwie w różnych fazach cyklu życia produktu
W2	Nie zna form organizacyjnych zarządzania produktem	W nikłym stopniu zna formy organizacyjne zarządzania produktem	Dobrze zna formy organizacyjne zarządzania produktem	Bardzo dobrze zna formy organizacyjne zarządzania produktem
W3	Nie zna zasad analizy produktu na rynku w jego otoczeniu marketingowym	W niewielkim stopniu zna zasady analizy produktu na rynku w jego otoczeniu marketingowym	Dobrze zna zasady analizy produktu na rynku w jego otoczeniu marketingowym	Bardzo dobrze zna zasady analizy produktu na rynku w jego otoczeniu marketingowym
<b>Umiejętności</b>				
U1	Nie potrafi ocenić wartości rynkowej produktu i podjąć decyzję umożliwiającą jej zwiększenie	Potrafi w nikłym stopniu ocenić wartość rynkową produktu i podjąć decyzję umożliwiającą jej zwiększenie	Potrafi dobrze ocenić wartość rynkową produktu i podjąć decyzję umożliwiającą jej zwiększenie	Bardzo dobrze potrafi ocenić wartość rynkową produktu i podjąć decyzję umożliwiającą jej zwiększenie
U2	Nie posiada umiejętności budowy podstawowych analiz portfelowych	Posiada słabą umiejętność budowy podstawowych analiz portfelowych	Posiada dobrą umiejętność budowy podstawowych analiz portfelowych	Posiada bardzo dobrą umiejętność budowy podstawowych analiz portfelowych
U3	Nie potrafi zaprojektować opakowania produktu nowego jak i zmodernizować już istniejącego pod względem marketingowym i ekonomicznym	Potrafi z problemami zaprojektować opakowanie produktu nowego jak i zmodernizować już istniejący pod względem marketingowym i ekonomicznym	Potrafi dobrze zaprojektować opakowanie produktu nowego jak i zmodernizować już istniejący pod względem marketingowym i ekonomicznym	Bardzo dobrze potrafi zaprojektować opakowanie produktu nowego jak i zmodernizować już istniejący pod względem marketingowym i ekonomicznym
<b>Kompetencje społeczne</b>				
K1	Bardzo nisko nabyte umiejętności nie pozwolą absolwentom na zajmowanie w przedsiębiorstwach stanowisk kierowniczych średniego szczebla	Nabyte słabe umiejętności nie pozwolą absolwentom na zajmowanie w przedsiębiorstwach stanowisk kierowniczych średniego szczebla	Nabyte umiejętności pozwolą absolwentom na zajmowanie w przedsiębiorstwach stanowisk kierowniczych średniego szczebla	Nabyte bardzo dobre umiejętności pozwolą absolwentom na zajmowanie w przedsiębiorstwach stanowisk kierowniczych średniego szczebla
K2	Nie posiada umiejętności pracy w grupie	Posiada niewielkie umiejętności pracy w grupie	Posiada dobrą umiejętność pracy w grupie	Posiada bardzo dobrą umiejętność pracy w grupie

K3	Nie posiada umiejętności w zakresie przedsiębiorczości, samodzielnie analizuje rzeczywistość i wirtualną sytuację rynkową, wyciąga wnioski oraz podejmuje decyzje	Posiada ograniczone umiejętności w zakresie przedsiębiorczości, samodzielnie analizuje rzeczywistość i wirtualną sytuację rynkową, wyciąga wnioski oraz podejmuje decyzje	Posiada dobrą umiejętności w zakresie przedsiębiorczości, samodzielnie analizuje rzeczywistość i wirtualną sytuację rynkową, wyciąga wnioski oraz podejmuje decyzje	Posiada bardzo dobre umiejętności w zakresie przedsiębiorczości, samodzielnie analizuje rzeczywistość i wirtualną sytuację rynkową, wyciąga wnioski oraz podejmuje decyzje
----	---	---	---	--

## Tematy zajęć

Temat	Studia stacjonarne					Studia niestacjonarne					Cele	Efekty
	W	C	L	S	I	W	C	L	S	I		
1. Istota zarządzania produktem, pozycjonowanie produktu na rynku	0	2	0	0	0	0	1	0	0	0	C1;C2	K2;U1;W1;W2;W3
2. Rozwój nowych produktów, opracowanie koncepcji produktu	2	1	0	0	0	1	0	0	0	0	C1;C2	K2;W1;W2;W3
3. Kształtowanie produktu i asortymentu z uwzględnieniem wymagań Unii Europejskiej	2	0	0	0	0	1	0	0	0	0	C1;C2	K2;U1;W1;W2;W3
4. Zarządzanie produktem na różnych etapach jego cyklu życia	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	C1;C2	K3;U1;W1;W2
5. Promocja produktu i usług	2	0	0	0	0	1	0	0	0	0	C1;C2	K3;U1;U3;W1;W2;W3
6. Wdrażanie systemów zapewnienia jakości produktów w przedsiębiorstwie	3	0	0	0	0	1	0	0	0	0	C1;C2	K3;W2
7. Zarządzanie dystrybucją, cenami i promocją produktów	2	2	0	0	0	1	1	0	0	0	C1;C2	K2;W1;W2;W3
8. Produkt mix i jego instrumenty	0	2	0	0	0	0	1	0	0	0	C1;C2	K1;W1;W2;W3
9. Marka produktu i jej ustalanie	0	2	0	0	0	0	1	0	0	0	C1;C2	W1;W2;W3
10. Opakowanie produktu i jego dobór oraz funkcje	0	2	0	0	0	0	1	0	0	0	C1;C2	K2;U1;U3;W1;W2;W3
11. Projektowanie produktu – zasady	0	3	0	0	0	0	1	0	0	0	C1;C2	K2;U1;U3;W1;W2;W3
12. Projektowanie produktu – praktyczne wykonanie	0	3	0	0	0	0	2	0	0	0	C1;C2	K2;U1;U3;W1;W2;W3
13. Projektowanie produktu – prezentacja projektów	0	3	0	0	0	0	1	0	0	0	C1;C2	K2;U1;U3;W2;W3
14. Obowiązki menadżera i ich realizacja w różnych wariantach	2	0	0	0	0	1	0	0	0	0	C1;C2	K1;K3;W1;W2;W3
15. Strategie utrzymania konkurencyjności produktu	2	0	0	0	0	1	0	0	0	0	C1;C2	K2;K3;U1;W1;W2;W3
16. Zarządzanie produktem jako podejście marketingowe	2	0	0	0	0	1	0	0	0	0	C1;C2	K1;U1;W2
17. Formy organizacyjne zarządzania produktem w przedsiębiorstwie.	2	0	0	0	0	1	0	0	0	0	C1;C2	K1;W2
18. Macierze portfelowe - wprowadzenie	0	2	0	0	0	0	2	0	0	0	C1;C2	K2;U2;W2
19. Macierze portfelowe - praktyczne zastosowania	0	2	0	0	0	0	1	0	0	0	C1;C2	K2;U2;W2

	W	C	L	S	I	W	C	L	S	I
Suma	20	25	0	0	0	10	13	0	0	0
Łącznie godzin	<b>45</b>					<b>23</b>				

## Tematy - praca własna

Temat	Stac.	Niestac.	Cele kształcenia	Efekty kształcenia
1. Możliwości szerszego wykorzystania w praktyce gospodarczej macierzy portfelowych	1	2	C1	U2

2.	Systemy zapewnienia jakości produktów w przedsiębiorstwie - nowe wyzwania	1	1	C1;C2	W3, U1
3.	Zarządzanie instrumentami marketingowymi	3	3	C1;C2	W1, W2, W3
4.	Innowacyjne produkty	4	4	C1;C2	U3, K1
<b>Suma:</b>		9	10		

## Macierz kontrolna

Symbol	Tematy zajęć	Praca własna	Tematy zajęć	Praca własna	C1	C2	C3	C4	C5
W1					1	1	0	0	0
W2					1	1	0	0	0
W3					1	1	0	0	0
U1					1	0	0	0	0
U2					1	0	0	0	0
U3					1	0	0	0	0
K1					1	1	0	0	0
K2					1	1	0	0	0
K3					1	1	0	0	0

## Weryfikacja efektów kształcenia

Symbol	Opis	Egzamin	Praca kontrolna	Projekty	Aktywność na zajęciach	Praca własna
W1	Ma wiedzę w zakresie ogólnych zasad zarządzania produktem w przedsiębiorstwie w różnych fazach cyklu życia produktu	+	+	+	+	+
W2	Zna formy organizacyjne zarządzania produktem	+	+	+	+	+
W3	Zna zasady analizy produktu na rynku w jego otoczeniu marketingowym	+	+	+	+	+

Symbol	Opis	Egzamin	Praca kontrolna	Projekty	Aktywność na zajęciach	Praca własna
U1	Potrąfi ocenić wartość rynkową produktu i podjąć decyzję umożliwiającą jej zwiększenie	+	+	+	+	+
U2	Posiada umiejętność budowy podstawowych analiz portfelowych	+	+	+	+	+
U3	Potrąfi zaprojektować opakowanie produktu nowego jak i zmodernizować już istniejący pod względem marketingowym i ekonomicznym	+	+	+	+	+

Symbol	Opis	Egzamin	Praca kontrolna	Projekty	Aktywność na zajęciach	Praca własna
K1	Możliwość zajmowania przez absolwentów stanowisk kierowniczych średniego szczebla	-	-	+	-	+
K2	Umiejętność pracy w grupie	-	-	+	+	+
K3	Potrąfi samodzielnie analizować rzeczywistą i wirtualną sytuację rynkową, wyciągać wnioski oraz podejmować decyzje	+	+	+	-	+

Waga w ogólnej weryfikacji efektów kształcenia w %	Łącznie:	100%	50%	10%	20%	10%	10%
--	----------	------	-----	-----	-----	-----	-----

## Obciążenie studenta

Formy aktywności studenta	Stacjonarne	Niestacjonarne
Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	45	23

Praca własna studenta	9	10
Przygotowanie do egzaminu	15	20
Przygotowanie do prac kontrolnych	10	15
Zapoznanie się z literaturą przedmiotu i materiałami dydaktycznymi dostarczonymi przez prowadzącego zajęcia	5	12
Przygotowanie do ćwiczeń	5	5
Przygotowanie projektów własnych	15	15
<b>Suma:</b>	104	100

	Stacjonarne		Niestacjonarne	
	min	max	min	max
Sugerowana liczba punktów ECTS dla przedmiotu (min-max)	3	4	3	4
Liczba punktów ECTS zgodnie z planem studiów	3		3	

## Literatura podstawowa

Tytuł	Autorzy (nazwisko, inicjał imienia)	Wydawnictwo	Miejsce wydania	Rok wydania
Zarządzanie produktem: kreowanie produktu	Kall J., Sojkin B.	UE Poznań	Poznań	2010
Zarządzanie marką	Kall J., Kleczek R., Sagan A.	Oficyna a Wolters Kluwer business	Warszawa	2013
Strategie produktu	Rutkowski I.	PWE	Waszawa	2011

## Literatura uzupełniająca

Tytuł	Autorzy (nazwisko, inicjał imienia)	Wydawnictwo	Miejsce wydania	Rok wydania
Zarządzanie produktem. Od badań i rozwoju do budżetowania reklamy	Gorchels L.	ONE Press	Warszawa	2007
Zarządzanie produktem: kreowanie marki	Kall J., Sojkin B.	UE Poznań	Poznań	2010
Zarządzanie produktem-wyzwania przyszłości	Kall J., Sojkin B.	AE Poznań	Poznań	2006

## Prowadzący

Tytuł naukowy	Imię	Nazwisko	Forma zajęć	Telefon	Email	Strona WWW	Budynek i pok	Jednostka organizacyjna
dr hab. inż.	Joanna	Szymańska	W, C	713680500	joanna.szymanska@ue.wroc.pl		D 235	Katedra Ekonomiki i Organizacji Gospodarki Żywnościowej
dr inż.	Anna	Kowalska	C	713680817	anna.kowalska@ue.wroc.pl		D 236	Katedra Ekonomiki i Organizacji Gospodarki Żywnościowej