

Karta przedmiotu - Psychospołeczne aspekty jakości

Kierunek: Inżynieria jakości produktu

Wymagania wstępne

I. Podstawy zarządzania jakością

Nazwa przedmiotu	Psychospołeczne aspekty jakości	
Grupa przedmiotów	Przedmiot do wyboru sem. II MjiBP	
Język prowadzenia przedmiotu	polski	
Kod/Specjalność	ZJ-IJ-MJ-X2-24/25L-PSYASP Menedżer jakości i bezpieczeństwa produktu	
Kategoria przedmiotu	do wyboru	
Profil studiów	Ogólnoakademicki	
Poziom PRK	Poziom 7 - 2. stopień (studia magisterskie)	
Rok studiów/semestr	I/2	
Forma zajęć/liczba godzin	stacjonarne:	Wykład: 15
	niestacjonarne:	Wykład: 9

Dyscypliny/punkty ECTS	Nauki o zarządzaniu i jakości:	2
	Technologia żywności i żywienia:	0
	Inne dyscypliny:	0
	Filozofia:	0
	Historia:	0
	Nauki o kulturze i religii:	0
	Inżynieria mechaniczna:	0
	Inżynieria środowiska, górnictwo i energetyka:	0
	Nauki chemiczne:	0
	Nauki biologiczne:	0
	Nauki fizyczne:	0
	Nauki prawne:	0
	Ekonomia i finanse:	0
	Językoznawstwo:	0
	Inżynieria materiałowa:	0
	Razem	2
Wykładowca odpowiedzialny za przedmiot	Dziadkowiec Joanna, prof. dr hab. (Katedra Zarządzania Jakością)	
Cele przedmiotu	Kod	Opis
	C1	Uzupełnienie wiedzy z zakresu zarządzania jakością o aspekty społeczne i psychologiczne, poszerzenie wiedzy na temat słownictwa dotyczącego kreatywności w języku angielskim.
	C2	Zdobycie umiejętności analizy literatury pod kątem poszerzenia wiedzy z zakresu zarządzania jakością o aspekty psychologiczne i społeczne
	C3	Kształtowanie świadomości, że innowacyjności w zarządzaniu jakością można (i należy) poszukiwać, także poza typowymi rozwiązaniami.

Realizowane efekty uczenia się	Kod	Kat.	Opis	Kierunkowe efekty uczenia się	
	E1	W	Student rozumie, na czym polega subiektywne postrzeganie jakości przez klienta, zna podstawowe czynniki kształtujące jakość z punktu widzenia klienta. Zna podstawową terminologię tematyczną w języku angielskim	ZJ-ST2-IJ-W01-24/25L	
	E2	U	Student potrafi pozyskiwać informacje z różnych źródeł oraz dokonywać ich merytorycznej selekcji, potrafi samodzielnie przygotować pracę dotyczącą jednego z psychospołecznych aspektów jakości oraz przeprowadzić dyskusję na ten temat.	ZJ-ST2-IJ-U03-24/25L ZJ-ST2-IJ-U07-24/25L	
	E3	K	Student jest gotów do świadomej, krytycznej oceny odbieranych treści	ZJ-ST2-IJ-K06-24/25L	
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się	Aktywność na zajęciach, Prezentacja, Referat, Test wyboru.				
Treści przedmiotu	Wykład				
	Kod	Opis		S (15)	N (9)
	W1	Zapewnienie jakości a zaspokojenie potrzeb		3	2
	W2	Proces decyzyjny klienta i jego wpływ na postrzeganie jakości		3	2
	W3	Elementy psychologii postrzegania		3	2
	W4	Czynniki kulturowe wpływające na postrzeganie jakości		3	2
	W5	Psychospołeczne aspekty jakości - zajęcia podsumowujące tematykę		3	1
Metody i formy prowadzenia zajęć	Dyskusja, Praca w grupach, Wykład audytoryjny.				

Nakład pracy studenta (liczba godzin kontaktowych, pracy on-line i pracy samodzielnej) UWAGA: Dokładne rozpisanie pracy własnej studenta znajduje się na końcu karty	Rodzaj aktywności				Liczba godzin	
					stacjonarne	niestacjonarne
	Udział w zajęciach dydaktycznych				15	9
	Udział w konsultacjach				0	0
	Udział w kolokwiach/egzaminie				0	0
	Praca własna studenta				35	41
	E-learning				0	0
	Inne (kontaktowe)				0	0
	Inne (bezkontaktowe)				0	0
	Suma godzin				50	50
Liczba punktów ECTS				2	2	
Macierz realizacji przedmiotu	Efekt uczenia się	Odniesienie do efektów kierunkowych	Cele przedmiotu	Treści przedmiotu	Metody/narzędzia dydaktyczne	Sposoby weryfikacji efektu
	E1	ZJ-ST2-IJ-W01-24/25L	C3 C1	W5 W4 W1 W2 W3	N1 N4 N5	F4 F7 F8 F11
	E2	ZJ-ST2-IJ-U03-24/25L ZJ-ST2-IJ-U07-24/25L	C2	W5 W3	N1 N4 N5	F4 F7 F8 F11
	E3	ZJ-ST2-IJ-K06-24/25L	C3	W5 W4 W1 W2 W3	N1 N4 N5	F4 F7 F8 F11
	Literatura podstawowa	Lp.	Opis pozycji			
1		Cialdini R.B. "Wywieranie wpływu na ludzi: teoria i praktyka", Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2013				
2		Falkowski A., Tyszka T."Psychologia zachowań konsumenckich", Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2021				
3		Kotler Ph., Armstrong G., Sounders J., Wong., "Marketing. Podręcznik europejski", PWE, Warszawa 2022 (Rozdz. 6. Zachowania nabywców)				

Literatura uzupełniająca	Lp.	Opis pozycji
	1	Bachnik K. "Consumer behaviour: implications for marketing", Warsaw School of Economics, Warsaw, 2016.
	2	Dziadkowiec J.M. Wymagania osób podróżujących samochodami wobec wybranych usług gastronomicznych, Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, 2016
Forma i warunki zaliczenia przedmiotu	Sposób obliczania średniej z ocen bieżących (zgodnie z §28 pkt. 4 Regulaminu studiów)	
	brak	
	Sposób obliczania oceny końcowej (zgodnie z §28 pkt. 5 Regulaminu studiów)	
	Test końcowy	
	Dodatkowe informacje o sposobie obliczania oceny końcowej lub egzaminie	
	brak	
Osoby prowadzące przedmiot	Lp.	Nauczyciel
	1	Dziadkowiec Joanna, prof. dr hab. (Katedra Zarządzania Jakością)
Informacje dodatkowe		

Status karty: **ZAAKCEPTOWANY** przez: Miśniakiewicz Małgorzata, dr inż.

	Forma aktywności studenta	Liczba godzin	
		stacjonarne	niestacjonarne
Nakład pracy studenta	Zajęcia z planu studiów	15	9
	Analiza źródeł (literatury, badań, sprawozdań, aktów normatywnych, orzecznictwa, dokumentów programowych itp.)	20	26
	Analiza problemu, wymagań, przesłanek itp.	2	2
	Przeprowadzenie badań (literaturowych, empirycznych)	2	2
	Przygotowanie do zajęć (w tym z wykorzystaniem platformy Moodle)	4	4
	Poznanie terminologii obcojęzycznej	1	1
	Przygotowanie do egzaminu / zaliczenia	6	6
	Suma godzin	50	50
	Liczba punktów ECTS	2	2