

**KARTA SEMINARIUM DYPLOMOWEGO**  
*licencjackiego/inżynierskiego/magisterskiego*  
rozpoczynającego się w semestrze *zimowym/letnim* w roku akademickim 2022 / 2023

**Kierunek studiów:** *Nauki o Jakości*

**Forma studiów:** studia *stacjonarne/niestacjonarne*

<b>Tematyka seminarium:</b>	Inżynieria jakości – współczesne trendy w zarządzaniu organizacją.
<b>Prowadzący seminarium</b>	Dr hab. inż. Przemysław Dmowski, prof. UMG
<b>Katedra/Zakład:</b>	Katedra Zarządzania Jakością
<b>CHARAKTERYSTYKA TEMATYKI SEMINARIUM</b>	
<p>Tematyka seminarium koncentruje się na współczesnym podejściu organizacji do problemów w zakresie zarządzania poprzez systemowe podejście do zagadnień zarządzania ryzykiem, zarządzania jakością, zarządzania środowiskiem czy zarządzania bezpieczeństwem informacji, które są integralną częścią wszystkich procesów realizowanych w organizacji, szczególnie wspomagając procesy podejmowania decyzji.</p> <p>W te zagadnienia wpisują się również kwestie związane z polityką energetyczną Unii Europejskiej i Polski. W ramach seminarium podnoszone będą kwestie Zielonego Ładu UE ze szczególnym uwzględnieniem zagadnień bezpieczeństwa energetycznego, transformacji energetycznej oraz odnawialnych źródeł energii.</p> <p>Dodatkowo w centrum zainteresowania znajdują się kwestie związane z ustrukturyzowanym podejściem do projektowania wyrobów i procesów, m.in. poprzez wykorzystanie np. narzędzi jak: APQP, które poprzez usprawnienie komunikacji i współpracy pomiędzy działaniami inżynierskimi w organizacji, umożliwiają zaprojektowanie produktu spełniającego subiektywne i obiektywne oczekiwania dotyczące jakości współczesnego klienta (VOC).</p> <p>Generalnie tematyka seminarium będzie zorientowana na zagadnienia związane z wykorzystaniem współczesnych narzędzi (np. QFD, FMEA, SIX-SIGMA, LEAN, inne) do ograniczania ryzyka wystąpienia niepożądanych zmian w produktach i/lub procesach.</p> <p>Dodatkowymi tematami omawianymi w ramach seminarium będą kwestie oceny jakości produktów w procesach transportowych, kwestie analizy postaw konsumentów wobec jakości oraz działań podejmowanych przez przedsiębiorstwa, ze szczególnym uwzględnieniem neuromarketingu jako współczesnego narzędzia wpływania na zachowania konsumentów. Zaproponowano tematy związane z kształtowaniem, oceną, ochroną jakości i autentyczności produktów w całym cyklu ich życia oraz tematy z zakresu problematyki innowacji produktowych i marketingowych wdrażanych na rynku np. kawy, herbaty itp. Zainteresowani odnajdą również tematy z zakresu problematyki ekologicznej oraz systemów znakowania i identyfikacji wybranej grupy towarów.</p>	
<b>PRZYKŁADOWE ZAGADNIENIA PORUSZANE W PRACACH</b>	
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Inżynieria jakości jako trend w podejściu do kompleksowego zarządzania organizacją.</li><li>2. APQP (<i>Advanced Product Quality Planning</i>) jako narzędzie wspomagające komunikację</li></ol>	

- i kooperację pomiędzy działaniami inżynierskimi inteligentnej organizacji w gospodarce 4.0.
3. SIX-SIGMA (lub inne narzędzie) jako narzędzie doskonalenia procesów wewnętrznych w firmie z branży ...
  4. SZE według ISO 50001:2018 czy Ustawa o efektywności energetycznej – dylematy związane z efektywnością energetyczną współczesnych przedsiębiorstw.
  5. Szanse i zagrożenia wynikające z wdrożenia i utrzymania przez organizację Systemu Zarządzania Energią ISO 50001:2018.
  6. Polityka energetyczna państwa a realne wyzwania współczesnych organizacji.
  7. Podejście organizacji do systemowego zarządzania ryzykiem zgodnie z założeniami normy ISO 31001.
  8. Zarządzanie ryzykiem jako wsparcie dla procesu zarządzania w organizacji.
  9. Implementacja wyników analizy ryzyk i szans do doskonalenia system zarządzania jakością w organizacji.
  10. Bezpieczeństwo informacji w kontekście współczesnych wyzwań – wdrażać czy nie wdrażać system zarządzania bezpieczeństwem informacji według wymagań normy ISO 27001.
  11. Postawy konsumentów wobec np. kawy/herbaty w kontekście reklam ambientowych.
  12. Wpływ treści zawartych w reklamach na decyzje zakupowe konsumentów np. kawy/herbaty.
  13. Neuromarketing jako narzędzie wywierania wpływu na konsumentów.
  14. Design management – innowacja czy standard w projektowaniu wyrobów?
  15. Zaangażowanie poznawcze jako czynnik warunkujący decyzje zakupowe.
  16. Informacje na opakowaniach jako determinanta wyboru produktu.
  17. Wieloatrybutowe modele postaw w badaniu mechanizmów decyzyjnych.
  18. Jakość innowacji produktowych np. w grupie wybranych produktów pochodzenia roślinnego (kawa, kakao, herbata, herbatki, itp.).
  19. Jakość i bezpieczeństwo produktów importowanych na obszar Unii Europejskiej w kontekście systemu RASFF.
  20. Propozycja Studenta.

#### **DODATKOWE INFORMACJE**

Potencjalnymi promotorami prac magisterskich mogą być dr inż. Marcin Pięłowski, dr inż. Agata Szkiel, dr inż. Joanna Wierzowiecka