

KARTA SEMINARIUM DYPLOMOWEGO
licencjackiego/inżynierskiego/magisterskiego
rozpoczynającego się w semestrze ~~zimowym~~/letnim w roku akademickim
2019 / 2020

Kierunek studiów: ~~Innowacyjna Gospodarka~~/Towaroznawstwo

Forma studiów: studia ~~stacjonarne~~/niestacjonarne

Tematyka seminarium:	Kształtowanie i ocena jakości wybranych produktów spożywczych w cyklu ich życia oraz strategie marketingowe przedsiębiorstw funkcjonujących na rynku
Prowadzący:	dr hab. inż. Przemysław Dmowski, prof. UMG
Katedra:	Towaroznawstwa i Zarządzania Jakością
CHARAKTERYSTYKA TEMATYKI SEMINARIUM	
<p>Tematyka seminarium dotyczy zagadnień związanych z kształtowaniem, oceną i ochroną jakości towarów spożywczych w całym cyklu ich życia, z uwzględnieniem m.in. herbaty, kawy i produktów pokrewnych (herbatki/yerba mate/rooibos/ i inne).</p> <p>Proponowane tematy prac magisterskich związane są z oznaczaniem fizykochemicznych i sensorycznych parametrów jakości wybranych produktów (m.in. kawy, herbaty, yerba mate, rooibos i innych produktów z tego segmentu rynku) w aspekcie ich bezpieczeństwa i właściwości prozdrowotnych.</p> <p>Wśród proponowanych tematów znajdują się również tematy z zakresu problematyki innowacji produktowych i marketingowych wdrażanych na rynku kawy, herbaty itp., a także tematy z zakresu problematyki ekologicznej oraz systemów znakowania i identyfikacji wybranej grupy towarów.</p> <p>W ramach seminarium skoncentrowano się również na zagadnieniach związanych systemami zarządzania energią jako narzędziem do skutecznego zarządzania organizacją poprzez racjonalizację zużycia energii.</p> <p>Proponowane tematy prac magisterskich dotyczą również problematyki związanej z charakterystyką kanałów dystrybucji towarów oraz czynnikami związanymi z zapewnieniem jakości towarów spożywczych w transporcie morskim.</p>	
PRZYKŁADOWE TEMATY PRAC	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Wpływ opakowania i warunków przechowywania na właściwości przeciwutleniające wybranych produktów (np. kawy, herbaty, kakao, inne). 2. Innowacje produktowe w grupie wybranych produktów pochodzenia roślinnego (kawa, kakao, herbata, herbatki, itp.). 3. Projektowanie innowacyjnego produktu na bazie herbaty/kawy/yerba mate/rooibos/itp. 4. Wykorzystanie techniki TSDA do opracowania profilu sensorycznego naparów gorących, np. kawy, herbaty, herbatek, inne. 5. Kreowanie produktu (np. kawy, herbaty, inne) w marketingu społecznym. 6. Produkt (np. kawa, herbata, inne) i jego atrybuty w strategiach budowania przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw. 7. Znaczenie jakości produktu w świetle idei zrównoważonego rozwoju. 	

8. Rola i znaczenie organizacji (np. ICO, SCAA, inne) w kształtowaniu światowego rynku kawy/herbaty/itp.
9. Aspekty autentyczności i identyfikowalności produktów na przykładzie herbaty/kawy/inne.
10. Innowacyjne rozwiązania w zakresie opakowań produktów konsumpcyjnych (np. kawy, herbaty, inne).
11. Ekologiczne uwarunkowania produkcji w świadomości współczesnych konsumentów kawy/herbaty/innych.
12. Znaczenie znakowania ekologicznego w komunikacji marketingowej producentów np. kawy/herbaty/inne.
13. Neuromarketing jako narzędzie budowania i wspierania relacji organizacji z klientem.
14. Internet jako narzędzie kształtowania relacji ze współczesnym klientem na rynku np. herbaty/kawy/inne.
15. Neuromarketing - strategia marketingowa służąca do kreowania decyzji zakupowych współczesnego konsumenta.
16. Strategie marek na rynku np. herbaty/kawy/inne.
17. Znaczenie mediów społecznościowych w decyzjach zakupowych konsumentów np. herbaty/kawy/inne.
18. *Content marketing* jako narzędzie komunikacji przedsiębiorstwa z konsumentem na rynku np. herbaty/kawy/inne.
19. System zarządzania energią (ISO 50001) jako narzędzie wspierające organizację w optymalizacji zużycia energii.
20. Zasady transportu wybranych grup produktów spożywczych drogą morską.
21. Propozycja Studenta

DODATKOWE INFORMACJE