

Skrypt pedagogiczny, Zajęcia: Zaangażowanie konsumenta, 3ECTS

Treść zajęć

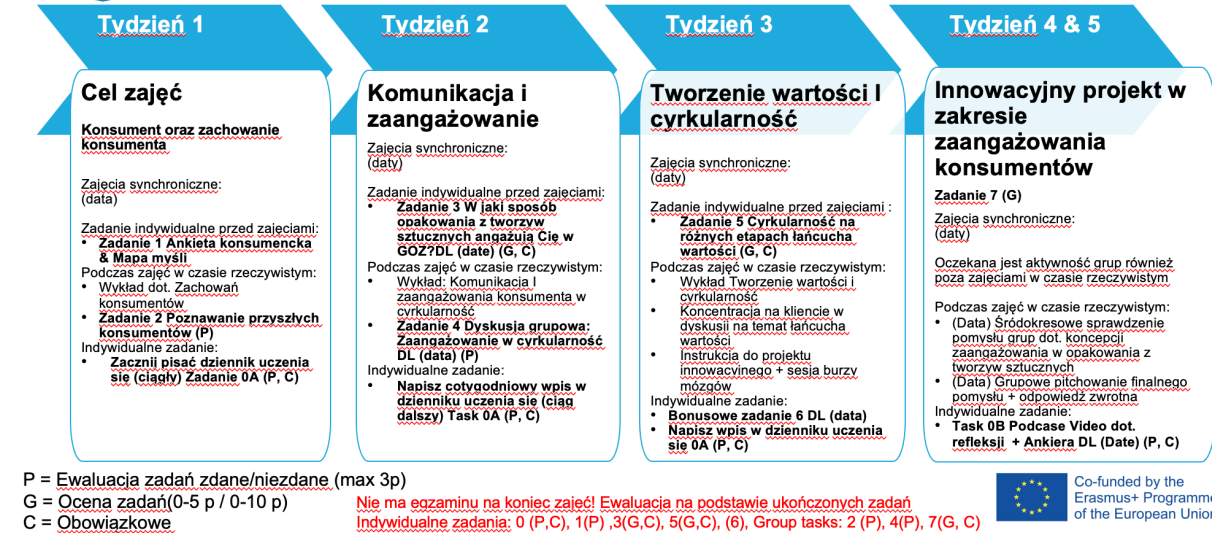
Zajęcia podzielone są na cztery segment tematyczne. Pierwsza część dotyczy konsumentów branży opakowań z tworzyw sztucznych i zachowań konsumentów w zakresie cyrkularności. W drugiej części studenci analizują, w jaki sposób konsumenci są informowani i zaangażowani w cyrkularność tworzyw sztucznych. Trzeci segment tematyczny dotyczy analiz tworzenia wartości, w tym z analizą korzyści, jakie różne zainteresowane strony mogą osiągnąć z cyrkularnych produktów i usług. Ostatni segment to innowacyjny projekt, w ramach którego grupa studentów planuje działania angażujące konsumentów w cyrkularność opakowań z tworzyw sztucznych

Zajęcia dedykowane są osobom, które chcą poszerzyć wiedzę dot. działań zorientowanych na konsumenta oraz ich zaangażowania w cyrkularność opakowań z tworzyw sztucznych.

Harmonogram

Zajęcia organizowane są jako intensywne jednostki tematyczne trwające 5 tygodni. W każdym tygodniu odbywają się jedna lub dwie sesje merytoryczne w czasie rzeczywistym wraz z indywidualnymi zadaniami uczniów i zajęciami edukacyjnymi. Przykładowy harmonogram zajęć przedstawiono na Rys.1.

Zaangażowanie konsument plan zajęć (3cr)



Rys. 1 Przykładowy harmonogram zajęć

Na godziny zaangażowania w zajęcia 3 ECTS składa się 75 godzin pracy studenta:

- Wykłady 9 godzin
- Ćwiczenia 10 godzin
- Sesje projektowe z wykładowcami 6 godzin
- Zadania online 5 godzin (asynchroniczna komunikacja z wykładowcami)
- Samodzielna praca z zadaniami (segmenti 1-3) 20 godzin
- Samodzielna praca w zespołach projektowych (segment 4) 20 godzin
- Samodzielna nauka na podstawie dziennika uczenia się 5 godzin

Podejście pedagogiczne

Podejście pedagogiczne podkreśla aktywną rolę studenta w procesie uczenia się. Jako aktywizujące metody uczenia się stosuje się na przykład wspólne dyskusje w małych grupach, wspólne pomysły, analizę wywiadów z ekspertami branżowymi oraz analizę własnych zachowań konsumenckich. Każda segment zawiera również część teoretyczną z wykładami online, popartą dyskusjami grupowymi i indywidualnymi zadaniami związanymi z treścią teoretyczną. Studenci są zobowiązani do prowadzenia dziennika uczenia się w celu uporządkowania i refleksji nad swoją nauką w trakcie kursu.

Poniższe zadania (Zadanie 0-zadanie 7) mają na celu wsparcie nauki głównych treści kursu.

Zadanie 0 Dziennik uczenia się

Motywacja do zadania:

Refleksja to czynność strukturyzowania i uczenia się na podstawie tego, co się wydarzyło. W oparciu o doświadczenie gromadzone są informacje, które można uporządkować i znaleźć nowe perspektywy. Refleksja jest szczególnie użytecznym sposobem – i często warunkiem wstępnym – indywidualnego uczenia się i rozwoju działania.

Polecenie dla studentów:

Dziennik uczenia się - publikuj rozdział co tydzień i twórz podcast wideo na koniec zajęć.

W trakcie zajęć pisz dziennik uczenia się. Publikuj swoje teksty w dzienniku co tydzień, a wideo na koniec zajęć. PAMIĘTAJ, że przesyłasz jeden połączony dziennik uczenia się zawierający zawartość całego modułu (łącznie zajęć dotyczących zaangażowania obywateli i zaangażowania konsumentów).

Wymagana treść: Tydzień 1-5: Dodawaj posty w formie otwartego pliku pdf (ok 200 słów/post, tygodnie 1-5=6x200 słów). W tekście uwzględnij refleksje dot.:

- Jakie były Twoje najważniejsze wnioski dotyczące tematów zaangażowania obywateli i konsumentów w tym tygodniu?
- Jakie nowe przemyślenia i pomysły wzbudziły te tematy?
- Jaka byłaby Twoja rada dla branży opakowań z tworzyw sztucznych?

Zastanów się nad swoim dziennikiem uczenia się i zrób 3-minutowy podcast wideo, w którym wyróżnisz trzy kluczowe wnioski z tego modułu. Prosimy o zamieszczenie w filmie odpowiedzi na pytanie, w jakim stopniu udało się Panu/Pani osiągnąć cele edukacyjne (modułu)? Jakie praktyczne wnioski zastosujesz w praktyce zawodowej/akademickiej?

Umieść swoją (obowiązkową) autorefleksję w polu zwrotnym dziennika uczenia się na platformie modułu

Do finalnego video z refleksjami można na przykład użyć Flipgrid.

Zadanie 1 Ja w roli konsumenta

Motywacja do zadania:

Ponieważ kurs bada zachowania konsumenckie, dobrze jest zacząć od przestudiowania siebie jako konsumenta, ponieważ każdy z nas jest konsumentem.

Polecenie dla studentów

A. Ankieta: Odpowiedz na pytania ankiety, które odnoszą się do Twojego zachowania jako konsumenta.

Pytania Ankiety znajdują się w Załączniku Zadanie 1

B. Zrób mapę myśli:

Po udzieleniu odpowiedzi na ankietę stwórz mapę myśli w kontekście siebie jako konsumenta opakowań z tworzyw sztucznych. Jakie konkretne działania są z tym związane i jakie aspekty uważasz za ważne? Opublikuj mapę myśli jako zdjęcie lub jako załącznik na forum

dyskusyjnym Zadania 1 na następny wykład, ponieważ wtedy wspólnie omówimy wyniki ankiety i tematy mapy myśli na wykładzie.

Do stworzenia mapy myśli możesz użyć dowolnego odpowiedniego narzędzia, np. Mindmup <https://www.mindmup.com/> to łatwe i bezpłatne narzędzie do mapowania myśli

Zadanie 2 Poznawanie przyszłych konsumentów

Motywacja do zadania:

Analiza zaangażowania konsumenta, wymaga, zrozumienia kim są konsumenci. Przystudiowaliśmy już siebie jako konsumentów w Zadaniu 1, które miało na celu zrozumienie przyszłości. Czy w przyszłości konsumenci będą tacy sami czy inni? Ponieważ nie ma jednoznacznej, poprawnej odpowiedzi, zadanie to skłania uczniów do samodzielnego zastanowienia się, jakie krytyczne zmiany zachodzą w zachowaniach konsumentów w przyszłości.

Polecenie dla studentów:

Zastanów się nad zadaniem, w którym opracowujesz nowe, zrównoważone rozwiązanie w zakresie opakowań z tworzyw sztucznych do wprowadzenia na rynek. Obecnie nie jest wdrożone, ale ma być powszechnie dostępne za 10 lat. Skąd wiesz, co myślą przyszli użytkownicy i konsumenci tego opakowania i czego chcą? Pozwól nam poznać przyszłego użytkownika, badając dzisiejszych konsumentów i zastanawiając się nad zmianami, których doświadczą w przyszłości.

Jak? W grupach zapoznaj się z szablonem przyszłego użytkownika (odnośnik podany poniżej) i użyj wspólnej platformy roboczej Jamboard, aby wypełnić własną wersję analizy przyszłych użytkowników dla wybranego ekologicznego produktu opakowaniowego z tworzywa sztucznego oraz docelowego konsumenta.

Zdefiniuj i przedstaw swojego dzisiejszego konsumenta docelowego: zanotuj jego/jej wiek (weź tutaj przykład osoby, na przykład jednego z członków grupy lub kogoś, z kim przeprowadzisz wywiad) Omów i zapisz, jaki jest jego/jej styl życia, wybory i wartości były 10 lat temu (ile miał(a) lat, co robił, co posiadał, do czego dążył...) Opisz przyszłego klienta tak, jak istnieje dzisiaj (osoba, która jest w tym samym wieku tak jak dzisiejszy klient 10 lat wstecz określony w kroku 2)

Teraz pomyśl o swoim przyszłym konsumencie za 10 lat. Porównaj go z dzisiejszym klientem w wieku początkowym i wieku docelowym. Co się zmieniło, a co się nie zmieniło?

Po wykonaniu kroków od 1 do 4 zastanów się ze swoim zespołem nad tym, czego nauczyłeś się od przyszłych użytkowników. Czy znalazłeś coś nowego, o czym wcześniej nie myślałeś? Jak myślisz, w jaki sposób te doświadczenia pomogą Ci opracować opakowania z tworzyw sztucznych, aby lepiej spełniały wymagania przyszłego użytkownika?

Przygotuj się do zaprezentowania swojej wiedzy pozostałym uczestnikom zajęć w następnym tygodniu po wykonaniu zadania. Wybrane przypadki zostaną omówione wspólnie.

Źródło informacji I zadań:

Carleton, T., Cocayne, W. and Tahvanainen, A.-J. 2013. Playbook for Strategic Foresight and Innovation.

https://www.researchgate.net/publication/258256239_Playbook_for_Strategic_Foresight_and_Innovation.

Zadanie 3 W jaki sposób opakowania z tworzyw sztucznych angażują Cię w cyrkularność?

Motywacja do zadania:

Obserwując otoczenie (supermarket, dom, internet, inne) i dostępne rozwiązania w zakresie opakowań z tworzyw sztucznych, uczniowie zdobędą praktyczne zrozumienie obecnego stanu stosowanych metod zaangażowania i odniosą teorię do praktyki w konkretny sposób.

Polecenie dla studentów:

Zaczynij od wybrania przykładu opakowania plastikowego (z domu, zrób zdjęcie w sklepie, Google, inne), które Twoim zdaniem dobrze komunikuje się z konsumentem lub skutecznie angażuje konsumenta w cyrkularność.

Utwórz post na Moodle 'Zaangażowanie w cyrkularność' refleksja dot. komunikacji oraz zaangażowania w cyrkularność.

Odpowiedz na pytania umieszczone w szablonie (Znajdziesz go na początku dyskusji na forum, nazwij swój plik imieniem)

- Zdjęcie opakowania
- Dlaczego wybrałeś to opakowanie z tworzyw sztucznych?
- Jak materiał opakowania wpływ na twój wybór?
 - Czy aktywnie poszukujesz materiałów, które mogłyby zastąpić tworzywa sztuczne jako materiał opakowaniowy? Wyjaśnij.
- Jakie doświadczenie jako konsument zdobyłeś po nabyciu tego opakowania z tworzyw sztucznych?
- Jakie były etykiety oraz oświadczenia na etykietach?
 - Czy cyrkularność opakowań jest przejrzysta/wiarygodna na etykietach/oświadczeniach? Wyjaśnij.
 - Czy są jakieś ślady dot. greenwashing?
 - Jak komunikacja na opakowaniu może być poprawiona?
- Jak etykieta i oświadczenie na opakowaniu wpłynęły na zachowanie konsumentów?

- Na przykład, czy bez tego zadania zwróciłbyś uwagę na te etykiety i twierdzenia?
- Jak widzisz znaczenie etykiet/oświadczeń w komunikacji konsumenckiej?
- Czy etykiety prowadzą do odpowiedzialnej i cyrkularnej konsumpcji?
- Wyjaśnij.
- Jak wyrzucić opakowanie po użyciu?
 - Czy etykiety na opakowaniach i oświadczenia wskazywały na opcje utylizacji?
 - Czy jest przewodnik dot. Zamknięcia obiegu zamkniętego?
- Czy nauczyłeś się czegoś nowego robiąc zadanie? (Odpowiedź możesz użyć w dzienniku uczenia się)

Zadanie 4 Dyskusja grupowa: Zaangażowanie w cyrkularność

Motywacja do zadania:

Celem tego zadania jest podzielenie się wiedzą z zadania 3 poprzez omówienie wniosków z innymi uczniami. Jest to korzystne zarówno w odzwierciedleniu własnych doświadczeń, jak i w poznawaniu nowych punktów widzenia studentów. Ze względu na to, że grupy są międzynarodowe, uczniowie mają możliwość porównania praktyk komunikacji i zaangażowania w różnych krajach za pomocą tego ćwiczenia

Polecenie dla studentów

Dyskusja grupowa (organizowany wykład online w mniejszych grupach studentów)

Podziel się swoimi wrażeniami i przedyskutuj je z grupą. Skompiluj swoje obserwacje na 1 slajdzie PowerPoint na wspólnej przestrzeni pracy na Moodle.

Możesz ustrukturyzować swoją dyskusję poprzez:

- Zwrócenie uwagi na podobieństwa i różnice w zachowaniach konsumenckich, szczególnie w odniesieniu do etykiet i oświadczeń producenta
- Jakie są Twoim zdaniem możliwe zalety i wady wynikające z etykiet i oświadczeń?
- Czy cyrkularność opakowania jest widoczna lub wiarygodnie wyrażona w badanych opakowaniach?
- Do jakiego rodzaju konsumpcji nakłaniają Cię etykiety i oświadczenia na opakowaniach z tworzyw sztucznych?
- Czy w oparciu o te przykłady komunikaty dotyczące opakowań angażowały Cię w cyrkularność? Dlaczego tak/nie?

Zadanie 5 Cyrkularność na różnych etapach łańcucha wartości

Motywacja do zadania:

Zadanie to zapewni uczniom możliwość usłyszenia opinii różnych uczestników łańcucha wartości cyrkularnych opakowań z tworzyw sztucznych poprzez serię nagranych wywiadów z ekspertami. Wywiady są 10 min do 15 min spostrzeżeniami typu „vodcast”, w których respondenci posiadający wiedzę specjalistyczną są proszeni o udzielenie odpowiedzi na zestaw 5 do 10 pytań istotnych dla treści kursu.

Nagrane wywiady pozwalają uczniom wybrać porę oglądania, która odpowiada ich tygodniowemu rozkładowi, niezależnie od różnych stref czasowych i godzin pracy, aby zmaksymalizować zasięg i oddziaływanie. Co więcej, takie podejście daje ankietnikom możliwość wybrania pożądanego rozmówcy niezależnie od ich dostępności w określonym dniu sesji nauki kontaktowej oraz przygotowania wysokiej jakości materiałów zredagowanych i z napisami dla studentów.

Polecenie dla studentów:

Listen to the four industry expert interview recordings linked below this task. Think about their position in the value chain, and how they take the consumer into account. Think about aspects like circularity, communication, and value creation. Answer the questions in FORMS.

Posłuchaj czterech wywiadów z ekspertami (nagrania znajdziesz w zadaniu). Pomyśl o ich umiejscowieniu w łańcuchu wartości oraz jak biorą pod uwagę opinię konsumenta. Rozważ również aspekty związane z cyrkularnością, komunikacją, tworzeniem wartości. Odpowiedz na pytania w FORMS.

Pytania w FORMS są następujące

- Twoim zdaniem w jakim stopniu jest uwzględniany konsument w wypowiedziach?
- Jak konsument jest zaangażowany w cyrkularność?
- Jakie są metody komunikacji i zaangażowania konsumenta?
- Jeśli myślisz o sobie jako o konsumentce, jakie masz wrażenie i czy poprawiłbyś coś w związku z cyklicznością? Jeśli tak, jakie działania?
- Twoim zdaniem, jak dobrze jest tworzona wartość cyrkularności dla interesariuszy?
- Jakie podmioty w łańcuchu wartości uzyskują i tworzą nową wartość w obiegu zamkniętym i w jaki sposób?
- Jakie wyzwania mogą wiązać się z tworzeniem wartości?
- Jaka byłaby wartość dla Ciebie jako konsumenta?
- Jakie masz inne uwagi?

Alternatywa do zadania 5:

Uczniowie przeprowadzą wywiady z 2–5 interesariuszami z różnych części łańcucha wartości opakowań, np. producentem materiałów opakowaniowych, właścicielem marki (towary opakowane), sprzedawcą detalicznym, konsumentem i/lub stowarzyszeniami.

Zalecane są następujące pytania:

- Jaka jest historia kryjąca się za innowacją (w skrócie, 2 min. wersja)
- Co myślisz o stosowaniu materiału jakim jest tworzywo sztuczne?
- Jak i dla kogo materiał tworzy wartość?
- Jaka jest wartość dodana stosowanego materiału dla konsumentów?
- Jakie działania podejmują dla opakowania po fazie użytkowania? Jaki jest proces końca cyklu życia?
- Co sprawia, że konsumenci wybierają w sklepie produkt opakowany w twój materiał ?
- Jak konsument powinien być zaangażowany żeby zapewnić cyrkularność tworzyw sztucznych?
- Jak innowacja wpływa na świat?
- Jakie 3 kluczowe punkty powinien zapamiętać o twoim materiale?

Zadanie 6 Odkrywanie przez konsumenta wartość z ponownego użytkowania opakowań (Zadanie bonusowe dla studentów)

Motywacja do zadania:

Zadanie motywuje studentów do zapoznania się z odpowiednią literaturą na temat opakowań wielokrotnego użytku i krytycznej analizy jej zawartości poprzez identyfikację korzyści i wyzwań oraz odzwierciedlenie ich we własnym myśleniu. Ponadto zadanie motywuje również do zbadania opinii współuczniów na ten sam temat i komentowania opinii innych.

Polecenie dla studentów:

Zapoznaj się z materiałem „Reuse – Rethinking Packaging” Fundacji Ellen MacArthur

A. Korzyści i wyzwania związane z ponownym wykorzystaniem modeli. Najpierw przestuduj cztery modele ponownego wykorzystania, s. 7–11. Znajdź i wypisz korzyści dla konsumentów (tworzenie wartości) i wyzwania dla konsumentów (niszczenie wartości) i zastanów się, jak je znaleźć. Czy są ważne? Czy widzisz więcej korzyści lub wyzwań dla konsumentów? Zapisz swoje wyniki w tabeli w następujący sposób:

Korzyści i wyzwania opakowań wielokrotnego użytku dla konsumentów

Modele ponownego wykorzystania	Korzyści (propozycja wartości) modeli	Wyzwania (niszczenie wartości) modeli	Moje refleksje dot. konsumenta
--------------------------------	---------------------------------------	---------------------------------------	--------------------------------

Nazwa modelu	- Korzyść	1	- Wyzwanie	1	Skomentuj swoje zdanie jako konsumenta dot. wywań, korzyści w danym modelu
	- Korzyść	2	- Wyzwania	2	
	- itd.		- itd.		

B. Analiza elementów korzyści inspirującego przypadku ponownego użycia. Wybierz jeden przypadek spośród przypadków ponownego wykorzystania (od strony 20), który najbardziej inspiruje Cię jako konsumenta. Wyjaśnij, w jaki sposób rozwiązanie spełniłoby Twoje potrzeby i jaki rodzaj korzyści/wartości osiągnąłś? Zastosuj typy wartości elementów korzyści wyjaśnione w prezentacji wprowadzającej (slajdy 9-10):

- Ekonomiczne= klient i.e oszczędność pieniędzy I czasu
- Funkcjonalna= produkt/usługa jest użyteczna, spełnia pożądane funkcje np.wydłuża okres przydatności
- Środowiskowa/etyczna = produkt /usługa rozwija postawy/cele środowiskowe
- Społeczna = produkt/usługa zwiększa interakcje społeczne oraz zaangażowanie
- Symboliczne=wsparcie produktu/usługi wyrażające indywidualną tożsamość i przynależność społeczną
- Emocjonalne=produkt/usługa wyzwalają emocje takie jak ciekawość, nowość, wow, pragnienie wiedzy

Format odpowiedzi: Połącz odpowiedzi (A i B do tego samego dokumentu (np. Word, pdf, prezentacja PowerPoint lub bezpośrednio do pola dyskusji w Moodle). Liczba słów wynosi około 750. Opublikuj swoją odpowiedź na odpowiednie forum dyskusyjne przez DL (data).

C. Recenzja. Przeczytaj dwie inne odpowiedzi swoich kolegów i podziel się ich odkryciami ze swoimi. Jak podobne lub różne są odpowiedzi w porównaniu z wynikami. Czy dowiedziałeś się czegoś z ich papierów? Zamieść swoją recenzję jako bezpośrednią odpowiedź na recenzowany post. Podaj DL (data).

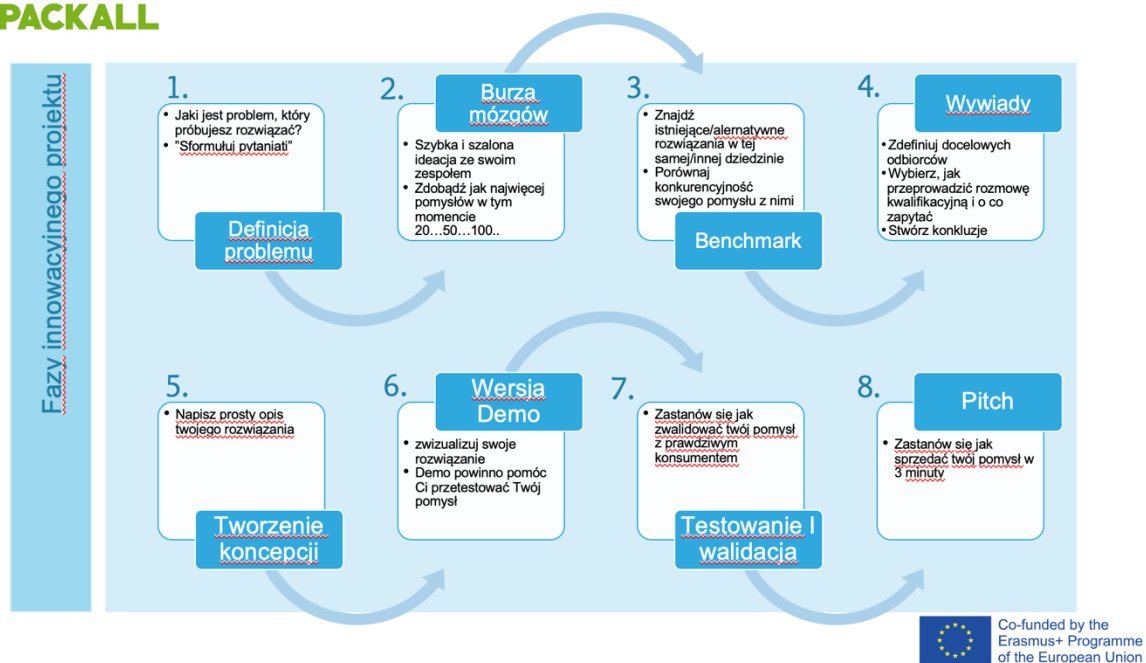
Task 7 Innowacyjny projekt

Motywacja do zadania

Zadanie uczy studentów zasad I kroków w innowacyjnym projekcie, które później będą wymagane w wyzwaniach CHAINs. Temat małego innowacyjnego projektu jest realizowany w grupach 5-osobowych, studenci dobierają się w grupach samodzielnie na podstawie własnych upodobań i preferencji. Szybki 2-tygodniowy sprint uzmysłowi studentom różny poziomy innowacyjnych projektów, oraz szczegółową anlizę, która powinna zostać zrealizowana.

Polecenie dla studentów:

Ostatnia część zajęć dotyczy innowacyjnego zaangażowania konsumentów w cyrkularność opakowań z tworzyw sztucznych. Twój zespół pracuje nad rozwojem RDI innowacyjnej firmy z branży tworzyw sztucznych, która sprzedaje markom rozwiązania opakowaniowe. Twoim zadaniem jest opracowanie innowacyjnej koncepcji usług, którą marka może opracować, aby zaangażować swoich konsumentów w cykliczne cele i działania. W projekcie będziesz kierować się zasadami szczupłego rozwoju klienta, dlatego Twoja pierwsza zasada brzmi: Wyjdź poza biuro i zapytaj ludzi, czego chcą!



Rysunek 2. Fazy innowacyjnego projektu

W projekcie jest 8 faz, które zostały zaprezentowane na Rys. 2, 1. Definicja problemu, 2. Burza mózgów, 3. Benchmark, 4. Wywiady, 5. Tworzenie koncepcji, 6. Wersja Demo, 7. Testowanie I walidacja, 8. Pitch. Istnieją trzy wspólne sesje wideo-wykładów związane z innowacyjnym projektem: pierwsza służy do rozpoczęcia projektu i burzy mózgów ze wstępnymi pomysłami, a druga do kontroli śródkresowej sesji końcowej, podczas której uczniowie prezentują swoje koncepcje. W połowie czasu zadania wykładowca spotyka się z zespołem.

W przypadku prośby studentów, wykładowca również odpowiada na pytania podczas wykładów. Proszę opublikuj swoje pytanie na forum pytań i odpowiedzi.

Ewaluacja


Ramy oceny dla kursu są opisane w Tabeli 2. (Wyższy poziom zawsze obejmuje kompetencje niższego poziomu)

Table 2. Ramy oceny

	1–2 (satysfakujące; ograniczone profesjonalne umiejętności)	3–4 (dobra; potrafi wykorzystać profesjonalne umiejętności)	5 (wspaniała; kreatywnie wdraża profesjonalne umiejętności)
Wiedza	<p>Potrafi rozpoznać zjawiska i podstawowe koncepcje zaangażowania konsumentów, komunikacji i tworzenia wartości w odniesieniu do cyrkularności opakowań z tworzyw sztucznych.</p>	<p>Rozumie zadanie. Strukturyzuje relacje między zjawiskami i koncepcjami zaangażowania konsumentów w cyrkularność opakowań z tworzyw sztucznych. Stosuje teorię w zadaniu. Wyjaśnia i porównuje alternatywne rozwiązania. Strukturyzuje rzeczy względem siebie.</p>	<p>Odpowiednio definiuje przypisanie. Dogłębnie rozumie podmioty i relacje zaangażowania konsumentów w cyrkularność opakowań z tworzyw sztucznych. Generalizuje i analizuje. W wynikach widoczne jest myślenie od kołyski do kołyski i/lub systemowe.</p>
Zachowania	<p>Uczestniczy w działaniach i zarządza powierzonymi zadaniami pod nadzorem/w asyście. Zdobywa wiedzę. Rozpoznaje ważne sposoby działania w zakresie zaangażowania konsumentów na rzecz cyrkularności opakowań z tworzyw sztucznych.</p>	<p>Zdobywa nową wiedzę. Stosuje wiedzę zdobytą wcześniej. Przedstawia uzasadnione alternatywy rozwiązań. Rozpoznaje i śledzi ważne sposoby działania w zakresie zaangażowania konsumentów na rzecz cyrkularności opakowań z tworzyw sztucznych.</p>	<p>Potrafi wykorzystać swoje różnorodne umiejętności do wspólnego użytku. Ocenia różnorodne nowe kierunki działania. Kreatywnie łączy alternatywne rozwiązania lub tworzy nowe. Rozumie i ocenia ważne sposoby działania w zakresie zaangażowania konsumentów w wymagania i potrzeby cyrkularności opakowań z tworzyw sztucznych.</p>

Tworzenie	Rozpoznaje swoje umiejętności interakcji. Potrafi odpowiedzialnie pracować w zespole. Może dawać i otrzymywać informacje zwrotne. Rozważa i ocenia rzeczy ze swojego punktu widzenia	Współpracuje odpowiedzialnie i rozwija swoje umiejętności interakcji. Potrafi aktywnie i konstruktywnie przekazywać i otrzymywać informacje zwrotne podczas całego procesu. Rozważa i ocenia rzeczy zarówno z punktu widzenia swojego zespołu, jak i społeczności.	Współpracuje odpowiedzialnie, elastycznie i konstruktywnie. Rozwija umiejętności interakcji własne i zespołu. Opracowuje nowe, kreatywne rozwiązania. Systematycznie wykorzystuje informacje zwrotne jako narzędzie rozwoju zawodowego i społeczności.
-----------	---	--	--

Zadania zostały ocenione w sposób przedstawiony na rysunku 3.




Ewaluacja zadań

- Zajęcia mają 3 punkty oraz są oceniane od 1 do 5
- Całkowita liczba punktów wynosi 35 na podstawie:
 - Zadanie 0 (P) 6 p Dziennik uczenia się + podcast wideo OBOWIĄZKOWE
 - Zadanie 1 (P) 3 p
 - Zadanie 2 (P) 3 p
 - Zadanie 3 (G) 0-5 p W jaki sposób opakowania z tworzyw sztucznych angażują Cię w cyrkularność OBOWIĄZKOWE
 - Zadanie 4 (P) 3 p
 - Zadanie 5 (G) 0-5 p Cyrkularność na różnych etapach łańcucha wartości OBOWIĄZKOWE
 - Zadanie 6 (P) 3 p Zadanie bonusowe
 - Zadanie 7 (G) 0-10 p Innowacyjny projekt w zakresie zaangażowania konsumentów OBOWIĄZKOWE

P = Ewaluacja zadań zdane/niezdane
 G = Zadania punktowane od 0 do maksymalnej liczby punktów

Tabela przedstawia przedziały ocen dla różnej liczby punktów. W ocenianych zadaniach (G) stosuje się zasady macierzy ocen.

Liczba punktów	Ocena
17 p	1
22 p	2
26 p	3
30 p	4
34 p	5



Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Rys 3. Ewaluacja zadań.

Zbieranie opinii

Informacje zwrotne i odczucia były zbierane od uczestników w sposób ciągły po każdym wykładzie w formie prostej ankiety i prosząc o otwartą informację zwrotną. Pod koniec kursu przeprowadzono ankietę zwrotną zorientowaną na przyszłe pomysły.

PROJECT INFO

Grant Agreement	612212-EPP-1-2019-1-ES-EPPKA2-KA
Programme	Erasmus+
Key Action	Cooperation for innovation and the exchange of good practices
Action Type	Knowledge Alliances for higher education
Project Title	PackAlliance: European alliance for innovation training & collaboration towards future packaging
Project starting date	01/01/2020
Project end date	31/12/2022
Project duration	3 years

This project has received funding from the European Union

PROJECT CONSORTIUM



Copyright: CC BY-NC-SA 4.0: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

With this license, you are free to share the copy and redistribute the material in any medium or format.

You can also adapt remix, transform and build upon the material.



However only under the following terms:

Attribution — you must give appropriate credit, provide a link to the license, and indicate if changes were made. You may do so in any reasonable manner, but not in any way that suggests the licensor endorses you or your use.

NonCommercial — you may not use the material for commercial purposes.

ShareAlike — if you remix, transform, or build upon the material, you must distribute your contributions under the same license as the original.

No additional restrictions — you may not apply legal terms or technological measures that legally restrict others from doing anything the license permits.

The information and views set out in this report are those of the authors and do not necessarily reflect the official opinion of the European Union. Neither the European Union institutions and bodies nor any person action on their behalf may be held responsible for the use, which may be made of the information contained therein.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union