



Karta przedmiotu  
Marketing i zarządzanie w rolnictwie

**1. Informacje podstawowe**

<b>Kierunek studiów</b> zootechnika <b>Specjalność</b> - <b>Jednostka zarządzająca kierunkiem studiów</b> Wydział Hodowli i Biologii Zwierząt <b>Poziom studiów</b> drugiego stopnia (mgr inż.) <b>Profil studiów</b> Profil ogólnoakademicki <b>Forma studiów</b> studia stacjonarne	<b>Cykl kształcenia (nabór)</b> 2023/24 <b>Kod przedmiotu</b> 06ZOS.DI2HS.1002.23 <b>Języki wykładowe</b> polski <b>Obligatoryjność</b> Fakultatywny <b>Blok zajęciowy</b> Przedmioty humanistyczne i społeczne	
<b>Wymagania wstępne</b>	Brak wymagań.	
<b>Przedmioty wprowadzające</b>	Brak przedmiotów wprowadzających.	
<b>Koordinator</b>	Ewa Koreleska	
<b>Okres</b> Semestr 2	<b>Forma i godziny zajęć</b> • Wykład: 15, Zaliczenie na ocenę • Ćwiczenia audytoryjne: 15, Zaliczenie na ocenę	<b>Liczba punktów ECTS</b> 2

**2. Efekty uczenia się dla przedmiotu**

Kod	Opis efektów uczenia się	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się	Odniesienie do charakterystyk PRK
<b>Wiedza:</b>			

Kod	Opis efektów uczenia się	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się	Odniesienie do charakterystyk PRK
W1	Zna i rozumie w pogłębionym stopniu pojęcia marketingu i zarządzania na rynku rolnym, rozumie jego specyfikę.	ZO_O2_K_W04	P7S_WK P7S_WK_inż
<b>Umiejętności:</b>			
U1	Potrafi wykorzystać kluczowe aspekty marketingu i zarządzania w działalności przedsiębiorstwa lub gospodarstwa rolnego.	ZO_O2_K_U04	P7S_UO
<b>Kompetencje społeczne:</b>			
K1	Śledzi nowe trendy marketingowe i zaradcze w rolnictwie, ma świadomość złożoności funkcjonowania gospodarki rynkowej i zmienności otoczenia.	ZO_O2_K_K01	P7S_KK
K2	Gotów jest do działania grupowego w celu wspólnego rozwiązania problemów marketingowych i zaradczych w rolnictwie.	ZO_O2_K_K02	P7S_KO

### 3. Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Formy zajęć	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Pojęcie, geneza i rozwój marketingu oraz zarządzania w rolnictwie. Konsument żywności i uwarunkowania jego zachowań. Współczesne trendy konsumenckie na rynkach rolnych i mechanizmy ich powstawania. Badania marketingowe – istota, etapy, interpretacja. Konstruowanie i wykorzystanie instrumentów pomiarowych w marketingu i zarządzaniu. Produkt i proces jego rozwoju. Cena i jej kształtowanie, Dystrybucja jako element marketingu, Komunikacja marketingowa. Istota i podstawowe funkcje zarządzania w rolnictwie (planowanie, organizowanie, kierowanie, kontrolowanie).	Wykład	W1
2.	Ocena wybranych aspektów z zakresu marketingu i zarządzania w rolnictwie na wybranych przykładach – studia przypadków.	Ćwiczenia audytoryjne	U1, K1, K2

### 4. Metody prowadzenia zajęć, weryfikacji efektów uczenia się i warunki zaliczenia

Forma zajęć	
-------------	--

Wykład	<b>Metody prowadzenia zajęć:</b>	
	Wykład	
	<b>Metody (sposoby) weryfikacji:</b>	<b>Udział:</b>
	Kolokwium	100%
	<b>Warunki zaliczenia przedmiotu:</b>	
Zaliczenie na podstawie dwóch kolokwiów. Ocena ze średniej arytmetycznej zaliczonych kolokwiów (każde kolokwium stanowi 50%). Udział zaliczenia zgodnie z regulaminem studiów.		
Ćwiczenia audytoryjne	<b>Metody prowadzenia zajęć:</b>	
	Case study	
	<b>Metody (sposoby) weryfikacji:</b>	<b>Udział:</b>
	Case study	50%
	Test	50%
<b>Warunki zaliczenia przedmiotu:</b>		
Zaliczenie ćwiczeń na podstawie zaprezentowanych przez studentów rozwiązań problemów marketingowych i zarządczych przedsiębiorstw lub gospodarstw rolnych w oparciu o case studies. Ocena końcowa ze średniej arytmetycznej uzyskanej z testu i case study.		

Efekt uczenia się dla przedmiotu	Metody (sposoby) weryfikacji		
	Kolokwium	Test	Case study
W1	x		
U1		x	x
K1		x	x
K2		x	

## 5. Literatura

### Literatura podstawowa

- Górska-Warsewicz, H., Świątkowska, M., Krajewski, K., 2013. Marketing żywności. Wyd. Wolters Kluwer.

### Literatura uzupełniająca

- Kotler, Ph., Keller, K., 2021. Marketing management. Global Edition.

## 6. Nakład pracy studenta - bilans godzin i punktów ECTS

Aktywność studenta	Obciążenie studenta Liczba godzin
--------------------	--------------------------------------

Zajęcia prowadzone z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego lub innych osób prowadzących zajęcia	Wykład	15
	Ćwiczenia audytoryjne	15
Praca własna studenta	Konsultacje	5
	Studiowanie literatury	10
	Przygotowanie do zaliczenia	5
<b>Łączny nakład pracy studenta</b>		50
<b>Liczba punktów ECTS</b>		2

\* Godzina (dydaktyczna) oznacza 45 minut