



Karta przedmiotu
Marketing i zarządzanie w rolnictwie

1. Informacje podstawowe

Kierunek studiów zootechnika Specjalność - Jednostka zarządzająca kierunkiem studiów Wydział Hodowli i Biologii Zwierząt Poziom studiów drugiego stopnia (mgr inż.) Profil studiów Profil ogólnoakademicki Forma studiów studia niestacjonarne	Cykl kształcenia (nabór) 2023/24 Kod przedmiotu 06ZON.DI2HS.1002.23 Języki wykładowe polski Obligatoryjność Fakultatywny Blok zajęciowy Przedmioty humanistyczne i społeczne	
Wymagania wstępne	brak wymagań	
Przedmioty wprowadzające	brak przedmiotów wprowadzających	
Koordinator	Ewa Koreleska	
Okres Semestr 2	Forma i godziny zajęć • Wykład: 9, Zaliczenie na ocenę; w tym zajęcia zdalne: ◦ Wykład synchroniczny: 9 • Ćwiczenia audytoryjne: 9, Zaliczenie na ocenę	Liczba punktów ECTS 2

2. Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Opis efektów uczenia się	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się	Odniesienie do charakterystyk PRK
Wiedza:			

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
Umiejętności:			
U1	Potrafi wykorzystać kluczowe aspekty marketingu i zarządzania w działalności przedsiębiorstwa lub gospodarstwa rolnego.	ZO_O2_K_U04	P7S_UO
Kompetencje społeczne:			
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	Jest gotów 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, Wykład synchroniczny	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	Metody prowadzenia zajęć:	
	Wykład	
	Metody (sposoby) weryfikacji:	Udział:
	Kolokwium	100%
	Warunki zaliczenia przedmiotu:	
Zaliczenie na podstawie dwóch kolokwiów. Ocena ze średniej arytmetycznej zaliczonych kolokwiów (każde kolokwium stanowi 50%). Udział zaliczenia zgodnie z regulaminem studiów.		
Ćwiczenia audytoryjne	Metody prowadzenia zajęć:	
	Case study	
	Metody (sposoby) weryfikacji:	Udział:
	Case study	50%
	Test	50%
Warunki zaliczenia przedmiotu:		
Zaliczenie ćwiczeń na podstawie zaprezentowanych przez studentów rozwiązań problemów marketingowych i zarządczych przedsiębiorstw lub gospodarstw rolnych w oparciu o case studies oraz testu. Ocena końcowa ze średniej arytmetycznej uzyskanych 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	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	9
	Ćwiczenia audytoryjne	9
Praca własna studenta	Konsultacje	2
	Studiowanie literatury	15
	Przygotowanie do zaliczenia	15
Łączny nakład pracy studenta		50
Liczba punktów ECTS		2

* Godzina (dydaktyczna) oznacza 45 minut