



**POLITECHNIKA  
BYDGOSKA**

Wydział Hodowli i Biologii Zwierząt

## Karta przedmiotu Kreowanie marki i techniki sprzedaży

### 1. Informacje podstawowe

|                                                                                         |  |                                                                                                           |                                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|
| <b>Kierunek studiów</b><br>zootechnika                                                  |  | <b>Cykl kształcenia (nabór)</b><br>2025/26                                                                |                                   |
| <b>Jednostka zarządzająca kierunkiem studiów</b><br>Wydział Hodowli i Biologii Zwierząt |  | <b>Kod przedmiotu</b><br>06ZON.DI1HS.3697.25                                                              |                                   |
| <b>Poziom studiów</b><br>drugiego stopnia (mgr inż.)                                    |  | <b>Języki wykładowe</b><br>polski                                                                         |                                   |
| <b>Profil studiów</b><br>Profil ogólnoakademicki                                        |  | <b>Obligatoryjność</b><br>Obowiązkowy                                                                     |                                   |
| <b>Forma studiów</b><br>studia niestacjonarne                                           |  | <b>Blok zajęciowy</b><br>Przedmioty humanistyczne i społeczne                                             |                                   |
| <b>Wymagania wstępne</b>                                                                |  | Brak wymagań                                                                                              |                                   |
| <b>Przedmioty wprowadzające</b>                                                         |  | Brak przedmiotów wprowadzających                                                                          |                                   |
| <b>Koordinator</b>                                                                      |  | Patryk Piłat                                                                                              |                                   |
| <b>Okres</b><br>Semestr 1                                                               |  | <b>Forma zaliczenia</b><br>Zaliczenie na ocenę                                                            | <b>Liczba punktów ECTS</b><br>1.0 |
|                                                                                         |  | <b>Forma prowadzenia i godziny zajęć</b><br>Wykład: 9, w tym zajęcia zdalne:<br>• Wykład synchroniczny: 9 |                                   |

### 2. Efekty uczenia się dla przedmiotu

| Kod | Opis efektów uczenia się | Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się | Odniesienie do charakterystyk PRK |
|-----|--------------------------|-------------------------------------------------|-----------------------------------|
|-----|--------------------------|-------------------------------------------------|-----------------------------------|

| Kod                           | Opis efektów uczenia się                                                                                                                                                                                                                      | Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się | Odniesienie do charakterystyk PRK |
|-------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|-----------------------------------|
| <b>Wiedza:</b>                |                                                                                                                                                                                                                                               |                                                 |                                   |
| W1                            | Student zna i rozumie w stopniu zaawansowanym koncepcje, strategie i narzędzia związane z budowaniem marki oraz zarządzaniem jej wartością w kontekście produktów i usług branży zootechnicznej.                                              | ZO_O2_K_W04                                     | P7S_WK_inż P7S_WK                 |
| W2                            | Student zna i rozumie w stopniu zaawansowanym psychologiczne i ekonomiczne mechanizmy wpływające na zachowania nabywców produktów pochodzenia zwierzęcego oraz relacje zachodzące między marką a decyzjami zakupowymi konsumentów.            | ZO_O2_K_W04                                     | P7S_WK_inż P7S_WK                 |
| W3                            | Student zna i rozumie w stopniu zaawansowanym współczesne techniki i modele sprzedaży, ze szczególnym uwzględnieniem specyfiki rynku produktów pochodzenia zwierzęcego oraz zasad budowania długotrwałych relacji z klientami w tym sektorze. | ZO_O2_K_W04                                     | P7S_WK_inż P7S_WK                 |
| <b>Umiejętności:</b>          |                                                                                                                                                                                                                                               |                                                 |                                   |
| U1                            | Student potrafi analizować i diagnozować pozycję rynkową marki w sektorze produktów pochodzenia zwierzęcego oraz projektować kompleksowe strategie jej rozwoju z wykorzystaniem zaawansowanych narzędzi marketingowych.                       | ZO_O2_K_U04                                     | P7S_UO                            |
| U2                            | Student potrafi tworzyć i wdrażać programy budowania wartości marki oraz planować długoterminowe strategie sprzedażowe, wykorzystując zaawansowane techniki badania rynku i analizy konkurencji w branży zootechnicznej.                      | ZO_O2_K_U04                                     | P7S_UO                            |
| <b>Kompetencje społeczne:</b> |                                                                                                                                                                                                                                               |                                                 |                                   |
| K1                            | Student jest gotów do przestrzegania zasad etyki w procesie kreowania marki i sprzedaży produktów pochodzenia zwierzęcego, wykazując szczególną wrażliwość na kwestie dobrostanu zwierząt oraz odpowiedzialnej komunikacji marketingowej.     | ZO_O2_K_K02,<br>ZO_O2_K_K03                     | P7S_KO, P7S_KR                    |

### 3. Treści programowe

| Lp. | Treści programowe                                                                   | Formy zajęć                  | Efekty uczenia się dla przedmiotu |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|-----------------------------------|
| 1.  | Wprowadzenie do kreowania marki i strategii brandingowych w sektorze zootechnicznym | Wykład, Wykład synchroniczny | W1, W2, U1, K1                    |
| 2.  | Psychologia konsumenta i budowanie wartości marki                                   | Wykład, Wykład synchroniczny | W1, W2, U1, U2, K1                |
| 3.  | Nowoczesne techniki sprzedaży i komunikacja marketingowa                            | Wykład, Wykład synchroniczny | W2, W3, U1, U2                    |
| 4.  | Zarządzanie relacjami z klientem i etyka w branży zootechnicznej                    | Wykład, Wykład synchroniczny | W1, W2, W3, U1, U2                |

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

| Forma zajęć |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                |
|-------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| Wykład      | <b>Metody prowadzenia zajęć:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                |
|             | Wykład, Dyskusja, Case study, Praca w grupie                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                |
|             | <b>Metody (sposoby) weryfikacji:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | <b>Udział:</b> |
|             | Zaliczenie pisemne                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 100%           |
|             | <b>Warunki zaliczenia przedmiotu:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                |
|             | <p>1. Warunki i forma zaliczenia ćwiczeń:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ kolokwium zaliczeniowe realizowane jest w formie testu umiejętności i kompetencji z 2 typami zadań do rozwiązania (tj. zadania prawda/fałsz, pytanie otwarte)</li> </ul> <p>3. Zasady, warunki i forma zaliczeń poprawkowych:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ w przypadku uzyskania z kolokwium zaliczeniowego wyniku niższego niż 51% punktów Studentka / Student ma prawo podejścia do dwóch zaliczeń poprawkowych</li> <li>◦ warunki i forma zaliczeń poprawkowych są identyczne jak przy pierwszym podejściu (oczywiście zadania do rozwiązania są inne)</li> </ul> <p>4. Sposób obliczania oceny końcowej z zaliczenia ćwiczeń:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ skala ocen końcowych jest uzależniona od stopnia osiągnięcia efektów uczenia się, podanych w procentach, tzn.: <ul style="list-style-type: none"> <li>■ od 91% ocena bardzo dobra (5,0)</li> <li>■ od 81% ocena dobra plus (4,5)</li> <li>■ od 71% ocena dobra (4,0)</li> <li>■ od 61% ocena dostateczna plus (3,5)</li> <li>■ od 51% ocena dostateczna (3,0)</li> <li>■ poniżej 51% ocena niedostateczna (2,0)</li> </ul> </li> </ul> |                |

| Efekt uczenia się dla przedmiotu | Metody (sposoby) weryfikacji |
|----------------------------------|------------------------------|
|                                  | Zaliczenie pisemne           |
| W1                               | x                            |
| W2                               | x                            |
| W3                               | x                            |
| U1                               | x                            |
| U2                               | x                            |
| K1                               | x                            |

## 5. Literatura

### Literatura podstawowa

1. Godin S., 2018, To jest marketing, MT Biznes, Warszawa.
2. Pogorzelski J., 2015, Marka na cztery sposoby, Wolters Kluwer Polska
3. Kotarbiński J., 2013, Sztuka rynkologii, Onepress, Gliwice.
4. Tkaczyk P., 2013, Zakamarki marki, Helion, Gliwice.
5. Kosson G., 2013. Złam konwencję, czyli jak stworzyć wielką markę, Wydawnictwo Słowa i Myśli, Lublin

### Literatura uzupełniająca

1. Van Praet D., 2012, Unconscious Branding, Palgrave Macmillan
2. Sharp B., 2010, How Brands Grow, Oxford University Press

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

| Aktywność studenta                                                                                        |                                  | Obciążenie studenta<br>Liczba godzin |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|--------------------------------------|
| Zajęcia prowadzone z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego lub innych osób prowadzących zajęcia | Wykład                           | 9                                    |
| Praca własna studenta                                                                                     | Praktyka (praca własna studenta) | 11                                   |
|                                                                                                           | Konsultacje                      | 5                                    |
| <b>Łączny nakład pracy studenta</b>                                                                       |                                  | <b>25</b>                            |
| <b>Liczba punktów ECTS</b>                                                                                |                                  | <b>1</b>                             |

\* Godzina (dydaktyczna) oznacza 45 minut