



# UNIwersytet Przyrodniczy we Wrocławiu

## Marketing w gospodarce żywnościowej Karta opisu przedmiotu

### Informacje podstawowe

<b>Kierunek studiów</b> Ekonomia	<b>Cykl kształcenia</b> 2022/23	
<b>Specjalność</b> -	<b>Kod przedmiotu</b> PD000000PEKS.L20B.3477.22	
<b>Jednostka organizacyjna</b> Wydział Przyrodniczo-Technologiczny	<b>Języki wykładowe</b> polski	
<b>Poziom studiów</b> studia pierwszego stopnia (licencjat)	<b>Obligatoryjność</b> Fakultatywny	
<b>Forma studiów</b> stacjonarne	<b>Blok zajęciowy</b> Przedmioty kierunkowe	
<b>Profil studiów</b> praktyczny	<b>Dyscypliny</b> Ekonomia i finanse	
	<b>Przedmiot powiązany z badaniami naukowymi</b> Nie	
	<b>Przedmiot kształtujący umiejętności praktyczne</b> Tak	
<b>Nauczyciel akademicki odpowiedzialny za przedmiot</b>	Magdalena Raftowicz	
<b>Pozostali prowadzący</b>	Magdalena Raftowicz	
<b>Okres</b> Semestr 6	<b>Forma zaliczenia</b> Zaliczenie na ocenę	<b>Liczba punktów ECTS</b> 4.0
	<b>Forma prowadzenia i godziny zajęć</b> Wykład: 15 Ćwiczenia laboratoryjne: 15	

### Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Przedmiot służy pogłębieniu wiedzy i umiejętności w zakresie tworzenia strategii marketingowej ze szczególnym ukierunkowaniem na sektor gospodarki żywnościowej.
----	--

## Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty uczenia się w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
<b>Wiedzy - Student zna i rozumie:</b>			
W1	Absolwent zna i rozumie nauki o charakterze ekonomicznym, rozumie ich miejsce w systemie nauk ekonomicznych i w relacji do innych nauk, a także rozumie zastosowania praktyczne wiedzy z tego zakresu w działalności zawodowej	EK_P6S_WG01	Zaliczenie pisemne
<b>Umiejętności - Student potrafi:</b>			
U1	Absolwent potrafi planować i organizować pracę indywidualną oraz w zespole a także współdziałać z innymi osobami w ramach prac zespołowych	EK_P6S_UK25	Prezentacja
U2	Absolwent potrafi prawidłowo analizować i interpretować zjawiska gospodarcze i społeczne zachodzące w skali globalnej, krajowej i regionalnej wykorzystując wiedzę teoretyczną oraz pozyskane dane empiryczne	EK_P6S_UW04	Zaliczenie pisemne
<b>Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:</b>			
K1	Absolwent jest gotów do wykazywania inicjatywy i podejmowania innowacyjnego działania a także działania i myślenia w sposób przedsiębiorczy	EK_P6S_KO04	Prezentacja
K2	Absolwent jest gotów do wykorzystania wiedzy z zakresu ekonomii do rozwiązywania problemów zawodowych	EK_P6S_KK02	Prezentacja

## Bilans punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane aktywności
Wykład	15
Ćwiczenia laboratoryjne	15
Przygotowanie do zajęć	15
Konsultacje	4
Udział w egzaminie	2
Przygotowanie projektu	5
Przeprowadzenie badań	5
Przygotowanie prezentacji/referatu	20
Przygotowanie do egzaminu/zaliczenia	15
Przygotowanie do ćwiczeń	5

<b>Łączny nakład pracy studenta</b>	<b>Liczba godzin</b> 101	<b>ECTS</b> 4.0
<b>Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela</b>	<b>Liczba godzin</b> 36	<b>ECTS</b> 1.3
<b>Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym</b>	<b>Liczba godzin</b> 20	<b>ECTS</b> 0.8

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

## Treści programowe

<b>Lp.</b>	<b>Treści programowe</b>	<b>Formy prowadzenia zajęć</b>
1.	1. Wprowadzenie do teorii marketingu 2. Ewolucja marketingu 3. Analiza otoczenia marketingowego 4. Segmentacja rynku 5. Badania marketingowe 6. Produkt / usługa 7. Cena. Polityka cenowa 8. Dystrybucja 9. Promocja 10. Marketing w handlu żywnością 11. Marketing produktów regionalnych i tradycyjnych 12. E-marketing 13. Marketing międzykulturowy / marketing międzynarodowy 14. Marketing miejsc / marketing terytorialny 15. Kolokwium zaliczeniowe	Wykład
2.	1. Rodzaje strategii marketingowych 2. Planowanie marketingowe 3. Analiza wybranych przykładów działań marketingowych w sektorze gospodarki żywnościowej 4. Analiza wybranych przykładów działań marketingowych przemysłu spożywczego i handlu żywnością 6. Prezentacja strategii marketingowej wybranych produktów i usług przez studentów poprzez kolejne ćwiczenia	Ćwiczenia laboratoryjne

## Informacje rozszerzone

### Metody nauczania:

analiza przypadków, burza mózgów, Metoda projektów, Praca w grupie, dyskusja, Wykład, ćwiczenia

<b>Aktywności</b>	<b>Metody zaliczenia</b>	<b>Udział procentowy w ocenie łącznej przedmiotu</b>
Wykład	Zaliczenie pisemne	50%
Ćwiczenia laboratoryjne	Prezentacja	50%

## Wymagania wstępne

Mikroekonomia i Makroekonomia

## Literatura

### Obowiązkowa

1. Philip Kotler, Marketing,
2. Anna Kowalska, Anna Olszańska, Stanisła Urban, Marketing produktów spożywczych i gastronomii, Wydawnictwo UE we Wrocławiu, Wrocław, 2016

### Dodatkowa

1. Jan Adamczyk, 1999, Marketing i zarządzanie w agrobiznesie, Rzeszów : Oficyna Wydawnicza Politechniki Rzeszowskiej, 1999.

## Kierunkowe efekty uczenia się

Kod	Treść
EK_P6S_KK02	Absolwent jest gotów do wykorzystania wiedzy z zakresu ekonomii do rozwiązywania problemów zawodowych
EK_P6S_KO04	Absolwent jest gotów do wykazywania inicjatywy i podejmowania innowacyjnego działania a także działania i myślenia w sposób przedsiębiorczy
EK_P6S_UK25	Absolwent potrafi planować i organizować pracę indywidualną oraz w zespole a także współdziałać z innymi osobami w ramach prac zespołowych
EK_P6S_UW04	Absolwent potrafi prawidłowo analizować i interpretować zjawiska gospodarcze i społeczne zachodzące w skali globalnej, krajowej i regionalnej wykorzystując wiedzę teoretyczną oraz pozyskane dane empiryczne
EK_P6S_WG01	Absolwent zna i rozumie nauki o charakterze ekonomicznym, rozumie ich miejsce w systemie nauk ekonomicznych i w relacji do innych nauk, a także rozumie zastosowania praktyczne wiedzy z tego zakresu w działalności zawodowej