

Opis zajęć (syllabus): Marketing w agrobiznesie

Nazwa zajęć:	Marketing w agrobiznesie	ECTS	3
Nazwa zajęć w j. angielskim:	Marketing in Agribusiness		
Zajęcia dla kierunku studiów:	Ekonomia		

Język wykładowy: polski		Poziom studiów: 2	
Forma studiów: stacjonarne i niestacjonarne	Status zajęć: kierunkowy - do wyboru	Numer semestru: 3 semestr zimowy	
Rok akademicki, od którego obowiązuje opis (rocznik):		2020/2021	Numer katalogowy: EKR-E-2SZ-3-23-KF-2020

Koordinator zajęć:	dr Mariusz Grębowiec, adiunkt		
Prowadzący zajęcia:	dr Mariusz Grębowiec, adiunkt dr Ewa Bąk -Filipek, adiunkt		
Jednostka realizująca:	Katedra Polityki Rozwoju i Marketingu		
Jednostka zlecająca:	Wydział Ekonomiczny		
Założenia, cele i opis zajęć:	a.Zapoznanie studentów ze specyfiką i funkcjonowaniem marketingu w agrobiznesie. Wykład Wprowadzenie do przedmiotu. Podstawowe pojęcia. Interdyscyplinarny charakter marketingu w agrobiznesie. Specyfika marketingu w agrobiznesie. Znaczenie marketingu dla podmiotów sektora agrobiznesu. Znaczenie marketingu dla konsumentów produktów rolno-żywnościowych. Koncepcja marketingowa a inne typy orientacji przedsiębiorstw agrobiznesu na rynek. Otoczenie marketingowe przedsiębiorstw agrobiznesu. Metody analizy sytuacji marketingowej firm agrobiznesu. Strategie marketingowe przedsiębiorstw agrobiznesu. Strategie marketingowe wynikające z macierzy Ansoffa i możliwość ich zastosowania w sferze agrobiznesu. Marketing w handlu detalicznym i hurtowym.Strategie marketingu międzynarodowego i globalnego w sektorze agrobiznesu. Ćwiczenia Specyfika marketingu usług w agrobiznesie. Planowanie marketingowe w przedsiębiorstwach sfery agrobiznesu. Przykłady działań marketingowych w poszczególnych gałęziach agrobiznesu.		
Formy dydaktyczne, liczba godzin:	a.wykład - liczba godzin: stacj: 20, niestacj. 12 b.ćwiczenia audytoryjne - liczba godzin: stacj: 10, niestacj. 4		
Metody dydaktyczne:	dyskusja, analiza i interpretacja tekstów źródłowych, konsultacje, studium przypadku, indywidualne projekty studenckie		
Wymagania formalne i założenia wstępne:	Marketing		
Efekty uczenia się:	Wiedza - Zna i rozumie: 1. Umie wyjaśnić przyczyny zjawisk zachodzących we współczesnym agrobiznesie 2. Umie przedstawić tendencje rozwojowe mające miejsce we współczesnej gospodarce żywnościowej	Umiejętności - Potrafi: 3. Potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę w praktyce agrobiznesu 4. Absolwent potrafi współpracować w grupie pełniąc w niej różne funkcje	Kompetencje - Jest gotów do: 5. Absolwent jest gotów do wykorzystania wiedzy w życiu zawodowym 6. Jest gotów do podejmowania i organizowania działań na rzecz środowiska społecznego
Sposób weryfikacji efektów uczenia się:	ocena wystąpień w trakcie zajęć (efekty: 1,4), ocena prac wykonywanych w ramach pracy własnej studenta (efekty: 2), ocena aktywności w trakcie zajęć (efekty: 3), test (pisemny lub komputerowy) (efekty: 1,2)		
Forma dokumentacji osiągniętych efektów uczenia się:	prace pisemne, zestaw pytań		
Elementy i wagi mające wpływ na ocenę końcową:	ocena wystąpień w trakcie zajęć - 25%, ocena prac wykonywanych w ramach pracy własnej studenta - 25%, ocena aktywności w trakcie zajęć - 25%, test (pisemny lub komputerowy) - 25%		
Miejsce realizacji zajęć:	sala dydaktyczna (wykładowa/ćwiczeniowa)		
Literatura podstawowa i uzupełniająca: 1.Ph. Kotler „Marketing”. Wyd. XIX, Rebis, Warszawa 2015. 2.Michalski E. Marketing Podręcznik akademicki. Wyd. PWN, Warszawa 2010. 3.Adamowicz M: Marketing w strategiach rozwoju sektora rolno-żywnościowego. Wyd. SGGW, Warszawa 2003.			
Uwagi:			

Wskaźniki ilościowe charakteryzujące moduł/przedmiot:	
Szacunkowa sumaryczna liczba godzin pracy studenta (kontaktowych i pracy własnej) niezbędna dla osiągnięcia zakładanych dla zajęć efektów uczenia się - na tej podstawie należy wypełnić pole ECTS:	75/76
Łączna liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia:	1.68/1.36 ECTS

Tabela zgodności kierunkowych efektów uczenia się z efektami przedmiotu:			
Kategoria efektu	Efekty uczenia się dla zajęć:	Odniesienie do efektów dla programu studiów dla kierunku	Oddziaływanie zajęć na efekt kierunkowy*)
Wiedza	1. Umie wyjaśnić przyczyny zjawisk zachodzących we współczesnym agrobiznesie	EK2_KU01	3
	2. Umie przedstawić tendencje rozwojowe mające miejsce we współczesnej gospodarce żywnościowej	EK2_KW02	2
Umiejętności	3. Potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę w praktyce agrobiznesu	EK2_KU01	3
	4. Absolwent potrafi współpracować w grupie pełniąc w niej różne funkcje	EK2_KU05	3
Kompetencje	5. Absolwent jest gotów do wykorzystania wiedzy w życiu zawodowym	EK2_KK01	3
	6. Jest gotów do podejmowania i organizowania działań na rzecz środowiska społecznego	EK2_KK02	1

*) 3 – zaawansowany i szczegółowy, 2 – znaczący, 1 – podstawowy