

| | | |
|--|---|-----------|
| M_uu_uu | BZ_010 | |
| Kierunek lub kierunki studiów | Behawiorystyka zwierząt | |
| Nazwa modułu kształcenia, także nazwa w języku angielskim | Marketing behawiorystyczny - Behavioral marketing | |
| Język wykładowy | Polski | |
| Rodzaj modułu kształcenia (obowiązkowy/fakultatywny) | Fakultatywny | |
| Poziom modułu kształcenia | Studia stacjonarne pierwszego stopnia | |
| Rok studiów dla kierunku | I | |
| Semestr dla kierunku | 1 | |
| Liczba punktów ECTS z podziałem na kontaktowe/ niekontaktowe | Łącznie 2, w tym: kontaktowe – 1,4 niekontaktowe – 0,6 | |
| Imię i nazwisko osoby odpowiedzialnej | Dr inż. Sebastian Białoskurski | |
| Jednostka oferująca przedmiot | Katedra Zarządzania i Marketingu | |
| Cel modułu | Celem przedmiotu jest dostarczenie podstawowej wiedzy (zarówno aspektów teoretycznych, jak i praktycznych) na temat marketingu, kierowanego przez oferentów do uczestników rynku (w szczególności nabywców finalnych) oraz rozwinięcie umiejętności praktycznego zastosowania głównych założeń marketingowych w działalności rynkowej przedsiębiorstw związanej z behawiorystyką oraz dobrostanem zwierząt. | |
| Efekty kształcenia | Wiedza: | |
| | 1. Posiada wiedzę dotyczącą podstawowych instrumentów marketingowych wykorzystywanych przez oferentów na rynku oraz zna mechanizmy interakcji pomiędzy uczestnikami rynku | |
| | Umiejętności: | |
| | 1. Potrafi wykorzystywać w praktyce zdobytą wiedzę z zakresu marketingu | |
| Sposoby weryfikacji oraz formy dokumentowania osiągniętych efektów kształcenia | Kompetencje społeczne: | |
| | 1. Potrafi myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy | |
| Sposoby weryfikacji oraz formy dokumentowania osiągniętych efektów kształcenia | Sposoby weryfikacji: | |
| | W1 – zaliczenie pisemne U1 – zaliczenie pisemne K1 – zaliczenie pisemne. Formy dokumentowania osiągniętych wyników: Archiwizacja prac pisemnych. | |
| Wymagania wstępne i dodatkowe | Zdolność do uzupełniania i doskonalenia nabytej wiedzy i umiejętności. | |
| Treści modułu kształcenia | Wykłady | h |
| | 1. Wprowadzenie do problematyki marketingu. Ewolucja koncepcji marketingu. Orientacje współczesnych przedsiębiorstw | 3 |
| | 2. Koncepcja marketingu-mix. Nabywca i jego potrzeby | 2 |
| | 3. Segmentacja rynku jako składowa strategii STP. Wybór rynku docelowego | 2 |
| | 4. Pozycjonowanie a kształtowanie wizerunku oferty/przedsiębiorstwa. Strategie pozycjonowania | 3 |
| | 5. Kształtowanie struktury asortymentowej | 2 |
| | 6. Produkt i jego marketingowe atrybuty | 4 |
| | 7. Koncepcja cyklu życia produktu | 2 |
| | 8. Cena i jej znaczenie w marketingu-mix | 2 |
| | 9. Istota i znaczenie dystrybucji jako narzędzia marketingowego | 2 |
| | 10. Promocja jako proces komunikowania się przedsiębiorstwa z rynkiem | 2 |
| | 11. Charakterystyka podstawowych instrumentów promocji (promotion-mix) | 2 |
| | 12. Niestandardowe formy promocji | 2 |
| | 13. Proces podejmowania decyzji o zakupie. Podsumowanie | 2 |
| | Łącznie | 30 |
| Zalecana lista lektur lub lektury obowiązkowe | Literatura obowiązkowa: 1. Baruk A. I., Hys K., Dzidowski A., Marketing dla inżynierów, | |

| | | |
|--|--|--------------------------------------|
| | PWE, Warszawa 2012. 2. Garbarski L. Marketing. Kluczowe pojęcia i praktyczne zastosowania, PWE, Warszawa 2011. 3. Mruk H., Marketing. Satysfakcja klienta i rozwój przedsiębiorstwa, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012. Literatura zalecana: 1. Kotler Ph., Keller K. L., Marketing, Dom Wydawniczy Rebis, Poznań 2012. 2. Waniowski P., Sobotkiewicz D., Daszkiewicz M., Marketing. Teoria i przykłady, Wydawnictwo Placet, Warszawa 2011. | |
| Planowane formy/działania/metody dydaktyczne | Formy i metody dydaktyczne: wykład (konwencjonalny/prezentacje multimedialne); dyskusja. | |
| Bilans punktów ECTS | Forma zajęć | Liczba godzin kontaktowych |
| | Wykłady | 30 |
| | Konsultacje | 4 |
| | Zaliczenie modułu | 1 |
| | Razem godziny kontaktowe | 35=1,4 ECTS |
| | Forma zajęć | Liczba godzin niekontaktowych |
| | Przygotowanie do zaliczenia modułu | 10 |
| | Czytanie zalecanej literatury | 5 |
| | Razem godziny niekontaktowe | 15=0,6 ECTS |
| | Razem godziny kontaktowe i niekontaktowe - 50 co odpowiada 2 pkt. ECTS | |

Nakład pracy związany z zajęciami wymagającymi bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich:

- udział w wykładach – 30 godz.,
- udział w konsultacjach związanych z przygotowaniem do zaliczenia – 4 godz.,
- zaliczenie modułu - 1 godz.

Łącznie 35 godz., co odpowiada 1,4 pkt. ECTS

Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym:

- konsultacje – 4 godz.

Łącznie 4 godz., co odpowiada 0,16 punktom ECTS

Stopień „odpowiedniości” (stopień osiągnięcia efektów kierunkowych):

BZ1_W07++
 BZ1_U05+++
 BZ1_K02++