

## Karta opisu zajęć (syllabus)

Nazwa kierunku studiów	Zootechnika
Nazwa modułu, także nazwa w języku angielskim	Towaroznawstwo i marketing środków żywienia Commodity science and marketing of foodstuffs
Język wykładowy	Język polski
Rodzaj modułu	obowiązkowy
Poziom studiów	pierwszego stopnia
Forma studiów	stacjonarne
Rok studiów dla kierunku	IV
Semestr dla kierunku	7
Liczba punktów ECTS z podziałem na kontaktowe/niekontaktowe	4 (2,04/1,96)
Tytuł naukowy/stopień naukowy, imię i nazwisko osoby odpowiedzialnej za moduł	Prof. dr hab. Bożena Kiczorowska
Jednostka oferująca moduł	Instytut Żywienia Zwierząt i Bromatologii
Cel modułu	Przedstawienie charakterystyki towaroznawczej środków żywienia, w aspekcie naukowym i praktycznym. Charakterystyka systemów zapewniających jakość i bezpieczeństwo pasz. Zapoznanie studentów z problematyką działań marketingowych w sektorze produkcji pasz przemysłowych. Wyjaśnienie roli poszczególnych elementów marketingu w łańcuchu przedsięwzięć obejmujących produkcję pasz, np.: reklamy. Zasady tworzenia planu marketingowego jako części strategii działalności przedsiębiorstwa paszowego.
Wymagania wstępne i dodatkowe	Paszoznawstwo, Hodowla drobiu, Hodowla trzody chlewnej, Hodowla bydła, Hodowla owiec, Hodowla kóz, Technologia informacyjna, Technologie żywienia zwierząt gospodarskich
Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej	<b>Literatura podstawowa:</b> 1. Czarnecka-Skubina.: Towaroznawstwo spożywcze. Wyd. Format A, 2000. 2. Wiśniewski A., Dąbrowski A.. Ćwiczenia z marketingu. Wyd. WSiP, 2004 3. Kos J. Szwacka-Salmonowicz A. Marketing produktów żywnościowych. PWRiL, 1997 4. Nowacka A., Nowacki R. Podstawy marketingu. Wyd. Difin, 2006 5. Kos Cz., Szwacka-Salmonowicz J. Marketing produktów żywnościowych. Wyd. PWRiL, 1997  <b>Literatura uzupełniająca:</b> 1. Gołębiewski J. Systemy marketingowe produktów roślinnych- aspekty organizacyjne i instytucjonalne. Wyd. SGGW, 2007 2. Gołębiewski J. Perspektywy rozwoju systemów marketingowych produktów roślinnych. Wyd. SGGW, 2007
Planowane formy/działania/metody dydaktyczne	<b>Wykłady</b> - prezentacje multimedialne, prelekcja <b>Ćwiczenia</b> w formie warsztatów - praktyczne projektowanie w grupach różnych elementów marketingowych w potencjalnej firmie paszowej.