

Karta opisu zajęć (syllabus)

| | |
|--|--|
| Nazwa kierunku studiów <i>Name of study</i> | Zootechnika Specjalność: Bioinżynieria i marketing pasz |
| Nazwa modułu, także nazwa w języku angielskim <i>Course title</i> | Marketing strategies in the feed industry |
| Język wykładowy <i>Language of lecture</i> | English language |
| Rodzaj modułu <i>Type of the course</i> | optional |
| Poziom studiów <i>Study level</i> | Master's study |
| Forma studiów <i>Form of study</i> | stationary |
| Rok studiów dla kierunku <i>Year of study</i> | II |
| Semestr dla kierunku <i>Semester of study</i> | II |
| Liczba punktów ECTS z podziałem na kontaktowe/niekontaktowe <i>ECTS credits</i> | 3 (1,52/1,48) |
| Tytuł naukowy/stopień naukowy, imię i nazwisko osoby odpowiedzialnej za moduł <i>Name of lecturer</i> | Prof. dr hab. Bożena Kiczorowska |
| Jednostka oferująca moduł <i>Institute / Department offering the course</i> | Instytut Żywienia Zwierząt i Bromatologii Institute of Animal Nutrition and Bromatology |
| Cel modułu <i>Aim of the course</i> | As part of the course, the detailed principles of creating and modifying, in the changing market conditions and the financial condition of the company, the marketing strategy of enterprises operating in the industrial feed production sector will be presented. Specialized activities taking into account the specificity of the industrial feed sector in creating a marketing plan as part of the company's business strategy. |
| Wymagania wstępne i dodatkowe <i>Initial and additional requirements</i> | Feed science, Animal nutrition. |
| Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej <i>List of basic and supplementary literature</i> | <i>Basic literature:</i> 1. Hooley G., Piercy N., Nicoulaud B., Rudd J., Lee R. Marketing Strategy and Competitive Positioning, 7th Edition, Pearson, 2020. 3. Beker M. Marketing Strategy and Management. Palgrave Macmillian, Ed., 2014 4. Stewart A. Feed Market Dynamics & U.S. Livestock Implications, Nova Sciences Publishers Inc., 2012. <i>Supplementary literature:</i> 1. Hanlon A. Digital Marketing: Strategic Planning & Integration, 2021 2. Bauer T. Marketing Performance, John Wiley & Sons Inc., 2016 |
| Planowane formy/działania/metody dydaktyczne <i>Planned forms / activities / didactic methods</i> | Teaching methods: lecture, discussion, project execution, e.g. market analysis of a selected group of nutrients, designing specialist marketing research and distribution channels |