

Karta opisu zajęć (syllabus)

Nazwa kierunku studiów	Zootechnika Specjalność: Bioinżynieria i marketing pasz
Nazwa modułu, także nazwa w języku angielskim	Rynek środków żywienia Animal feed market
Język wykładowy	Język polski
Rodzaj modułu	fakultatywny
Poziom studiów	drugiego stopnia
Forma studiów	stacjonarne
Rok studiów dla kierunku	II
Semestr dla kierunku	II
Liczba punktów ECTS z podziałem na kontaktowe/niekontaktowe	3 (1,52/1,48)
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 problematyki dotyczącej rynku środków żywienia w Polsce i Unii Europejskiej, z uwzględnieniem specyfiki rynku karm dla zwierząt towarzyszących. Zapoznanie w pogłębionym stopniu z czynnikami wpływającymi na rozwój i regulowanie rynku środków żywienia, produktów paszowych oraz karm. Zasady prowadzenia specjalistycznych działań / badań monitorujących sytuację na rynku środków żywienia zwierząt jako elementy strategii rynkowej działalności wytwórni pasz i karm.
Wymagania wstępne i dodatkowe	Paszoznawstwo, Żywienie zwierząt.
Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej	<i>Literatura podstawowa:</i> 1. Hooley G., Piercy N., Nicoulaud B., Rudd J., Lee R. Marketing Strategy and Competitive Positioning, 7th Edition, Pearson, 2020. 2. Wiśniewski A., Dąbrowski A.. Ćwiczenia z marketingu. Wyd. WSiP, 2004 3. Beker M. Marketing Strategy and Management. Palgrave Macmillian, Ed., 2014 4. Nowacka A., Nowacki R. Podstawy marketingu. Wyd. Difin, 2006 5. Kos Cz., Szwacka-Salmonowicz J. Marketing produktów żywnościowych. Wyd. PWRiL, 1997 <i>Literatura uzupełniająca:</i> 1. Gołębiewski J. Systemy marketingowe produktów roślinnych- aspekty organizacyjne i instytucjonalne. Wyd. SGGW, 2007 2. Hanlon A. Digital Marketing: Strategic Planning & Integration, 2021
Planowane formy/działania/metody dydaktyczne	Metody dydaktyczne: wykład, dyskusja, wykonanie projektu, np.: analiza rynku wybranej grupy środków żywienia, zaprojektowanie dla niej specjalistycznych badań marketingowych oraz kanałów dystrybucji