**Karta opisu zajęć (sylabus)**

|  |  |
| --- | --- |
| Nazwa kierunku studiów | Bezpieczeństwo i certyfikacja żywności |
| Nazwa modułu, także nazwa w języku angielskim | Rynek i marketing żywności  Market and marketing of food |
| Język wykładowy | j. 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 | Dr inż. Paweł Żółkiewski |
| Jednostka oferująca moduł | Katedra Hodowli i Ochrony Zasobów Genetycznych Bydła |
| Cel modułu | Zapoznanie studentów z organizacją produkcji i dystrybucji produktów żywnościowych oraz możliwościami regulacji rynku poprzez instrumenty prawne. Informacje dotyczące działań marketingowych, wprowadzania produktu na rynek i analizy informacji rynkowych pozwolą studentom efektywnie działać na rynku produktów żywnościowych. |
| Efekty uczenia się dla modułu to opis zasobu wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych, które student osiągnie po zrealizowaniu zajęć. | Wiedza: |
| 1. Rozumie uwarunkowania społeczne, ekonomiczne, polityczne, społeczno-kulturowe marketingowe jako determinanty rynku produktów żywnościowych |
| 2. Rozumie podstawy marketingu i promocji w zakresie rozwoju przedsiębiorstwa, usługi i rynku |
| Umiejętności: |
| 1. Potrafi zaplanować proces wprowadzenia produktu żywnościowego na rynek uwzględniając elementy marketingu-mix |
| 2. Umie dokonać analizy mocnych i słabych stron produktu/firmy oraz potrafi przedstawić wyniki w formie multimedialnej |
| Kompetencje społeczne: |
| 1. Potrafi współdziałać i pracować w grupie z uwzględnieniem interesu grupy, przyjmując w niej różne role, a także przyjmowania roli obiektywnego oceniającego w stosunku w pracy i osiągnięć innych grup. |
| Wymagania wstępne i dodatkowe | Technologia informacyjna, Ochrona własności intelektualnej, Prawo żywnościowe, Przechowywanie i dystrybucja żywności, |
| Treści programowe modułu | Moduł pozwala poznać przepływ głównych produktów żywnościowych. Student poznaje podstawowe pojęcia rynkowe, kryteria segmentacji rynku, zachowania konsumentów na rynku i cykl życia klienta oraz produktu. Na przykładzie case study przedstawiane są elementy marketingu-mix a także rola marek i znaków firmowych. Elementy promocji, a w tym reklama może mieć duże znaczenie w decyzjach nabywczych rynku produktów żywnościowych, w związku z czym studenci dobierają adekwatne instrumenty promocji. Ćwiczenia z zakresu działań marketingowych, tworzenia kampanii reklamowej, analizy SWOT, pozyskiwania opinii konsumenckiej oraz analizy potencjału produktu umożliwiają podejmowanie racjonalnych działań na rynku żywnościowym*.* |
| Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej | Jeznach M. (red.) (2007): Podstawy marketingu żywności. Wyd. SGGW, Warszawa.  Górska-Warsewicz H., Świątkowska M., Krajewski K. (2013): Marketing żywności. Wolters Kluwer SA, Warszawa.  Mruk H. (2012): Marketing. Satysfakcja klienta i rozwój przedsiębiorstwa. PWN Warszawa.  Budzyński W. (2005): Reklama: techniki skutecznej perswazji, Poltext, Warszawa.  Słomka D., Popiołek M. (2020): Content Marketing Krok po kroku. Akademia Wiedzy VERSEO, verseo.pl  Popiołek M. (2019): Blog w biznesie. Akademia Wiedzy VERSEO, verseo.pl  Masłowski K., Bieganowski M.. (2022): AdBook – Marketing internetowy w pigułce. VERSEO, verseo.pl  Kubaszewski i wsp. (2024): Marketing & Sales Automation w praktyce. VERSEO, verseo360.pl |
| Planowane formy/działania/metody dydaktyczne | Metody dydaktyczne:  *- Metody podające m.in. wykład, pogadanka*  *- Metody problemowe m.in. zadania problemowe, przygotowanie przez studenta projektu i wystąpienia ustnego, dyskusja, pogadanka*  *- Metody aktywizujące m.in. giełda pomysłów, opracowanie prezentacji* |
| Sposoby weryfikacji oraz formy dokumentowania osiągniętych efektów uczenia się | SPOSOBY WERYFIKACJI:  W1, W2 – zaliczenie testowe, ocena wystąpienia oraz prezentacji  U1, U2 – ocena wystąpienia, ocena prezentacji  K1 – zachowanie i aktywność na zajęciach / obserwacja i ocena pracy w grupie, dyskusja panelowa, ocena udziału w dyskusji  FORMY DOKUMENTOWANIA OSIĄGNIĘTYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ: prezentacje w formie cyfrowej; dziennik prowadzącego w formie papierowej  Szczegółowe kryteria przy ocenie zaliczenia i prac kontrolnych  Szczegółowe kryteria przy ocenie zaliczenia i prac kontrolnych   * student wykazuje dostateczny (3,0) stopień wiedzy, umiejętności lub kompetencji, gdy uzyskuje od 51 do 60% sumy punktów określających maksymalny poziom wiedzy lub umiejętności z danego przedmiotu (odpowiednio, przy zaliczeniu cząstkowym – jego części), * student wykazuje dostateczny plus (3,5) stopień wiedzy, umiejętności lub kompetencji, gdy uzyskuje od 61 do 70% sumy punktów określających maksymalny poziom wiedzy lub umiejętności z danego przedmiotu (odpowiednio – jego części), * student wykazuje dobry stopień (4,0) wiedzy, umiejętności lub kompetencji, gdy uzyskuje od 71 do 80% sumy punktów określających maksymalny poziom wiedzy lub umiejętności z danego przedmiotu (odpowiednio – jego części), * student wykazuje plus dobry stopień (4,5) wiedzy, umiejętności lub kompetencji, gdy uzyskuje od 81 do 90% sumy punktów określających maksymalny poziom wiedzy lub umiejętności z danego przedmiotu (odpowiednio – jego części), * student wykazuje bardzo dobry stopień (5,0) wiedzy, umiejętności lub kompetencji, gdy uzyskuje powyżej 91% sumy punktów określających maksymalny poziom wiedzy lub umiejętności z danego przedmiotu (odpowiednio – jego części). |
| Elementy i wagi mające wpływ na ocenę końcową | Ocena końcowa = ocena z testowego zaliczenia końcowego 43% + ocena zadania projektowego i wystąpienia dokonywana przez prowadzącego i studentów 43% + ocena z aktywności na zajęciach i dyskusja 14%  Warunki te są przedstawiane na pierwszych zajęciach z modułu. |
| Bilans punktów ECTS | Formy zajęć:  **Kontaktowe**   * wykład (20 godz./0,80 ECTS), * ćwiczenia (17 godz./0,68 ECTS), * konsultacje (5 godz./0,20 ECTS), * analiza prezentacji inwestorskich (3 godz./0,12 ECTS) * prezentacja inwestorska (3 godz./0,12 ECTS) * zaliczenie testowe poprawkowe (3 godz./0,12 ECTS)   Łącznie – 51 godz./2,04 ECTS  **Niekontaktowe**   * przygotowanie prezentacji inwestorskiej (20 godz./0,8 ECTS), * research zasobów internetowych (15 godz./0,6 ECTS) * studiowanie literatury (14 godz./0,56 ECTS),   Łącznie 49 godz./1,96 ECTS |
| Nakład pracy związany z zajęciami wymagającymi bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego | udział w wykładach – 20 godz.; w ćwiczeniach – 17 godz.; konsultacjach – 5 godz.; analizie prezentacji inwestorskiej – 3 godz., prezentacji inwestorskiej – 3 godz., zaliczeniu testowym poprawkowym – 3 godz. |
| Odniesienie modułowych efektów uczenia się do kierunkowych efektów uczenia się | Kod efektu modułowego – kod efektu kierunkowego  W1 – BC1 \_W16,  W2 – BC1 \_W04,  U1 – BC1\_U12,  U2 – BC1\_U11,  K1 – BC1\_K04,  W1, W2 – InzBC\_W04  U1, U2 – InzBC\_U05 |