

M uu_uu	ZO_S1_082
Kierunek lub kierunki studiów	Zootechnika
Nazwa modułu kształcenia, także nazwa w języku angielskim	Ekonomia i marketing The Economy and Marketing
Język wykładowy	polski
Rodzaj modułu kształcenia (obowiązkowy/fakultatywny)	obowiązkowy
Poziom modułu kształcenia	pierwszy
Rok studiów dla kierunku	III
Semestr dla kierunku	VI
Liczba punktów ECTS z podziałem na kontaktowe/ niekontaktowe	5 2,64 / 2,36
Tytuł/stopień, imię i nazwisko osoby odpowiedzialnej	Dr Armand Kasztelan
Jednostka oferująca moduł	Katedra Ekonomii i Agrobiznesu
Cel modułu	Zapoznanie studentów z mechanizmami funkcjonowania zjawisk i procesów ekonomicznych. Przedstawienie istoty i sposobu praktycznego wykorzystania marketingu w działalności podmiotów gospodarczych.
Wymagania wstępne i dodatkowe	Wiedza z zakresu matematyki i wiedzy o społeczeństwie zdobyta w szkole średniej. Zdolność do uzupełniania i doskonalenia nabytej wiedzy i umiejętności.
Treści modułu kształcenia – zwrócić uwagę na ok. 100 słów.	Wprowadzenie do ekonomii (nauki o gospodarowaniu). Określenie istoty rynku. Charakterystyka struktur rynkowych. Popyt, podaż i ceny jako podstawowe elementy rynku. Stan równowagi na rynku. Teoria zachowania się konsumenta. Producent – funkcja produkcji, optimum producenta. Koszty produkcji. Produkt krajowy i dochód narodowy. Polityka monetarna i fiskalna. Polityka rynku pracy. Polityka walutowa. Pojęcie marketingu – jego miejsce w funkcjonowaniu przedsiębiorstwa. Znaczenie otoczenia marketingowego dla organizacji. Zastosowanie badań marketingowych w organizacji. Proces segmentacji. Polityka produktu w organizacji. Polityka cenowa w organizacji. Polityka dystrybucji i promocji.
Zalecana lista lektur lub lektury obowiązkowe	1. Rekowski M., Mikroekonomia, Poznań 2005 2. Nojszewska E., Podstawy ekonomii, WSiP, Warszawa 2010 3. Wrzosek W., Funkcjonowanie rynku, PWE, Warszawa 2002 4. Czarny B., Rapacki R., Podstawy ekonomii, PWE, Warszawa 2002 5. Begg D. i inni, Makroekonomia, PWE, Warszawa 1998 6. Waniowski P. i inni, Marketing. Teoria i przykłady, PLACET, Warszawa 2010
Planowane formy/działania/metody dydaktyczne	Wykład – prezentacje multimedialne Praca z tekstem w grupach 4-5 osobowych Zadania rozwiązywane w grupach 4-5 osobowych (w tym <i>case studies</i>)