

Numer modułu zgodnie z planem studiów	M OGS2_8/4
Kierunek lub kierunki studiów	Ogrodnictwo
Nazwa modułu kształcenia, także nazwa w języku angielskim	Marketing w nasiennictwie Marketing in seed production and technology
Język wykładowy	polski
Rodzaj modułu kształcenia	fakultatywny
Poziom studiów	drugiego stopnia
Forma studiów	stacjonarne
Rok studiów dla kierunku	I
Semestr dla kierunku	1
Liczba punktów ECTS z podziałem na kontaktowe/niekontaktowe	2 (1,32/0,86)
Tytuł/stopień, imię i nazwisko osoby odpowiedzialnej za moduł	Dr inż. Marcela Krawiec
Jednostka oferująca moduł	Katedra Uprawy i Żywienia Roślin
Cel modułu	Zapoznanie studentów z zasadami działania runku w sektorze nasiennym
Treści programowe modułu kształcenia	Proces marketingowy. Instrumenty i środowisko marketingowe. Rynek nasienny: podstawy prawne handlu nasionami, polityka nasienna państwa, struktura polskiego rynku sektora nasiennego. Potrzeby rynkowe i ich badanie: znaczenie badań i prognozowania popytu. Zaopatrzenie rynku w nasiona. Polityka cenowa: rola ceny i jej rodzaje, bilans zysków i strat. Praktyczne aspekty polityki cen. Dystrybucja i promocja produktu. Rozmowy handlowe i negocjacje.
Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej	1. Hołubowicz R. 1999. Marketing nasion. Wyd. AR w Poznaniu. 2. Hołubowicz r. 2009. Zarządzanie przedsiębiorstwem nasiennym. Wyd. UP w Poznaniu.
Planowane formy/działania/metody dydaktyczne	wykład, wykonanie projektu