

## Skrócony opis modułu kształcenia

	M_ZJ_S2/35/1
Kierunek lub kierunki studiów	Zarządzanie jakością w produkcji roślinnej
<b>Nazwa modułu kształcenia, także nazwa w języku angielskim</b>	Zarządzanie marką Brand Management
Język wykładowy	polski
Rodzaj modułu kształcenia (obowiązkowy/fakultatywny)	fakultatywny
Poziom modułu kształcenia	Studia stacjonarne drugiego stopni
Rok studiów dla kierunku	pierwszy
Semestr dla kierunku	drugi
Liczba punktów ECTS z podziałem na kontaktowe/ niekontaktowe	2 (0,9/1,1)
Tytuł/ stopień/imię i nazwisko osoby odpowiedzialnej	Dr inż. Wioletta Wróblewska
Jednostka oferująca moduł	Zakład Ekonomiki Ogrodnictwa
Cel modułu	Celem modułu jest przekazanie wiedzy na temat najważniejszych problemów decyzyjnych, przed którymi stoją menedżerowie oraz przedstawienie zasad analizy ekonomicznej pozwalającej podejmować optymalne decyzje.
Treści modułu kształcenia – zwarty opis ok. 100 słów.	Treści programowe obejmują wprowadzenie do podejmowania decyzji gospodarczych w przedsiębiorstwie, w tym optymalne decyzje na podstawie analizy marginalnej, zagadnienia dotyczące popytu i optymalnej polityki cenowej, produkcji analizy kosztów, podejmowania decyzji w warunkach niepewności. Ponadto materiał obejmuje zagadnienia dotyczące konkurencji na różnych rynkach – konkurencji doskonałej, monopolu, oligopolu. Przedstawiony materiał wykładowy dotyczy także wzrostu i rozwoju gospodarczego oraz wahań cyklicznych gospodarki.
Zalecana lista lektur lub lektury obowiązkowe	1. Górską-Warsewicz H., Pałaszewska-Reindl T., Marka na rynku produktów żywnościowych, Wydawnictwo SGGW, Warszawa, 2002. 2. Kall J., Kłeczek R., Sagan A. 2006. Zarządzanie marką. Oficyna Wydawnicza. Kraków 2006. 3. Altkorn J., Strategia marki, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1999. 4. Dębski M., Kreowanie silnej marki, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2009. 5. Keller K. L., Strategiczne zarządzanie marką. Kapitał marki – budowanie, mierzenie i zarządzanie, Oficyna a Wolters Kluwer business, Warszawa 2011.
Planowane formy/działania/metody dydaktyczne	Wykład - konwencjonalny i konwersatoryjny, dyskusja, metody przypadków, metody praktyczne – metody ćwiczebne i realizacji zadań