

Skrócony opis modułu kształcenia

Wydział Nauk o Żywności i Biotechnologii
Dietetyka –N1

<i>M uu_uu - Numer modułu zgodnie z planem studiów, oraz forma studiów (stacjonarne –S; niestacjonarne –N), rok akademicki w którym moduł będzie realizowany</i>	9 N 2017/2018	
Kierunek lub kierunki studiów	Dietetyka	
Nazwa modułu kształcenia, także nazwa w języku angielskim	Rynek i marketing produktów żywnościowych Market and marketing of food products	
Język wykładowy	polski	
Rodzaj modułu kształcenia (obowiązkowy/fakultatywny)	obowiązkowy	
Poziom modułu kształcenia	N –I stopień studiów	
Rok studiów dla kierunku	1	
Semestr dla kierunku	2	
<i>Liczba punktów ECTS z podziałem na kontaktowe/ niekontaktowe</i>	2- 1/1	
Imię i nazwisko osoby odpowiedzialnej	Dr inż. Waldemar Teter	
Jednostka oferująca przedmiot	Instytut Hodowli Zwierząt i Ochrony Bioróżnorodności	
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 studentom efektywnie działać na rynku produktów żywnościowych.	
Efekty kształcenia wraz z odniesieniem do efektów kierunkowych	Nr Efektu Kierunkowego	Realizowany Efekt Kształcenia
	DI_W16 DI_W20	W1. Zna strukturę i wielkość obrotu żywnością z wyszczególnieniem Polski, Europy i Świata.
	DI_W16 DI_W20	W2. Rozumie wpływ uwarunkowań ekonomicznych i marketingowych na handel i konsumpcję produktów żywnościowych.
	DI_W16 DI_W20	W3. Zna podstawy marketingu i promocji na rynku żywności w Polsce.
	DI_U01 DI_U08 DI_U09	U1. Potrafi zaplanować proces wprowadzenia produktu żywnościowego na rynek.

	DI_U01 DI_U09	U2. Potrafi przeprowadzić analizę rynku dla danego produktu żywnościowego
	DI_U01 DI_U09	U3. Umie dokonać analizy mocnych i słabych stron działań marketingowych
	DI_K02	K1. Potrafi współdziałać i pracować w grupie z uwzględnieniem interesu grupy, przyjmując w niej różne role,
	DI_K05	K2. Ma świadomość znaczenia etyki w podejmowanych działaniach na rynku żywności.
Sposoby weryfikacji oraz formy dokumentowania osiągniętych efektów kształcenia	<i>Wiedza-</i> 1 sprawdzian testowy <i>Umiejętności-</i> 1 ocena zadania projektowego 2 ocena prezentacji <i>Kompetencje społeczne</i> 1 ocena wystąpienia	
Procentowy udział oceny z ćwiczeń i oceny z egzaminu w końcowej ocenie z modułu	Ćwiczenia -40% Wykład 60%	
Wymagania wstępne i dodatkowe		
Treści modułu kształcenia – zwarty opis ok. 100 słów.	<i>Moduł pozwala poznać krajowy i zagraniczny przepływ produktów żywnościowych oraz konsumpcję. Student poznaje wpływ działań administracyjnych (dotacje, regulacje prawne interwencje) na kształtowanie cen, popyt i podaż. Przedstawiane są elementy marketingu stosowane na rynku żywnościowym. Ćwiczenia z zakresu działań marketingowych, tworzenia kampanii reklamowej, analizy SWOT, pozyskiwania opinii konsumentów oraz analizy potencjału produktu umożliwiają podejmowanie racjonalnych działań na rynku żywnościowym.</i>	
Zalecana lista lektur lub lektury obowiązkowe	Górska-Warsewicz H. 2013: Marketing żywności Rębisz W. 2009: Instrumenty Rynku Rolnego Borkowski B. 2007 Rynek rolny w ujęciu funkcjonalnym	
Planowane formy/działania/metody dydaktyczne	Wykłady multimedialne, dyskusja, wykonanie projektu	

Data 29.09. 2017 Podpis.....