

SYLABUS

DOTYCZY CYKLU KSZTAŁCENIA 2019/2020-2020/2021

(skrajne daty)

Rok akademicki 2020/2021

1. PODSTAWOWE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

| | |
|---|---|
| Nazwa przedmiotu | Marketing i logistyka w rolnictwie |
| Kod przedmiotu* | |
| Nazwa jednostki prowadzącej kierunek | Kolegium Nauk Przyrodniczych |
| Nazwa jednostki realizującej przedmiot | Kolegium Nauk Przyrodniczych Instytut Nauk Rolniczych, Ochrony i Kształtowania Środowiska |
| Kierunek studiów | Rolnictwo |
| Poziom studiów | drugiego stopnia |
| Profil | ogólnoakademicki |
| Forma studiów | niestacjonarne |
| Rok i semestr/y studiów | rok I, semestr 2 |
| Rodzaj przedmiotu | przedmiot specjalnościowy / przedmiot do wyboru Kształtowanie rolniczej przestrzeni produkcyjnej |
| Język wykładowy | j. polski |
| Koordinator | dr inż. Grażyna Gajdek |
| Imię i nazwisko osoby prowadzącej / osób prowadzących | dr inż. Grażyna Gajdek |

* -opcjonalnie, zgodnie z ustaleniami w Jednostce

1.1. Formy zajęć dydaktycznych, wymiar godzin i punktów ECTS

| Semestr (nr) | Wykł. | Ćw. | Konw. | Lab. | Sem. | ZP | Prakt. | Inne (jakie?) | Liczba pkt. ECTS |
|--------------|-------|-----|-------|------|------|----|--------|---------------|------------------|
| 2 | 6 | | | | | | | | 1 |

1.2. Sposób realizacji zajęć zajęcia w formie tradycyjnej zajęcia realizowane z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość**1.3 Forma zaliczenia przedmiotu (z toku) zaliczenie z oceną****2. WYMAGANIA WSTĘPNE**

Podstawowa wiedza ekonomiczna i rolnicza

3. CELE, EFEKTY UCZENIA SIĘ, TREŚCI PROGRAMOWE I STOSOWANE METODY DYDAKTYCZNE

3.1 Cele przedmiotu

| | |
|----|---|
| C1 | zapoznanie studentów z zagadnieniami teoretycznymi z zakresu marketingu i logistyki |
|----|---|

3.2 Efekty uczenia się dla przedmiotu

| EK (efekt uczenia się) | Treść efektu uczenia się zdefiniowanego dla przedmiotu Student: | Odniesienie do efektów kierunkowych ¹ |
|------------------------|---|--|
| EK_01 | zna i rozumie złożone uwarunkowania ekonomiczne, prawne, społeczne i etyczne oraz zaawansowane i innowacyjne metody, technik i technologii pozwalających kształtować wielkość i efektywność produkcji rolniczej oraz jakość życia człowieka | K_Wo8, K_Wog |
| EK_02 | potrafi realizować uczenie się przez całe życie oraz samodzielnie planować i realizować własny rozwój | K_U07 |
| EK_03 | jest gotów do rozwijania dorobku zawodowego oraz przestrzegania i rozwijania zasad etyki zawodowej | K_Ko4 |

3.3 Treści programowe

A. Problematyka wykładu

| |
|---|
| Treści merytoryczne |
| Determinanty rozwoju marketingu i jego rola w agrobiznesie. Marketing jako filozofia działania. Filozofia zarządzania marketingowego. Rola i znaczenie badań marketingowych w agrobiznesie. |
| Nabywca jego rola i zachowania na rynku. |
| Koncepcja marketingu mix – wykorzystanie narzędzi w agrobiznesie Produkt i usługa w agrobiznesie. Rola i znaczenie marki i opakowania. Cena jej rola, rodzaje i znaczenie w agrobiznesie. |
| Przyczyny rozwoju logistyki we współczesnym świecie. Definicje – różne ujęcia, cechy charakterystyczne. Etapy rozwoju logistyki - triada pojęć logistyka – zarządzanie logistyczne – systemy logistyczne. Różne koncepcje zarządzania logistycznego, (reengineering; benchmarking; outsourcing; lean management; time based management; ucząca się organizacja; wirtualna organizacja; myślenie sieciowe. |
| Zarządzanie w obiektach, łańcuch logistyczny, łańcuchy magazynowo-transportowe (pojęcia definicje); Marketing Logistyczny; Analiza modeli wykorzystywanych w zarządzaniu logistycznym (ZZT; OZT). |

3.4 Metody dydaktyczne

Wykład: wykład z prezentacją multimedialną.

¹ W przypadku ścieżki kształcenia prowadzącej do uzyskania kwalifikacji nauczycielskich uwzględnić również efekty uczenia się ze standardów kształcenia przygotowującego do wykonywania zawodu nauczyciela.

4. METODY I KRYTERIA OCENY

4.1 Sposoby weryfikacji efektów uczenia się

| Symbol efektu | Metody oceny efektów uczenia się (np.: kolokwium, egzamin ustny, egzamin pisemny, projekt, sprawozdanie, obserwacja w trakcie zajęć) | Forma zajęć dydaktycznych (w, ćw, ...) |
|---------------|--|--|
| EK_01 | SPRAWOZDANIE, OBSERWACJA | W |
| EK_02 | SPRAWOZDANIE, OBSERWACJA | W |
| EK_03 | SPRAWOZDANIE, OBSERWACJA | W |

4.2 Warunki zaliczenia przedmiotu (kryteria oceniania)

Przygotowanie sprawozdania (z zastosowania narzędzi marketingowych i /lub łańcucha logistycznego w wybranym podmiocie gospodarczym), obecności na zajęciach.
O ocenie pozytywnej z opracowania decyduje liczba uzyskanych punktów (>50% maksymalnej liczby punktów): dst 51-60%, dst plus 61-70%, db 71-80%, db plus 81-90%, bdb 91-100%.
Warunkiem zaliczenia przedmiotu jest osiągnięcie wszystkich założonych efektów uczenia się.

5. CAŁKOWITY NAKŁAD PRACY STUDENTA POTRZEBNY DO OSIĄNIĘCIA ZAŁOŻONYCH EFEKTÓW W GODZINACH ORAZ PUNKTACH ECTS

| Forma aktywności | Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności |
|---|---|
| Godziny kontaktowe wynikające z harmonogramu studiów | 6 |
| Inne z udziałem nauczyciela akademickiego (udział w konsultacjach, egzaminie) | 5 |
| Godziny niekontaktowe – praca własna studenta (przygotowanie do zajęć, egzaminu, napisanie referatu itp.) | 14 |
| SUMA GODZIN | 25 |
| SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS | 1 |

** Należy uwzględnić, że 1 pkt ECTS odpowiada 25-30 godzin całkowitego nakładu pracy studenta.*

6. PRAKTYKI ZAWODOWE W RAMACH PRZEDMIOTU

| | |
|----------------------------------|--|
| wymiar godzinowy | |
| zasady i formy odbywania praktyk | |

7. LITERATURA

Literatura podstawowa:

1. Robert Pieczykolan: Informacja marketingowa. - Warszawa : Polskie Wydaw. Ekonomiczne, 2005.
2. Czesław Skowronek, Zdzisław Sariusz-Wolski:1999. Logistyka w przedsiębiorstwie, PWE, Warszawa,

3. Danuta Kempny: 2001, Logistyczna obsługa klienta, PWE, Warszawa.
4. Teresa Truś, Eugeniusz Januła: Ekonomia logistyki . Warszawa, Difin, 2010.
5. Krzysztof Rutkowski: Logistyka dystrybucji. 2001. Praca zb. Red., Difin.

Literatura uzupełniająca:

1. Czasopisma: „Logistyka”; „EuroLogistics”; „Gospodarka Materiałowa i Logistyka”; „Marketing i rynek”, „Rynek.”, prasa codzienna i strony internetowe
2. red. nauk. Henryk Mruk: Marketing - zagadnienia współczesne. - Poznań: "Forum Naukowe" : "Passat" - Paweł Pietrzyk, 2008.
3. Marketing / Philip Kotler, Kevin Lane Keller ; wyd. pod red. Bogny Pilarczyk oraz Henryka Mruka ; przekł. Marek Zawiślak i Jacek Środa. - Poznań: Rebis, 2017.

Akceptacja Kierownika Jednostki lub osoby upoważnionej