

SYLABUS

DOTYCZY CYKLU KSZTAŁCENIA 2020/2021-2021/2022

(skrajne daty)

Rok akademicki 2021/2022

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_Wo9
EK_02	potrafi realizować uczenie się przez całe życie oraz samodzielnie planować i realizować własny rozwój	K_Uo7
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 OSIĄGNIĘCIA 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,

- | |
|--|
| <ol style="list-style-type: none">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. |
| <p>Literatura uzupełniająca:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Czasopisma: „Logistyka”; „EuroLogistics”; „Gospodarka Materialowa i Logistyka”; „Marketing i rynek”, „Rynek.”, prasa codzienna i strony internetowe2. 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