

Karta przedmiotu - Żywność premium

Kierunek: Inżynieria jakości produktu

Wymagania wstępne

1. Podstawy marketingu
2. Ogólna znajomość trendów i preferencji konsumentów na rynku żywności.
3. Znajomość klasyfikacji żywności i rynku produktów żywnościowych.

Nazwa przedmiotu	Żywność premium	
Grupa przedmiotów	Przedmioty do wyboru sem. VI Przedmioty menadżerskie	
Język prowadzenia przedmiotu	polski	
Kod/Specjalność	ZJ-IJ-XX-X1-24/25Z-ZYWPRE Brak	
Kategoria przedmiotu	do wyboru	
Profil studiów	Ogólnoakademicki	
Poziom PRK	Poziom 6 - I. stopień (studia inżynierskie)	
Rok studiów/semestr	3/6	
Forma zajęć/liczba godzin	stacjonarne:	Konwersatorium: 15
	niestacjonarne:	Konwersatorium: 9

Dyscypliny/punkty ECTS	Nauki o zarządzaniu i jakości:		0
	Inżynieria materiałowa:		0
	Językoznawstwo:		0
	Nauki chemiczne:		0
	Ekonomia i finanse:		0
	Informatyka:		0
	Nauki fizyczne:		0
	Matematyka:		0
	Nauki biologiczne:		0
	Inżynieria mechaniczna:		0
	Nauki o sztuce:		0
	Nauki prawne:		0
	Technologia żywności i żywienia:		2
	Inne dyscypliny:		0
	Nauki o kulturze i religii:		0
	Historia:		0
	Filozofia:		0
	Razem		2
Wykładowca odpowiedzialny za przedmiot	Pyrzyńska Ewa, dr inż. (Katedra Jakości Produktów Żywnościowych)		
Cele przedmiotu	Kod	Opis	
	C1	Zapoznanie z najnowszymi trendami na rynku żywności premium i ze współczesnymi narzędziami marketingowymi stosowanymi na rynku żywności.	
	C2	Doskonalenie umiejętności łączenia zdobytej wiedzy z praktyką zawodową.	
	C3	Wykształcenie techniki pracy w zespole, elastycznego reagowania na potrzeby rynku i konieczności stałego podnoszenia swoich kompetencji.	

Realizowane efekty uczenia się	Kod	Kat.	Opis	Kierunkowe efekty uczenia się	
	E1	W	Student zna i rozumie podstawowe narzędzia marketingowe stosowane w sektorze premium. Zna pojęcie żywności premium i jest w stanie scharakteryzować wybrane segmenty jej rynku. Student zna i rozumie zachowania konsumentów żywności premium.	ZJ-ST1-IJ-W01-24/25Z	ZJ-ST1-IJ-W03-24/25Z
	E2	U	Student potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę do kreowania i zarządzania marką produktu żywnościowego w sektorze premium, prowadzić komunikację z aktualnymi i potencjalnymi konsumentami, jak również ma narzędzia do doskonalenia oferty asortymentowej.	ZJ-ST1-IJ-U01-24/25Z	ZJ-ST1-IJ-U02-24/25Z
	E3	K	Student jest gotów myśleć twórczo, ma świadomość konieczności ciągłego doskonalenia posiadanej wiedzy i umiejętności.	ZJ-ST1-IJ-K03-24/25Z	ZJ-ST1-IJ-K07-24/25Z
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się	Aktywność na zajęciach, Test wyboru.				
Treści przedmiotu	Konwersatorium				
Metody i formy prowadzenia zajęć	Dyskusja, Prezentacja, Wykład audytoryjny.				
Nakład pracy studenta (liczba godzin kontaktowych, pracy on-line i pracy samodzielnej) UWAGA: Dokładne rozpisanie pracy własnej studenta znajduje się na końcu karty	Rodzaj aktywności		Liczba godzin		
			stacjonarne	niestacjonarne	
	Udział w zajęciach dydaktycznych		15	9	
	Udział w konsultacjach		0	0	
	Udział w kolokwiah/egzaminie		0	0	
	Praca własna studenta		35	41	
	E-learning		0	0	
	Inne (kontaktowe)		0	0	
	Inne (bezkontaktowe)		0	0	
	Suma godzin		50	50	
	Liczba punktów ECTS		2	2	

Macierz realizacji przedmiotu	Efekt uczenia się	Odniesienie do efektów kierunkowych	Cele przedmiotu	Treści przedmiotu	Metody/narzędzia dydaktyczne	Sposoby weryfikacji efektu
	E1	ZJ-ST1-IJ-W01-24/25Z ZJ-ST1-IJ-W03-24/25Z	C1	W1 W2 W3 W4 W5 W6	N1 N3 N4	F8 F11
	E2	ZJ-ST1-IJ-U01-24/25Z ZJ-ST1-IJ-U02-24/25Z	C2	W1 W2 W3 W4 W5 W6	N1 N3 N4	F8 F11
	E3	ZJ-ST1-IJ-K03-24/25Z ZJ-ST1-IJ-K07-24/25Z	C3	W1 W3 W4 W5 W6	N1 N3 N4	F8 F11
Literatura podstawowa	Lp.	Opis pozycji				
	1	Górska-Warsewicz H., Świątkowska M., Krajewski K. (2013). Marketing żywności. Wolters Kluwer SA, Warszawa.				
	2	Świderski F., Waszkiewicz-Robak B. (red.), (2010). Towaroznawstwo żywności przetworzonej z elementami technologii. Wyd. SGGW, Warszawa.				
Literatura uzupełniająca	Lp.	Opis pozycji				
	1	Aktualne raporty, m.in. Delloite, KPMG, Mintel				
	2	Sieczko A., Sieczko L. (2017). Preferencje konsumentów żywności wysokojakościowej w stosunku do dostępnych kanałów dystrybucji. Marketing i Rynek, 10, 840-849.				
	3	Skowronek I. (2014). Zmysły dla zysku. Marketing sensoryczny w praktyce. Wydawnictwo Poltext, Warszawa.				
	4	Sloan A.E. (2018). Prioritizing Premium. Food Technology. Vol. 2, no 7. Dostęp: https://www.ift.org/news-and-publications/food-technology-magazine/issues/2018/july/features/2018-specialty-foods-trends				
Forma i warunki zaliczenia przedmiotu	Sposób obliczania średniej z ocen bieżących (zgodnie z §28 pkt. 4 Regulaminu studiów)					
	nie określono					
	Sposób obliczania oceny końcowej (zgodnie z §28 pkt. 5 Regulaminu studiów)					
	ocena z zaliczenia w formie pisemnej					
	Dodatkowe informacje o sposobie obliczania oceny końcowej lub egzaminie					
	brak					

Osoby prowadzące przedmiot	Lp.	Nauczyciel
	I	Pyrzyńska Ewa, dr inż. (Katedra Jakości Produktów Żywnościowych)
Informacje dodatkowe		

Status karty: **ZAAKCEPTOWANY** przez: Miśniakiewicz Małgorzata, dr inż.

	Forma aktywności studenta	Liczba godzin	
		stacjonarne	niestacjonarne
Nakład pracy studenta	Zajęcia z planu studiów	15	9
	Analiza źródeł (literatury, badań, sprawozdań, aktów normatywnych, orzecznictwa, dokumentów programowych itp.)	10	10
	Analiza problemu, wymagań, przesłanek itp.	6	7
	Przygotowanie i analiza danych	5	5
	Przeprowadzenie badań (literaturowych, empirycznych)	5	5
	Przygotowanie prac pisemnych (ekspertyza, projekt, esej, raport, referat itp.)	5	10
	Przygotowanie prezentacji	4	4
	Suma godzin	50	50
	Liczba punktów ECTS	2	2

