



Marketing i zarządzanie w dietetyce

1. METRYCZKA	
Rok akademicki	2022/2023
Wydział	Nauk o Zdrowiu
Kierunek studiów	Dietetyka
Dyscyplina wiodąca (zgodnie z załącznikiem do Rozporządzenia Ministra MSW z 26 lipca 2019)	Nauki o zdrowiu
Profil studiów (ogólnoakademicki/praktyczny)	Praktyczny
Poziom kształcenia (I stopnia/II stopnia/ jednolite magisterskie)	II stopnia
Forma studiów (stacjonarne/niestacjonarne)	Stacjonarne
Typ modulu/przedmiotu (obowiązkowy/fakultatywny)	Obowiązkowy
Forma weryfikacji efektów uczenia się (egzamin/zaliczenie)	Egzamin

„Prawa majątkowe, w tym autorskie, do sylabusu, przysługują WUM. Sylabus może być wykorzystywany dla celów związanych z kształceniem na studiach odbywanych w WUM. Korzystanie z sylabusu w innych celach wymaga zgody WUM.”

Jednostka/jednostki prowadząca/e (oraz adres/yjednostki/jednostek)	Zakład Żywienia Człowieka ul. Erazma Ciołka 27 01-445 Warszawa
--	--

Kierownik jednostki/kierownicy jednostek	Dr hab. Iwona Traczyk
Koordinator przedmiotu (tytuł, imię, nazwisko, kontakt)	Dr Magdalena Zegan magdalena.zegan@wum.edu.pl
Osoba odpowiedzialna za sylabus (imię, nazwisko oraz kontakt do osoby, której należy zgłaszać uwagi dotyczące sylabusa)	Dr Magdalena Zegan magdalena.zegan@wum.edu.pl
Prowadzący zajęcia	Dr Magdalena Zegan

2. INFORMACJE PODSTAWOWE

Rok i semestr studiów	I mgr, semestr zimowy	Liczba punktów ECTS	2
FORMA PROWADZENIA ZAJĘĆ		Liczba godzin	Kalkulacja punktów ECTS
Godziny kontaktowe z nauczycielem akademickim			
wykład (W)		15	
seminarium (S)		10	
ćwiczenia (C)			
e-learning (e-L)			
zajęcia praktyczne (ZP)			
praktyka zawodowa (PZ)			
Samodzielna praca studenta			
Przygotowanie do zajęć i zaliczeń		25	

3. CELE KSZTAŁCENIA

„Prawa majątkowe, w tym autorskie, do sylabusa, przysługują WUM. Sylabus może być wykorzystywany dla celów związanych z kształceniem na studiach odbywanych w WUM. Korzystanie z sylabusa w innych celach wymaga zgody WUM.”

C1	Dostarczenie wiedzy na temat możliwości zastosowania koncepcji oraz narzędzi marketingowych na rynku żywnościowym oraz usług dietetycznych
C2	Dostarczenie wiedzy na temat postaw w tym zachowań konsumentów wobec żywności i żywienia
C3	Rozwinięcie umiejętności praktycznego korzystania z teorii marketingu i zarządzania
C4	Umiejętność praktycznego wykorzystania wiedzy z zakresu marketingu i zarządzania dla przystosowania do podjęcia pracy w sektorze związanym z świadczeniami w zakresie dietetyki /poradnictwem dietetycznym oraz przemyśle spożywczym

4. EFEKTY UCZENIA SIĘ		
Numer efektu uczenia się	Efekty w zakresie	
Wiedzy — Absolwent zna i rozumie:		
E_W58	Definiuje podstawowe zagadnienia z zakresu podstaw marketingu i zarządzania w dietetyce	
Umiejętności — Absolwent potrafi:		
E_U50	Stosuje posiadaną wiedzę z zakresu marketingu i zarządzania do analizy zjawisk zachodzących w otoczeniu rynkowym oraz zrozumienia postaw i zachowań konsumentów na rynku.	
Kompetencji społecznych — Absolwent jest gotów do:		
E_K16	Świadomy potrzeby pogłębiania wiedzy w zakresie marketingu i zarządzania w dietetyce	
5. ZAJĘCIA		
Forma zajęć	Treści programowe	Efekty uczenia się
Wykłady		
1	Pojęcie marketingu. Marketing w ujęciu klasycznym, nowoczesnym i instrumentalnym. Geneza marketingu. Orientacja marketingowa w porównaniu z orientacją produkcyjną, produktową i sprzedażową. Marketing usług.	E_W58, E_K16
2	Zachowania nabywców. Proces podejmowania decyzji. Czynniki determinujące zachowania konsumentów. Postawy jawne i utajone konsumentów.	E_W58, E_K16
3	Marketing – mix. Mieszanka marketingowa. Rynek, jako podstawa działalności marketingowej. Zarządzanie. Produkt. Marketingowa koncepcja produktu. Klasyfikacja produktów. Fazy cyklu życia produktu.	E_W58, E_K16
4	Strategia cen. Kierunki i formy polityki cen. Pojęcie, funkcje i rodzaje kanałów dystrybucji.	E_W58, E_K16
5	Strategie promocji i komunikacji. Opakowanie, jako element działalności marketingowej.	E_W58, E_K16
Seminaria		
1	Segmentacja, jako narzędzie wyboru rynku docelowego	E_W58, E_U50, E_K16

„Prawa majątkowe, w tym autorskie, do sylabusu, przysługują WUM. Sylabus może być wykorzystywany dla celów związanych z kształceniem na studiach odbywanych w WUM. Korzystanie z sylabusu w innych celach wymaga zgody WUM.”

2	Zarządzanie strategiczne. Decyzje strategiczne i taktyczne	E_W58, E_U50, E_K16
3	Planowanie działalności marketingowej. Planowanie strategii produktu	E_W58, E_U50, E_K16
4	Planowanie strategii – ceny, dystrybucji, promocji	E_W58, E_U50, E_K16
5	Działalność marketingowa na rynku produktów spożywczych i usług dietetycznych. Prezentacja zaliczeniowa.	E_W58, E_U50, E_K16

6. LITERATURA

Obowiązkowa

1. Mazurek-Łopacińska K. Zachowania konsumentów na współczesnym rynku. Perspektywa marketingowa. PWE 2021
2. Westwood J. Jak stworzyć plan marketingowy Lingea 2021
3. Mrożek M. Marketing i sprzedaż produktów pochodzących z gospodarstwa rolnego. Centrum doradztwa rolniczego w Brwinowie. Oddział w Radomiu. Radom 2020
4. Bukowska – Piestrzyńska A. Marketing usług zdrowotnych. Od budowania wizerunku placówki do zadowolenia klientów CeDeWu 2018
5. Sławka Scaerso, Squadrilli L. Marketing smaku. Jak promować produkty regionalne, usługi gastronomiczne oraz organizować wydarzenia kulinarne. Esteri 2017
6. Michalski E. Marketing. Podręcznik akademicki. PWN. Warszawa 2017
7. Górską-Warsewicz H., Świątkowska M., Krajewski K. Marketing żywności. Oficyna, Warszawa 2013
8. Armstrong G., Kotler P. Marketing. Oficyna 2012
9. Syrkiewicz-Światały M. Marketing w ochronie zdrowia. Marketing in health care. ŚLĄSKI UNIWERSYTET MEDYCZNY W KATOWICACH 2011
10. Wood M. Plan marketingowy PWE 2007
11. Jeznach M., Podstawy marketingu żywności. Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2007

Uzupełniająca

1. Czasopismo Marketing i rynek. PWE

7. SPOSOBY WERYFIKACJI EFEKTÓW UCZENIASIĘ

Symbol przedmiotowego efektu uczenia się	Sposoby weryfikacji efektu uczenia się	Kryterium zaliczenia
E_W58	Egzamin pisemny (pytania testowe, jednokrotnego wyboru)	Zdobycie minimum 65% punktów
E_W58, E_U50, E_K16	Zadania tematyczne realizowane i omawiane w czasie seminariów.	Zdobycie minimum 60% punktów

8. INFORMACJE DODATKOWE (informacje istotne z punktu widzenia nauczyciele niezawarte w pozostałej części sylabusu, np. czy przedmiot jest powiązany z badaniami naukowymi, szczegółowy opis egzaminu, informacje o kole naukowym)

„Prawa majątkowe, w tym autorskie, do sylabusu, przysługują WUM. Sylabus może być wykorzystywany dla celów związanych z kształceniem na studiach odbywanych w WUM. Korzystanie z sylabusu w innych celach wymaga zgody WUM.”