

Towaroznawstwo i marketing żywności

KONCEPCJA KSZTAŁCENIA

Służenie zrównoważonemu rozwojowi gospodarczemu i intelektualnemu polskiego społeczeństwa ze szczególnym uwzględnieniem gospodarki żywnościowej i szeroko rozumianego środowiska przyrodniczego jest wpisane w misję Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego. Uczelnia realizuje te cele wspierając prowadzenie badań naukowych i kształcenie oraz działalność wdrożeniową na najwyższym poziomie, a także promując kadry zawodowe i naukowe oraz stwarzając społeczeństwu możliwości ciągłego zdobywania i uzupełniania wiedzy poprzez organizację różnych form edukacji, nie tylko w zakresie studiów 1 i 2 stopnia, ale także szkoły doktorskiej, studiów podyplomowych, kursów doszkalających, uniwersytetu otwartego, otwartych laboratoriów i innych form.

Kształcenie na kierunku *Towaroznawstwo i marketing żywności* realizowane jest w ramach dyscypliny naukowej *Technologia żywności i żywienie*. Do realizacji procesu dydaktycznego włączeni są przede wszystkim pracownicy Instytutu Nauk o Żywności, specjalizujący się w różnych obszarach produkcji żywności, towaroznawstwa, oceny jakości i bezpieczeństwa żywności i prawa żywnościowego, a także pracownicy Instytutu Ekonomii i Finansów oraz Instytutu Zarządzania, specjalizujący się w zakresie marketingu, reklamy, ekonomii i finansów. Dydaktykami na kierunku są także pracownicy innych jednostek Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego.

Nauczanie na kierunku *Towaroznawstwo i marketing żywności* odbywa się z zachowaniem najwyższych standardów. Absolwenci przygotowani są do realizacji potrzeb współczesnego rynku pracy, które wskazują na konieczność ciągłego pogłębiania wiedzy i umiejętności oraz kształtowania odpowiednich kompetencji społecznych, uwzględnionych w programie kierunku studiów. Koncepcja nauczania oraz treści dydaktyczne na kierunku wzbogacane są o aspekty praktyczne, aby ułatwić absolwentom wejście na rynek pracy i funkcjonowanie na nim. Absolwenci mają kompetencje umożliwiające podjęcie pracy zawodowej na stanowiskach wymagających wysokich kwalifikacji. Kształcenie studentów na tym kierunku zawiera w sobie dwa podstawowe nurty. Absolwenci kierunku *Towaroznawstwo i marketing żywności* mają wiedzę oraz umiejętności z zakresu przetwórstwa surowców roślinnych i zwierzęcych, towaroznawstwa i oceny jakości żywności nieprzetworzonej i produktów przemysłu spożywczego, projektowania produktów uwzględniającego wymagania rynku oraz wdrażania i obrotu gotowymi produktami. Jednocześnie mają oni wiedzę i umiejętności związane

z marketingiem żywności, obejmujące zagadnienia związane z analizą potrzeb konsumentów i ich segmentacją, podstawy zarządzania w przedsiębiorstwie, zagadnienia związane z organizacją badań marketingowych, analizą możliwości sprzedaży produktów spożywczych uwzględniając wymogi rynkowe, a także kształtowania dobrego odbioru produktów przez konsumentów oraz znajomością nowoczesnych strategii rynkowych przedsiębiorstw. Ważnymi zagadnieniami poruszonymi podczas kształcenia są też kwestie związane z odpowiednią komunikacją marketingową między przedsiębiorstwem a rynkiem, która jest podstawą prowadzenia sprzedaży na tym rynku. Absolwenci charakteryzują się pożądanymi na rynku kompetencjami związanymi z umiejętnością pracy zespołowej, umiejętnością pełnienia różnych ról w zespołach, w których pracują, w tym znajomością zasad kierowania zespołami ludzkimi. Są także przygotowani do prowadzenia działalności gospodarczej. Program studiów zakłada wykształcenie absolwentów, którzy będą potrafili komunikować ze sobą różne działy funkcjonujące w zakładach produkcyjnych, nie zawsze rozumiejące dostępne możliwości i ograniczenia występujące w zakresie rozwoju nowego produktu. Absolwenci są przygotowani do pracy w różnych ogniwach łańcucha żywnościowego i mogą pracować w różnych przedsiębiorstwach przemysłu spożywczego lub zajmujących się wytwarzaniem i obrotem żywnością w charakterze towaroznawcy, specjalisty ds. jakości, specjalisty ds. marki (*Brand Manager*) oraz marketingowego zarządzania produktem, specjalisty ds. badań i rozwoju produktu (*Product Developer*), a także specjalisty ds. sprzedaży, dystrybucji towarów, logistyki, eksportu lub organizacji dostaw. Mogą także znaleźć pracę w urzędach celnych, firmach zajmujących się atestami i certyfikacją wyrobów oraz w instytucjach badawczych i ośrodkach badawczo-rozwojowych. Celem studiów na kierunku *Towaroznawstwo i marketing żywności* jest także przygotowanie studenta do prowadzenia badań naukowych i kontynuowania nauki na studiach II stopnia.

Studia na kierunku *Towaroznawstwo i marketing żywności* trwają 7 semestrów, a przypisana im liczba punktów ECTS to 210, przy czym w każdym semestrze liczba punktów ECTS jest równa 30. Program studiów obejmuje przedmioty o charakterze ogólnym, poszerzające i systematyzujące wiedzę niezbędną do zgłębiania zagadnień zawodowych w ramach przedmiotów kierunkowych, a następnie zajęcia o coraz bardziej specjalistycznym charakterze. Studenci mają możliwość rozwijania i kształtowania swojej wiedzy poprzez szeroki wybór przedmiotów fakultatywnych. Oferta przedmiotów fakultatywnych aktualizowana jest na bieżąco na podstawie uchwał Rady Programowej oraz opinii Samorządu Studentów. Koncepcja kształcenia na kierunku zakłada umiędzynarodowienie procesu dydaktycznego poprzez promowanie wymiany akademickiej w ramach międzynarodowych programów, takich jak np.

ERASMUS, CEEPUS i innych. Studenci uczestniczą w lektoratach z wybranego języka obcego, zdobywając umiejętność posługiwania się specjalistycznym słownictwem obcojęzycznym. Umiejętności te mogą być wykorzystane i pogłębione podczas wspomnianej wymiany międzynarodowej, a następnie na międzynarodowym rynku pracy.

W programie studiów uwzględniono praktykę zawodową, podczas której studenci mają szansę w środowisku otoczenia gospodarczego pogłębiać w swoją wiedzę i umiejętności zdobyte podczas studiów i zapoznać się ze specyfiką i wymaganiami przyszłych miejsc pracy.

Jakość kształcenia na kierunku podlega monitorowaniu poprzez regularne hospitacje zajęć, analizę osiągniętych efektów uczenia się studentów oraz analizę wyników ankiet studenckich. Program kształcenia jest efektem dyskusji w gronie pracowników zaangażowanych w dydaktykę, dostosowania programu do aktualnych przepisów prawa, konsultacji z pracodawcami i studentami, a także monitorowania i ankietowania losów absolwentów kierunku.

Założone efekty uczenia się są zgodne z koncepcją i celami kształcenia oraz odpowiadają poziomowi 6. Polskiej Ramy Kwalifikacji. Studia na kierunku *Towaroznawstwo i marketing żywności* kończą się uzyskaniem tytułu inżyniera.