

SYLABUS – OPIS ZAJĘĆ/PRZEDMIOTU

I. Informacje ogólne

1. Nazwa zajęć/przedmiotu:

Marketing ekologiczny jako element koncepcji zrównoważonego rozwoju

2. Kod zajęć/przedmiotu:

3. Rodzaj zajęć/przedmiotu (obowiązkowy lub fakultatywny): fakultatywny

4. Kierunek studiów: Ochrona środowiska, studia stacjonarne

5. Poziom studiów (I lub II stopień, jednolite studia magisterskie): I stopień

6. Profil studiów (ogólnoakademicki / praktyczny): ogólnoakademicki

7. Rok studiów (jeśli obowiązuje): III

8. Rodzaje zajęć i liczba godzin (np.: 15 h W, 30 h CW):

Wykłady: 10 godzin

Konwersatoria: 5 godzin

9. Liczba punktów ECTS: 1

10. Imię, nazwisko, tytuł/stopień naukowy, adres e-mail prowadzącego zajęcia

dr hab. Teresa Lehmann, lehmann@amu.edu.pl

11. Język wykładowy: polski

12. Zajęcia/przedmiot prowadzone zdalnie (e-learning) (tak [częściowo/w całości] / nie): nie

II. Informacje szczegółowe

1. Cele zajęć/przedmiotu

1. Zapoznanie z założeniami zrównoważonej konsumpcji.
2. Poznanie proekologicznych potrzeb konsumentów.
3. Wykorzystanie ekologicznych aspektów jakości wyrobów do budowania ekologicznej marki produktu i wizerunku firmy.
4. Przekazanie wiedzy na temat genezy i istoty marketingu ekologicznego (ekomarketingu).

2. Wymagania wstępne w zakresie wiedzy, umiejętności oraz kompetencji społecznych (jeśli obowiązują)

3. Efekty uczenia się (EU) dla zajęć i odniesienie do efektów uczenia się (EK) dla kierunku studiów

Symbol EU dla przedmiotu	Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia EU student/ka:	Symbole EK dla kierunku studiów
Efekt_01	wyjaśnia ideę zrównoważonej konsumpcji i identyfikuje jej relację ze stanem środowiska	K_W17, K_U03, K_U10, K_K01, K_K09
Efekt_02	wyjaśnia konsekwencje rynkowe potrzeb proekologicznych konsumentów oraz identyfikuje relację między motywacją ekologiczną, ekonomiczną i społecznym systemem wartości	K_W13, K_W14, K_W17, K_U04, K_K01, K_K09
Efekt_03	zna zasady i wymogi klasyfikacji ekoprodktu	K_W27, K_W28, K_W32, K_U04, K_K09
Efekt_04	zna i rozumie systemowe rozwiązania w zakresie ekologicznego znakowania wyrobów	K_W26, K_U18, K_U19, K_U06, K_K08, K_K09
Efekt_05	zna i rozumie nierzetelne wykorzystywanie ekomarketingu do budowania przewagi konkurencyjnej firm na rynku	K_W13, K_U04, K_U10, K_K04, K_K08
Efekt_06	rozumie rolę świadomości ekologicznej konsumenta w działalności ekomarketingowej i ekorozwoju,	K_K01, K_K03, K_K05, K_K10

Efekt_07	zna i rozumie rolę znakowania ekologicznego produktów i ekoprojektowania w kształtowaniu zużycia i ochrony zasobów naturalnych	K_W27, K_U04, K_U10, K_K04, K_K09, K_K08
Efekt_08	zna zasady tworzenia rzetelnego przekazu marketingowego w formie prezentacji multimedialnej, promującego produkt przyjazny dla środowiska	K_U03, K_U10, K_K01
Efekt_09	zna różne źródła literatury polskiej i obcojęzycznej dotyczące świadomości ekologicznej, zrównoważonego rozwoju oraz marketingu ekologicznego	K_U09, K_U05, K_U10, K_K01

4. Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się (EU) z odniesieniem do odpowiednich efektów uczenia się (EU) dla zajęć/przedmiotu

Treści programowe dla zajęć/przedmiotu	Symbol EU dla zajęć/przedmiotu
Cykl życia produktu. Modele konsumpcji. Społeczno-ekonomiczna rola konsumpcji. Współzależność konsumpcji i jakości środowiska.	Efekt_01, Efekt_02
Charakterystyka postaw konsumentów wobec cech ekologicznych wyrobów. Konsekwencje rynkowe potrzeb proekologicznych konsumentów. Relacja polityki ekologicznej a ekonomiczny i społeczny system wartości. Kształtowanie i rozwijanie świadomości ekologicznej w zachowaniach konsumentów. Rozwój rynku potrzeb proekologicznych (produktów i usług).	Efekt_02, Efekt_03, Efekt_06, Efekt_07
Definicja ekoprodktu, wyznaczniki stałe i zmienne ekoprodktu, czynniki decydujące o jakości ekoprodktu, produkty proekologiczne. Znakowanie ekologiczne wyrobu, teoria znaku, systemy znakowania ekologicznego wyrobów, znakowanie ekologiczne w standardach ISO (norma ISO 14001 i rodzina standardów ISO 14000). System ekozarządzania i audytu EMAS w Polsce i Unii Europejskiej. Strategia wytwarzania produktu ekologicznego: cena, dystrybucja i redystrybucja, promocja (ekomarketing-mix). Ekologia i ekorozwój jako wyróżnik unikatowej pozycji sprzedaży i źródła wartości produktu/marki. Marketing ekologiczny jako forma budowania przewagi konkurencyjnej na rynku - nierzetelny marketing ekologiczny - (ang. greenwashing).	Efekt_03, Efekt_04, Efekt_05, Efekt_06, Efekt_07, Efekt_09
Rola znakowania ekologicznego jako instrumentu w budowaniu zaufania konsumenta. Charakterystyka postaw konsumentów wobec cech ekologicznych wyrobów oraz ich wpływ na decyzje projektanta i producenta	Efekt_01, Efekt_02, Efekt_03, Efekt_05, Efekt_07, Efekt_08
Idea zrównoważonego rozwoju w marketingu. Ekologiczna filozofia działania firmy. Produkt w interpretacji marketingowej. Komunikacja marketingowa. Kształtowanie ekologicznego wizerunku firmy. Korzyści komercyjne, środowiskowe i kulturowe ekomarketingu na wybranych przykładach firm produkcyjnych. Finansowanie ekoinwestycji.	Efekt_01, Efekt_02, Efekt_03, Efekt_03, Efekt_04, Efekt_06, Efekt_07, Efekt_09

5. Zalecana literatura

Wydawnictwa książkowe (wybrane fragmenty wskazane w trakcie zajęć)

1. Kowalski Z., Kulczycka J. Góralczyk M.: Ekologiczna ocena cyklu życia procesów wytwórczych (LCA). Polskie Wydawnictwo Naukowe, Warszawa, 2007.
2. Adamczyk W.: Ekologia wyrobów. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa, 2004.
3. Kobyłko G.: Proekologiczne zarządzanie przedsiębiorstwem. Wydawnictwo: Akademii Ekonomicznej, Wrocław, 2007.
4. Fiedor B., Czaja S., Graczyk A. Jakubczyk Z: Podstawy ekonomii środowiska i zasobów naturalnych. Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa, 2001.
5. Bronakowski H.: Rynek- marketing dóbr i usług ekologicznych - słownik podstawowych pojęć. Wyższa Szkoła Finansów i Zarządzania, Białystok, 1997.
6. Skolimowski H.: Filozofia żyjąca: eko-filozofia jako drzewo życia. Wydawnictwo Pusty Obłok, Warszawa, 1993.
7. Górka K., Podskrobko B., Radecki W.: Ochrona środowiska. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa, 2001.

8. Strumińska-Kutra M.: Świadomość ekologiczna Polaków. Analiza wyników badań ilościowych z lat 1992-2011. Instytut na Rzecz Ekorozwoju, Warszawa, 2011.
9. Podskrobko B.: Zarządzanie środowiskiem. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa, 2007.
10. Charter M.: Greener marketing. A responsible approach to business, Greenleaf Publishing in association with GSE Research. Wielka Brytania, 1992.

Artykuły w czasopismach

1. Gawron M., Kitta E., Zagajewski A., Shageev A. (2011): Europejski system ekoznaków i jego rola w ograniczaniu zagrożeń przemysłowych. Management Systems In Production Engineering, No 3(3).
 2. Witczak J. (2004): Ekoprodukt- próba systematyzacji. Problemy Ekologii, vol. 8, nr 4.
 3. Fret B. (2015): Nierzetelny marketing ekologiczny (greenwashing) - opis zjawiska i próba jego kwalifikacji prawnych, Przegląd Prawa Ochrony Środowiska, 2.
6. Informacja o tym, gdzie można zapoznać się z materiałami do zajęć, instrukcjami do laboratorium, itp.

III. Informacje dodatkowe

1. Metody i formy prowadzenia zajęć umożliwiające osiągnięcie założonych EK (proszę wskazać z proponowanych metod właściwe dla opisywanego modułu lub/i zaproponować inne)

Metody i formy prowadzenia zajęć	
Wykład z prezentacją multimedialną wybranych zagadnień	TAK
Wykład konwersatoryjny	TAK
Wykład problemowy	
Dyskusja	TAK
Praca z tekstem	
Metoda analizy przypadków	TAK
Uczenie problemowe (Problem-based learning)	
Gra dydaktyczna/symulacyjna	
Rozwiązywanie zadań (np.: obliczeniowych, artystycznych, praktycznych)	
Metoda ćwiczeniowa	
Metoda laboratoryjna	
Metoda badawcza (dociekania naukowego)	
Metoda warsztatowa	
Metoda projektu	TAK
Pokaz i obserwacja	
Demonstracje dźwiękowe i/lub video	
Metody aktywizujące (np.: „burza mózgów”, technika analizy SWOT, technika drzewka decyzyjnego, metoda „kuli śniegowej”, konstruowanie „map myśli”)	
Praca w grupach	

2. Sposoby oceniania stopnia osiągnięcia EU (proszę wskazać z proponowanych sposobów właściwe dla danego EU lub/i zaproponować inne)

Sposoby oceniania	Symbole EU dla przedmiotu								
	Efekt_1	Efekt_2	Efekt_3	Efekt_4	Efekt_5	Efekt_6	Efekt_7	Efekt_8	Efekt_9
Egzamin pisemny									
Egzamin ustny									
Egzamin z „otwartą książką”									
Kolokwium pisemne									
Kolokwium ustne									
Test									
Projekt			TAK	TAK	TAK	TAK	TAK	TAK	
Esej	TAK	TAK	TAK	TAK	TAK	TAK	TAK	TAK	TAK
Raport									
Prezentacja multimedialna									

3. Nakład pracy studenta i punkty ECTS

Forma aktywności	Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności
Godziny zajęć (wg planu studiów) z nauczycielem	15
Praca własna studenta	
Przygotowanie do zajęć	
Czytanie wskazanej literatury	5
Przygotowanie pracy pisemnej, raportu, prezentacji, demonstracji, itp.	5
Przygotowanie projektu	
Przygotowanie pracy semestralnej	
Przygotowanie do egzaminu / zaliczenia	
SUMA GODZIN	25
LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	1

4. Kryteria oceniania wg skali stosowanej w UAM

bardzo dobry (bdb; 5,0): aktywny udział w zajęciach, znakomita wiedza, umiejętności efektywnego prezentowania, analizy oraz dyskusji omawianych zagadnień, ugruntowane kompetencje personalne i społeczne, zrealizowanie zadań teoretycznych i praktycznych na poziomie poprawności 91-100%

dobry plus (+db; 4,5): aktywny udział w zajęciach, rzetelna wiedza, umiejętności efektywnego prezentowania, analizy oraz dyskusji omawianych zagadnień, ugruntowane kompetencje personalne i społeczne, zrealizowanie zadań teoretycznych i praktycznych na poziomie poprawności 81-90%

dobry (db; 4,0): aktywny udział w zajęciach, poprawnie ugruntowana wiedza, umiejętności prezentowania, analizy oraz dyskusji omawianych zagadnień, ugruntowane kompetencje personalne i społeczne, zrealizowanie zadań teoretycznych i praktycznych na poziomie poprawności 71-80%

dostateczny plus (+dst; 3,5): aktywny udział w zajęciach, poprawnie ugruntowana wiedza, umiejętności prezentowania oraz dyskusji omawianych zagadnień, ugruntowane kompetencje personalne i społeczne, zrealizowanie zadań teoretycznych i praktycznych na poziomie poprawności 61-70%

dostateczny (dst; 3,0): udział w zajęciach, selektywna wiedza, umiejętności poprawnego prezentowania omawianych zagadnień bez zdolności do analizy oraz dyskusji, umiarkowane kompetencje personalne i społeczne, zrealizowanie zadań teoretycznych i praktycznych na poziomie poprawności 51-60%

niedostateczny (ndst; 2,0): udział w zajęciach, selektywna wiedza, słabo wykształcone umiejętności prezentowania omawianych zagadnień, umiarkowane kompetencje personalne i społeczne, zrealizowanie zadań teoretycznych i praktycznych na poziomie poprawności poniżej 50%