

## **Ramowy program przedmiotu**

1. Nazwa przedmiotu: **RYNEK PRODUKTÓW EKOLOGICZNYCH**

2. Prowadzący (koordynator przedmiotu) **Dr inż. Mariusz Maciejczak**

3. Założenia i cele przedmiotu:

Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z tematyką rolnictwa ekologicznego jako systemu produkcji rolniczej i funkcjonowania produktów ekologicznych na rynku, ze szczególnym uwzględnieniem ich specyfiki rynkowej wynikającej z wysokiej wartości dodanej. Na zajęciach zostanie przekazana wiedza na temat zasad produkcji, kontroli i znakowania produktów ekologicznych w Polsce, UE i innych krajach. Studenci zostaną zapoznani ze strukturą rynku produktów ekologicznych, formami marketingu, dystrybucji i sprzedaży oraz charakterystyką konsumentów produktów ekologicznych.

4. Efekty kształcenia – nabyte umiejętności i kompetencje:

Studenci posiadają teoretyczną i praktyczną wiedzę oraz umiejętności niezbędne do funkcjonowania jako świadomy producent, dystrybutor i konsument na rynku produktów ekologicznych. Uzyskana wiedza pozwoli studentom na kształtowanie umiejętności produkcji ekologicznej i doskonalenie arkanów skutecznej promocji, dystrybucji i sprzedaży produktów ekologicznych.

5. Tematy wykładów (treści programowe):

- Specyfika systemu rolnictwa ekologicznego. System rolnictwa ekologicznego w Polsce.
- Wymagania prawne systemu rolnictwa ekologicznego w UE (w tym w Polsce) i innych krajach w zakresie produkcji i obrotu. Znakowanie produktów rolnictwa ekologicznego.
- Ekonomiczne aspekty produkcji ekologicznej.
- Współistnienie na rynku żywnościowym produktów ekologicznych z produktami pochodzącymi z innych systemów produkcji rolniczej.
- Rynek produktów ekologicznych w Polsce.
- Rynek produktów ekologicznych w Unii Europejskiej i na świecie.
- Konsumentów produktów ekologicznych.
- Marketing produktów ekologicznych.
- Sprzedaż i dystrybucja produktów ekologicznych.

## 6. Metody i pomoce dydaktyczne:

Zajęcia będą realizowane metodą wykładowo - seminaryjną, z naciskiem na aktywizujące formy pracy indywidualnej i grupowej, przy wykorzystaniu najnowszej wiedzy teoretycznej i licznych przykładów z życia gospodarczego oraz zastosowaniu różnych narzędzi informatycznych (MS. Office, Internet, etc.).

## 7. Forma zaliczenia przedmiotu:

Projekt opracowania i wdrożenia kampanii promocyjnej produktów ekologicznych wraz z analizą rynku na podstawie przeprowadzonych badań.

## 8. Autor programu ramowego:

Dr inż. Mariusz Maciejczak

Wydział Nauk Ekonomicznych

Katedra Ekonomiki i Organizacji Przedsiębiorstw

SGGW

## 9. Literatura

Podstawowa:

- Gutkowska K., Żakowska-Biemans S. (2003): Rynek żywności ekologicznej w Polsce i w krajach Unii Europejskiej. Wyd. SGGW, Warszawa
- Tyburski J., Żakowska-Biemans S. (2007): Wprowadzenie do Rolnictwa ekologicznego. Wyd. SGGW
- Runowski H. (1999): Organizacyjno - ekonomiczne aspekty rolnictwa ekologicznego. Wydawnictwo SGGW, Warszawa
- Łuczka – Bakula W. (2007): Rynek żywności ekologicznej. Wyd. PWE, Warszawa
- Pilarski S. (2003): Rynek żywności ekologicznej. Wyd. Wyższa Szkoła Agrobiznesu w Łomży, Łomża
- Sołtysiak U. (1998): Ekologiczna produkcja żywności w świetle wymogów Unii Europejskiej. Wyd. Centrum Doradztwa i Edukacji w Rolnictwie, Poznań
- Nachtman G., Żekało M. (2006): Efektywność ekonomiczna gospodarstw ekologicznych na tle konwencjonalnych w 2004r.”. Zagadnienia Ekonomiki Rolnej Nr 2/2006, Wyd. IERiGZ-PIB, Warszawa
- Łuczka-Bakula W. (2007): Porównanie cen ekologicznych oraz konwencjonalnych warzyw i owoców. Roczniki Naukowe SERIA, tom VIII, zeszyt 3. Wyd. Wieś Jutra, Warszawa.

Uzupełniająca:

- Sołtysiak U (1995): Rolnictwo ekologiczne: od producenta do konsumenta. Wyd. Stowarzyszenie Ekoland, Łódź
- Runowski H. (1996): Ograniczenia i szanse rolnictwa ekologicznego. Wyd. SGGW, Warszawa
- Niewęgłowska G. (2005) Gospodarstwa ekologiczne w Polsce. Wyd. IERiGZ-PIB, Warszawa
- Rozporządzenie Rady (EWG) nr 2092/91 z dnia 24 czerwca 1991 roku w sprawie produkcji ekologicznej produktów rolnych oraz znakowania produktów rolnych i środków spożywczych (Dz.U. L 198, z dn. 22.07.1991, s. 1, z późn. zm.)
- Artykuły z bazy danych Organic eprints: <http://orgprints.org/>
- Dokumenty ze strony internetowej Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi dot. Rolnictwa ekologicznego: [www.minrol.gov.pl](http://www.minrol.gov.pl)
- Dokumenty ze strony internetowej [www.soel.de](http://www.soel.de)
- Opracowania ze strony internetowej [www.odr.net](http://www.odr.net)

### **Informacja o przedmiocie w języku angielskim:**

1. **Subject name:** Market of organic products
2. **Lecture topics/practices topic:** The objective of the course is to develop knowledge and skills of future successful professionals, whom will be familiar with the issues of organic production and market of organic products. Special focus will be paid on the specifics of this market coming from high value added of the organic products. The research-based content is balanced between consumer and producer attitudes in Poland and worldwide. The course stresses synergy approach between the issues such as production and labeling, products characteristics and consumer profile or sale and promotion. It is assumed that knowledge and skills necessary to operate at the market of organic products are advanced most effectively through academically rigorous and practically innovative teaching methods, including case studies of best business practices and groundbreaking researches. Whether in small discussion groups or in class, always an active involvement will be demanded from students, allowing them to learn not only from the lectures, but also from each other.
3. **Pass conditions:** Project of the promotion campaign of organic products based on the market analysis.