

Gliederung „Agrar- und Lebensmittelmarketing“

1 Einführung Marketing-Management

- 1.1 Grundprinzipien Marketing
- 1.2 Entwicklung des Marketing
- 1.3 Marketing-Konzeption

2 Entscheidungsgrundlagen für die Marketing-Konzeption

- 2.1 Marketing-Forschung
- 2.2 Erklärungsansätze des Konsumentenverhaltens
- 2.3 Analyse der Marketingsituation

3 Marketingziele

- 3.1 Marketingziele von Unternehmen der Agrar- und Ernährungsbranche
- 3.2 Leitbilder als aggregierte Marketing-Zielsysteme

4 Marketingstrategien

- 4.1 Grundsätze strategischer Planung
- 4.2 Strategietypen des Agrarmarketing

5 Marketing-Mix

- 5.1 Produkt- und Markenpolitik
- 5.2 Preispolitik
- 5.3 Distributionspolitik
- 5.4 Kommunikationspolitik
- 5.5 Andere P's: People, Process, Physical Evidence

6 Agrarmarketing für landwirtschaftliche Unternehmen

- 6.1 Direktvermarktung
- 6.2 Kooperatives Agrarmarketing
- 6.3 Sonderformen des Agrarmarketing

7 Marketing in ausgewählten Sektoren des Agribusiness

- 7.1 Marketing im vorgelagerten Bereich
- 7.2 Marketing im nachgelagerten Bereich
- 7.3 Internationales Marketing

