

# Gliederung „Landwirtschaftliche Marktlehre“

---

## 1 Grundlagen

- 1.1 Einordnung der landwirtschaftlichen Marktlehre
- 1.2 Klassifizierung von Agrarprodukten
- 1.3 Wertschöpfungskette der Agrar- und Ernährungswirtschaft

## 2 Nachfrage nach Agrarprodukten

- 2.1 Entwicklung der Nahrungsmittelnachfrage
- 2.2 Präferenzen und Nutzen
- 2.3 Bestimmungsfaktoren der Nachfrage
- 2.4 Nachfrageelastizitäten
- 2.5 Ausgewählte Politikprobleme

## 3 Angebot von Agrarprodukten

- 3.1 Entwicklung des Angebots von Agrarprodukten
- 3.2 Bestimmungsfaktoren des Angebots
- 3.3 Elastizitätsanalyse des Angebots
- 3.4 Ausgewählte Politikprobleme

## 4 Agrarpreisbildung

- 4.1 Definition Markt
- 4.2 Marktformen
- 4.3 Mechanismen der Preisbildung
- 4.4 Agrarpreisschwankungen

## 5 Agrarmarktpolitik

- 5.1 Staatliche Eingriffe auf den Agrarmärkten
- 5.2 Ziele und Träger der Agrarmarktpolitik
- 5.3 Instrumente der Agrarmarktpolitik
- 5.4 Grundprinzipien der EU-Agrarmarktordnungen

## 6 Einführung Agrarmarketing

- 6.1 Ziele, Planung und Kontrolle des Marketings
- 6.2 Marketingstrategien
- 6.3 Entscheidungsfelder des Marketing