

UNIVERSITATEA „VASILE ALECSANDRI” DIN BACĂU
FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE
DEPARTAMENTUL MARKETING ȘI MANAGEMENT
PROGRAMUL DE STUDII MARKETING

MARKETING AGROALIMENTAR.

Curs universitar

- ediție revizuită și adăugită -

Laura Cătălina Țimiraș

2016

CUPRINS

I. Marketingul produselor agroalimentare – elemente introductive	pag. 7
II. Piața produselor agroalimentare.....	pag. 13
2.1. Categoriile de piețe agroalimentare.....	pag. 14
2.2. Cererea de produse agroalimentare.....	pag. 15
2.3. Oferta de produse agroalimentare.....	pag. 20
III. Comportamentul de cumpărare și consum al consumatorilor de produse agroalimentare	pag. 29
IV. Produsul în marketingul agroalimentar.....	pag. 39
4.1. Produsul agroalimentar – noțiuni introductive.....	pag. 39
4.2. Categoriile de produse agroalimentare.....	pag. 43
4.3. Ambalarea produselor agroalimentare.....	pag. 47
4.4. Aspecte specifice cu privire la produsul agroalimentar de la nivelul Uniunii Europene (rezultate din legislația în vigoare)	pag. 52
V. Prețul în marketingul agroalimentar.....	pag. 59
5.1. Particularități ale prețurilor produselor agroalimentare	pag. 59
5.2. Tehnici de intervenție a statului în formarea prețurilor	pag. 65
VI. Distribuția în marketingul agroalimentar.....	pag. 69
6.1. Conținutul distribuției.....	pag. 69
6.2. Canale de distribuție.....	pag. 70
VII. Promovarea în marketingul agroalimentar.....	pag. 75
7.1. Structura activității promoționale.....	pag. 75
7.2. Aspecte specifice ale comunicării cu privire la produsul agroalimentar de la nivelul Uniunii Europene (rezultate din legislația în vigoare)	pag. 79
Bibliografie.....	pag. 91