

Michael Harth

Agrarmarketing



Situationsanalyse

Käuferverhalten

B2C

Ziele

Place

Strategien

Marketing-Mix

Price

Product

B2B

Promotion

Agrarmarketing ist eine vergleichsweise junge Fachdisziplin, die sich bislang kaum in einschlägigen Lehrbüchern wiederfindet. Ähnlich orientierte Fachbücher behandeln häufig Marketingthemen des Agribusiness im Allgemeinen, in der Regel von Unternehmen des vor- und nachgelagerten Bereichs der Landwirtschaft.

Die Besonderheit des innovativen Bandes liegt in seiner einzigartigen Herangehensweise: Typische Marketingfragestellungen werden ausschließlich aus der Perspektive der landwirtschaftlichen Praxis besprochen. Im Fokus steht eine qualitätsorientierte Ausgestaltung der Marketingaktivitäten für Agrargüter. Neben den Grundlagen des B2B-Marketing für Agrargüter wird aktuellen Themen der Agrarbranche, wie Kundenorientierung, Markenpolitik, Warenterminbörsen, Kommunikationspolitik und kooperatives Marketing, besondere Aufmerksamkeit geschenkt.

Der didaktisch aufbereitete und reichlich bebilderte Titel richtet sich insbesondere an Studierende der Agrarwissenschaften, aber auch an Interessierte aus der landwirtschaftlichen Praxis, die ihrer Vermarktung einen qualitativen Impuls geben wollen.

Dies ist ein utb-Band aus dem Verlag Eugen Ulmer. utb ist eine Kooperation von Verlagen mit einem gemeinsamen Ziel: Lehr- und Lernmedien für das erfolgreiche Studium zu veröffentlichen.

ISBN 978-3-8252-5730-9



9 783825 257309



QR-Code für mehr Infos und
Bewertungen zu diesem Titel

utb.de