

Universitatea de Științe Agronomice și Medicină Veterinară din București
Facultatea de Agricultură



FIȘA DISCIPLINEI

METODE ȘI TEHNICI DE AGROMARKETING

STRUCTURA DISCIPLINEI

Programul de studii universitare de masterat	Consultanță agricolă
<i>Anul de studii</i>	II
<i>Semestrul</i>	2
<i>Regimul disciplinei</i>	Obligatorie / Aprofundare
<i>Numărul total de ore pe săptămână</i>	Curs – 1 oră; Proiect – 2 ore
<i>Numărul total de ore conform planului de învățământ</i>	Curs – 7 ore; Proiect – 14 ore
<i>Numărul de credite transferabile</i>	4

OBIECTIVELE DISCIPLINEI

- Dezvoltarea capacitatii studentilor masteranzi de realizare a unor analize corecte a pietei agroalimentare si de realizare a unor studii de piata si concepte de marketing ,utilizand tehnici si metodele prezente.
- Realizarea studiilor de piata pe baza carora vor fi labnsate in piata produse agroalimentare noi.
- Formarea de deprinderi privind realizarea unui interviu si analiza acestuia in vederea lansarii pe piata a unor produse utilizand tehnici si metode de agromarketing actuale,specifice pietei romanesti si europene.
- Realizarea abilitatilor de intelegere si utilizare a tehnicilor si metodelor moderne de agromarketing.

CONȚINUTUL DISCIPLINEI

CURS

- 1.Marketingul alimentar si Piata produselor agroalimentare.
- 2.Politica de produs in agromarketing; Valoarea nutritiva si calitatea produselor agroalimentare.
- 3.Produsele nutritionale.Noua generatie de produse alimentare si metode si tehnici de agromarketing.
- 4.Pretul in agromarketing.Cosul zilnic.Strategii,tehnici si metode de utilizare a pretului in agromarketing.
- 5.Distributia produselor, ca metoda in agromarketing.Functiile distributiei.Canale de distributie in agromarketing.
- 6.Politica de comunicare si tehnici de marketing agroalimentar.Ambalajul si eticheta.Promovarea produselor agroalimentare.
- 7.Relatia Cerere si Oferta in agromarketing.

LUCRĂRI PRACTICE – Proiect

- 1.Definitii. Concepte ,notiuni de agromarketing agroalimentar. Metode si tehnici de agromarketing utilizate pentru intocmirea studiilor de piata si a conceptelor de markeng. Intocmirea teoretica a unui concept de marketing in vederea lansarii unui produs agroalimentar pe piata.
2. Studiu de caz: Realizarea Conceptului de marketing pentru lapte si produsele lactate din Romania
Lucru in 2 echipe.

BIBLIOGRAFIE

- 1.Penescu A –Note de curs 2023;
- 2.Deaconescu M,Marketingul agroalimentar,Editura Universala,Bucuresti.

EVALUARE :

Tip de activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală %
Proiect	Prezentarea unui proiect”Concept de marketing,sau Studiu de piata, folosind metodele si tehnicile de agromarketing invatate in vederea lansarii unui produs agroalimentar pe piata”	Nota minima 5	100%
Alte activități			

Titularul activităților de curs și de lucrări practice: Prof.Univ.Dr. Penescu Aurelian