**Działalność Gospodarcza w Produkcji Rolniczej**

Klasa III TR (3 godz. tyg.)

Temat „strategia marketingowa” był ostatnim tematem z działu „Prowadzenie przedsiębiorstwa w branży rolno-żywnościowej”

1. Istota marketingu – rynek i potrzeby
2. Pojęcie i znaczenie marketingu
3. Segmentacja rynku nabywców
4. Produkt jako podstawowe narzędzie marketingu mix
5. Strategia i marka produktu
6. Cykl życia produktu
7. Asortyment produktów
8. Cena jako narzędzie marketingu mix
9. Strategie cenowe
10. Dystrybucja jako narzędzie marketingu mix
11. Kanały dystrybucji i ich charakterystyka
12. Logistyka marketingowa
13. Promocja jako forma komunikacji marketingowej
14. Reklama jako podstawowy instrument promocji
15. Opakowanie produktu jako forma promocji
16. Public relations i sponsoring
17. Promocja sprzedaży
18. Sprzedaż osobista
19. Istota i znaczenie badań marketingowych
20. Klasyfikacja badań marketingowych
21. Analiza szans i zagrożeń przedsiębiorstwa SWOT
22. Kwestionariusz jako podstawowe narzędzie badawcze
23. Zarządzanie marketingowe przedsiębiorstwem
24. Strategie marketingowe

Proszę przygotować się do sprawdzianu, który napiszecie w następnym tygodniu w formie testu w aplikacji test portal.

Link udostępnię we wtorek 28.04.2020r. natomiast test będzie aktywny w środę 29.04.2020r.

Tematów do realizacji nie zadaję ponieważ tematyka do nauki jest bardzo obszerna, także proszę się dobrze przygotować.

Życzę miłej pracy

Pozdrawiam

Rafał Iwan