

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ – COURSE DESCRIPTION

Τίτλος / Title:	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΤΡΟΦΙΜΩΝ	Υποχρ/Compuls <input checked="" type="checkbox"/>
Διδάσκων / Lecturer:	Κωνσταντίνος Λιονάκης, Διδάκτωρ Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών	Προαφ/Elect <input type="checkbox"/>
		Σεμιν/Seminar <input type="checkbox"/>
		Φθινοπ/Autumn <input checked="" type="checkbox"/>
		Εαρινό/Spring <input type="checkbox"/>

ΕΠΙΔΙΩΚΟΜΕΝΟΣ ΣΤΟΧΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ / COURSE GOALS

Ο στόχος του μαθήματος είναι η κατανόηση των αρχών, στρατηγικών και εργαλείων του Μάρκετινγκ εστιάζοντας σε Αγροτικά Προϊόντα και Τρόφιμα. Μετά την ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές (1) θα έχουν κατανοήσει και θα μπορούν να εφαρμόζουν τη φιλοσοφία του Μάρκετινγκ (2) θα έχουν αποκτήσει την κατάλληλη κατάρτιση ώστε να είναι σε θέση να υλοποιούν και να αξιολογούν ένα marketing plan.

ΑΝΑΛΥΤΙΚΑ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ – COURSE CONTENTS

<i>Ενότητα / Unit</i>	<i>Ωρες/Hrs</i>
1. Εισαγωγή σε βασικές έννοιες Μάρκετινγκ, η φιλοσοφία του Μάρκετινγκ	3
2. Έρευνα μάρκετινγκ - Η λογική ενός marketing plan	3
3. Ανάλυση Περιβάλλοντος & Αγοράς, Όραμα επιχείρησης & στόχοι μάρκετινγκ	3
4. Στρατηγικές Segmentation – Targeting – Positioning	3
5. Συμπεριφορά Καταναλωτή (σε σχέση με αγροτικά προϊόντα και τρόφιμα)	3
6. Στρατηγικές και τακτικές Μείγματος Μάρκετινγκ (μέρος 1)	3
7. Στρατηγικές και τακτικές Μείγματος Μάρκετινγκ (μέρος 2)	3
8. Τακτικές και Οργάνωση Πωλήσεων	3
9. Υπηρεσίες - Ελεύθερο Θέμα*	3
10. Τεχνικές στατιστικών αναλύσεων - Ελεύθερο Θέμα*	3
11. Παρουσίαση τελικής εργασίας	3
12. (υλοποίηση ενός marketing plan)	3
* Ελεύθερο (προαιρετικό) Θέμα – Ειδικά ζητήματα Μάρκετινγκ (επιλογή φοιτητών) Προτάσεις: (1) B2B Μάρκετινγκ (2) Κοινωνία και Μάρκετινγκ Αγροτικών Προϊόντων (3) Επιχειρησιακές κρίσεις σε τρόφιμα (4) Στρατηγικές branding	

ΜΕΘΟΔΟΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ/ TEACHING METHOD
ΩΡΕΣ / HOURS

Μέθοδος	Ωρες	Περιγραφή	Αριθμός
Διδασκαλίας / Taught	36	Αρ. ατομικών εργασιών	
Σεμιναρίου / Seminar	0	No of pers. assignments	
Συνεργασία με διδάσκοντα / Collaboration with lecturer	0	Αρ. ομαδικών εργασιών	1
Πρακτικής / Laboratory	0	No of group assignments	
ΣΥΝΟΛΟ ΩΡΩΝ / TOTAL:	36		

ΕΞΕΤΑΣΗ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ / EXAMINATION
Βαρύτητα/ Weight

Μέθοδος	Βαρύτητα
Γραπτή εξέταση/Written exam	40%
In class case studies & participation	20%
Ατομικές εργασίες/Pers assignmtns	
Ομαδικές εργασίες/Group assignmtns	40%
ΣΥΝΟΛΟ / TOTAL:	100%

**ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ /
BIBLIOGRAPHY**

- (1) Marketing of Agricultural Products (9th Edition), Richard L. Kohls and Joseph N. Uhl
- (2) Μάρκετινγκ. Αρχές, Στρατηγικές, Εφαρμογές. Δημητριάδης Σ. και Τζωρτζάκη Α., Εκδόσεις Rosilli (2011)
- (3) Marketing Plan: Πώς να Σχεδιάζετε Αποτελεσματικά Προγράμματα Μάρκετινγκ, Γ. Αυλωνίτης και Π. Παπασταθοπούλου, Εκδόσεις Αθ. Σταμούλη (2010)

**ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ /
NOTES**

- (1) Η βιβλιογραφία είναι προτεινόμενη. Δεν απαιτείται η αγορά κάποιου συγγράμματος.
- (2) Το πρόγραμμα μαθημάτων είναι ενδεικτικό και ενδέχεται να γίνει αλλαγή στη ροή ή την ημερομηνία των διαλέξεων. Σε περίπτωση αλλαγής οι φοιτητές θα ενημερωθούν έγκαιρα.
- (3) Η συμμετοχή στις διαλέξεις θα συνεκτιμηθεί στην τελική βαθμολογία.
- (4) Στη διάρκεια των διαλέξεων θα συζητούνται μελέτες περίπτωσης σε μορφή εργασίας (δεν απαιτείται προετοιμασία)