

**ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ – COURSE DESCRIPTION**

<b>Τίτλος / Title:</b>	<b>ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΤΡΟΦΙΜΩΝ</b>	Υποχρ/Compuls <input checked="" type="checkbox"/>
		Προαιρ/Elect <input type="checkbox"/>
<b>Διδάσκων / Lecturer:</b>	Κωνσταντίνος Λιονάκης, Διδάκτωρ Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών	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, θεωριών και εργαλείων του Μάρκετινγκ μέσα από το πρίσμα των Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων. Μετά την ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές  
 (1) θα έχουν κατανοήσει 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 (5) Τεχνικές στατιστικών αναλύσεων	

**ΜΕΘΟΔΟΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ/ TEACHING METHOD**

ΩΡΕΣ / HOURS

**ΕΞΕΤΑΣΗ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ / EXAMINATION**

Βαρύτητα/ Weight

ΜΕΘΟΔΟΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ / Taught	ΩΡΕΣ / HOURS	Αρ. ατομικών εργασιών	Αρ. ομαδικών εργασιών	ΕΞΕΤΑΣΗ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ / Written exam	Βαρύτητα / Weight
Διδασκαλίας / Taught	36	1		Γραπτή εξέταση/Written exam	40%
Σεμιναρίου / Seminar			No of pers. assignments	In class case studies & participation	20%
Συνεργασία με διδάσκοντα / Collaboration with lecturer	0	1	Αρ. ομαδικών εργασιών	Ατομικές εργασίες/Pers assignments	
Πρακτικής / Laboratory			No of group assignments	Ομαδικές εργασίες/Group assigns	40%
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΩΡΩΝ / TOTAL:</b>	<b>36</b>			<b>ΣΥΝΟΛΟ / TOTAL:</b>	<b>100%</b>

**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)