



ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ – COURSE DESCRIPTION

Τίτλος / Title:	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΤΡΟΦΙΜΩΝ
Μέρος του.../Part of...:	
Κωδικός / Code:	
Διδάσκοντες / Lecturer:	Κωνσταντίνος Λιονάκης

Υποχρ/Compuls	☒
Προαπ/Elect	☐
Σεμιν/Seminar	☐
Φθινοπ/Autumn	☒
Εαρινό/Spring	☐

Προαπαιτούμενα μαθήματα / Prerequisites

Κωδικός/Code

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

Ενότητα / Unit	Ώρες/Hrs
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 και τακτικές Μείγματος Μάρκετινγκ (μέρος 1)	(3)
5 Στρατηγικές Segmentation – Targeting – Positioning	(3)
6 Στρατηγικές και τακτικές Μείγματος Μάρκετινγκ (μέρος 2)	(3)
7 Τακτικές και Οργάνωση Πωλήσεων	(3)
8 Υπηρεσίες - Ελεύθερο Θέμα*	(3)
9 Προώθηση Αγροτικού προϊόντος & Αγροτική Επιχειρηματικότητα	(3)
10 Συμπεριφορά Καταναλωτή (σε σχέση με αγροτικά προϊόντα και τρόφιμα)	(3)
11 Παρουσίαση τελικής εργασίας (υλοποίηση ενός marketing plan)	(3)
12 In class exams	(3)

* Ελεύθερο (προαιρετικό) Θέμα – Ειδικά ζητήματα Μάρκετινγκ (επιλογή φοιτητών)

Προτάσεις:

- (1) Λιανεμπόριο και PL (Αγορές Commodity Vs. Προστιθέμενης Αξίας)
- (2) Κοινωνία και Μάρκετινγκ Αγροτικών Προϊόντων
- (3) Επιχειρησιακές κρίσεις σε τρόφιμα
- (4) Στρατηγικές branding
- (5) Τεχνικές αναλύσεων

ΜΕΘΟΔΟΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ TEACHING METHOD

ΩΡΕΣ / HOURS	
Διδασκαλίας / Taught	36
Σεμιναρίου / Seminar	
Συνεργασία με διδάσκοντα / Collaboration with lecturer	0
Πρακτικής / Laboratory	
ΣΥΝΟΛΟ ΩΡΩΝ / TOTAL:	36

Αρ. ατομικών εργασιών
No of pers. assignments

Αρ. ομαδικών εργασιών
No of group assignments

ΕΞΕΤΑΣΗ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ / EXAMINATION

	Βαρύτητα Weight
Γραπτή εξέταση/Written exam	40%
In class case studies & participation	20%
Ομαδικές εργασίες/Group assignments	40%
ΣΥΝΟΛΟ / TOTAL:	100%

BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ /
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)

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ/DATE

20/9/17