

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

 Τίτλος: **ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΤΡΟΦΙΜΩΝ**

 Υποχρεωτικό

 Προαιρετικό

Διδάσκων /ουσα: Κωνσταντίνος Λιονάκης, Διδάκτωρ Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών

 Χειμερινό

 Εαρινό
ΕΠΙΔΙΩΚΟΜΕΝΟΣ ΣΤΟΧΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

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, ενσωματώνοντας πρακτικές έρευνας αγοράς.

ΑΝΑΛΥΤΙΚΑ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενότητα	Ωρες
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 και εξυπηρέτηση πελάτη	3
10. Τεχνικές στατιστικών αναλύσεων περί στρατηγικών αποφάσεων μάρκετινγκ	3
11. Παρουσίαση τελικής εργασίας	3
12. Υλοποίηση ενός marketing plan	3

ΜΕΘΟΔΟΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ

ΩΡΕΣ

Διδασκαλία	36	Αρ. ατομικών εργασιών	
Σεμιναρίου	0		
Συνεργασία με διδάσκοντα	0	Αρ. ομαδικών εργασιών	1
Πρακτικής	0		
ΣΥΝΟΛΟ ΩΡΩΝ	36		

ΕΞΕΤΑΣΗ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Βαρύτητα

Γραπτή εξέταση	40%
Προφορική εξέταση	20%
Ατομικές εργασίες	
Ομαδικές εργασίες	40%
ΣΥΝΟΛΟ	100%

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

(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

(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)