



## Διάγραμμα Μαθήματος

<b>Κωδικός Μαθήματος</b>	<b>Τίτλος Μαθήματος</b>	<b>Πιστωτικές Μονάδες ECTS</b>
MBAN-688DG	Μάρκετινγκ Γεωργικών Προϊόντων και Τροφίμων	6
<b>Προαπαιτούμενα</b>	<b>Τμήμα</b>	<b>Εξάμηνο</b>
Κανένα	Σχολή Διοίκησης Επιχειρήσεων	Φθινοπωρινό, Εαρινό
<b>Κατηγορία Μαθήματος</b>	<b>Γνωστικό Πεδίο</b>	<b>Γλώσσα Διδασκαλίας</b>
Κατεύθυνσης	Διοίκηση	Ελληνική
<b>Επίπεδο Σπουδών</b>	<b>Διδάσκων</b>	<b>Έτος Σπουδών</b>
2 <sup>ος</sup> Κύκλος	Δρ. Καρυπίδης Φίλιππος	1 <sup>ο</sup> ή 2 <sup>ο</sup>
<b>Τρόπος Διδασκαλίας</b>	<b>Πρακτική Άσκηση</b>	<b>Συναπαιτούμενα</b>
Εξ Αποστάσεως	N/A	Κανένα

### Στόχοι Μαθήματος:

Οι βασικοί στόχοι του μαθήματος είναι:

- Παρουσιάζεται η δομή και η λειτουργία του συστήματος μάρκετινγκ γεωργικών προϊόντων και τροφίμων και εξετάζεται η αποτελεσματικότητα και αποδοτικότητά του.
- Εξετάζονται οι στρατηγικές και οι λειτουργίες μάρκετινγκ γεωργικών προϊόντων, με ειδικές αναφορές στα θέματα ποιότητας.
- Παρουσιάζεται ο σχηματισμός τιμών γεωργικών προϊόντων, οι τιμολογιακές στρατηγικές και τα συστήματα τιμολόγησης, καθώς και οι μέθοδοι ανάλυσης τιμών.
- Παρουσιάζεται η διακρατική θεώρηση του εμπορίου γεωργικών προϊόντων και οι βασικές λειτουργίες στις διεθνείς αγορές, σε συνδυασμό με την παγκόσμια αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων.
- Αναλύεται το ζήτημα διαχείρισης των μελλοντικών αγορών γεωργικών προϊόντων και τροφίμων, σε σχέση με τους κινδύνους και τις επιπτώσεις τους.
- Παρουσιάζονται επιλεγμένα ζητήματα συμπεριφοράς καταναλωτών γεωργικών προϊόντων, σε συνδυασμό με μεθόδους έρευνας αγοράς τροφίμων.
- Αναλύονται οι σχέσεις του γεωργικού μάρκετινγκ με το περιβάλλον και την κοινωνία και παρουσιάζονται κρίσιμα ζητήματα των σχέσεων αυτών.
- Παρουσιάζεται η ανταπόκριση του μάρκετινγκ σε σχέση με επιλεγμένα ζητήματα πολιτικής καταναλωτών, εμπορίου και γεωργικών αγορών.

### Μαθησιακά Αποτελέσματα:

Μετά την ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές θα είναι σε θέση να:

1. Αναλύει τη δομή του συστήματος μάρκετινγκ γεωργικών προϊόντων και τροφίμων και εκτιμά την αποτελεσματικότητα/αποδοτικότητά του.
2. Αναλύει τη στρατηγική ποιότητας στην προσφορά τροφίμων και χειρίζεται τις διαστάσεις της σε επίπεδο επιχείρησης και αλυσίδας εφοδιασμού, με το πλαίσιο της πελατοκεντρικής δομής της.
3. Ερμηνεύει τις μεταβολές στις τιμές γεωργικών προϊόντων και τροφίμων, αναλύει, κάνει προβλέψεις για τις τιμές και αξιολογεί τα συστήματα και τις στρατηγικές τιμολόγησης.
4. Κατανοεί τη διακρατική μορφή του εμπορίου γεωργικών προϊόντων και τροφίμων, ερμηνεύει τις λειτουργίες και δραστηριότητες στις διεθνείς αγορές και σχεδιάζει μια εξαγωγική δραστηριότητα.
5. Εντοπίζει και αναλύει επί μέρους ζητήματα μάρκετινγκ συγκεκριμένων γεωργικών προϊόντων και τροφίμων σε επίπεδο παγκόσμιων αλυσίδων εφοδιασμού.
6. Αναλύει τις παραμέτρους διαχείρισης των μελλοντικών αγορών γεωργικών προϊόντων και τροφίμων, σε σχέση με τους κινδύνους και αξιολογεί τις επιπτώσεις τους.
7. Χειρίζεται ζητήματα συμπεριφοράς καταναλωτών γεωργικών προϊόντων και τροφίμων, με τις κατάλληλες μεθόδους έρευνας αγοράς.
8. Κατανοεί τις σχέσεις γεωργικού μάρκετινγκ, περιβάλλοντος και κοινωνίας και χειρίζεται κρίσιμα ζητήματα των σχέσεων αυτών.
9. Ερμηνεύει και αξιολογεί την ανταπόκριση του μάρκετινγκ γεωργικών προϊόντων και τροφίμων στις ρυθμίσεις της πολιτικής.

"Η λεπτομερής συνεισφορά των γνωστικών αποτελεσμάτων κάθε μαθήματος ως προς τους γνωστικούς στόχους/ γνωστικές δεξιότητες καθώς και τους ειδικούς στόχους ενός προγράμματος σπουδών περιλαμβάνεται στο πίνακα γνωστικού περιεχομένου καθενός προγράμματος"

### Περιεχόμενο Μαθήματος:

1. Εισαγωγή στο μάρκετινγκ γεωργικών προϊόντων και τροφίμων
2. Δίαυλος μάρκετινγκ γεωργικών προϊόντων και τροφίμων
3. Στρατηγική ποιότητας στον αγροδιατροφικό χώρο
4. Ανάλυση τιμών γεωργικών προϊόντων και τροφίμων
5. Στρατηγικές και συστήματα τιμολόγησης
6. Διεθνές εμπόριο γεωργικών προϊόντων
7. Διαχείριση εφοδιασμού γεωργικών προϊόντων και τροφίμων
8. Διαχείριση μελλοντικών αγορών γεωργικών προϊόντων
9. Υποδείγματα συμπεριφοράς καταναλωτή γεωργικών προϊόντων/τροφίμων
10. Έρευνα αγοράς γεωργικών προϊόντων/τροφίμων
11. Γεωργικό μάρκετινγκ, περιβάλλον και κοινωνία
12. Ανταπόκριση του μάρκετινγκ γεωργικών προϊόντων και τροφίμων στις ρυθμίσεις της πολιτικής

### Μαθησιακές Δραστηριότητες και Διδακτικές Μέθοδοι:

Διαφάνειες Power point και οπτικοακουστικές παρουσιάσεις, συμβουλευτικές συναντήσεις, μελέτες περιπτώσεων, επιστημονικά άρθρα, ασκήσεις, forum, και chats

### Μέθοδοι Αξιολόγησης:

Εργασία, Τελική Εξέταση

### Απαιτούμενα Διδακτικά Εγχειρίδια και Βιβλιογραφία:

Τίτλος	Συγγραφέας	Εκδοτικός Οίκος	Έτος	ISBN
Μάρκετινγκ και Τιμές Αγροτικών Προϊόντων	Μάττας, Κ., Ρεζίτης, Α., Τσακίριδου, Ε., Βλάχος, Η., και Καφούσιος, Δ. (επιμ.)	Nicosia: Broken Hill Publishers	2013	978-996-371-600-5

### Προτεινόμενα Διδακτικά Εγχειρίδια και Συμπληρωματική Βιβλιογραφία:

Τίτλος	Συγγραφέας	Εκδοτικός Οίκος	Έτος	ISBN
Market Orientation: Transforming Food and Agribusiness around the Customer	Lindgreen, A., Hingley, M., Harness, D., Custance, P.	Gower	2010	978-0-566-09208-4
The Agricultural Marketing System	<u>Rhodes</u> , J. V., <u>Dauve</u> J. L., <u>Parcell</u> , J. L.	Holcomb Hathaway publ	2007	1-890871-68-0
Marketing of Agricultural Products	Kohls, R. L., & Uhl, J. N.	Pearson education /Prentice Hall	2002	0-13-010584-8
Food Supply Chain Management	Bourlakis, M.A.	Blackwell publishing	2004	1-4051-0168-7

Τίτλος	Συγγραφέας	Εκδοτικός Οίκος	Έτος	ISBN
Handbook of Agricultural Economics, V. 1B, Marketing, Distribution and Consumers	Gardner, B. and Rausser, G. Eds	Elsevier	2000	0-444-50729-9
Μάρκετινγκ Αγροτικών Προϊόντων	Καμενίδης, Χ.	Κυριακίδης	2015	978-960-599-014-5
ΕΙΔΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ: Εφαρμογές στη Γεωργία και στα Τρόφιμα	Καρυπίδης, Φ.	ZHTH	2008	978-960-456-116-2
ΤΡΟΦΙΜΑ και ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗΣ	Αποστολόπουλος Κ. (επιμ.) συλλογικό έργο	ΕΛΛΗΝΟΕΚΔΟΤΙΚΗ	2009	978-960-8458-15-4