

ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	260805	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	8 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Μάρκετινγκ Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ		ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
Διαλέξεις		3	
Ασκήσεις Πράξης		0	
Εργαστηριακές Ασκήσεις		0	
ΣΥΝΟΛΟ		3	5
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Ειδίκευσης γενικών γνώσεων		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:			
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνικά		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	https://exams-sod.the.ihu.gr/		

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:

Γνώσεις

- 1. Γνώση:** Περιγραφή της έννοιας και του περιεχομένου του αγροτικού μάρκετινγκ, προσδιορίζοντας την εφαρμογή των θεωριών και των στρατηγικών του μάρκετινγκ σε μία ιδιαίτερη κατηγορία προϊόντων και σε έναν σημαντικό κλάδο για την ελληνική οικονομία, όπως ο αγροτικός κλάδος.
- 2. Κατανόηση:** Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές έχουν τη δυνατότητα να διακρίνουν την ιδιαιτερότητα της αγοράς των αγροτικών προϊόντων και τη φύση τους συγκριτικά με τα υπόλοιπα προϊόντα.

Δεξιότητες

- 3. Εφαρμογή:** Δίνεται η δυνατότητα στους φοιτητές να εφαρμόσουν τα διαθέσιμα θεωρητικά μοντέλα στην πράξη, να εξετάσουν πιθανές εναλλακτικές επιλογές σχετικά με το μάρκετινγκ των αγροτικών προϊόντων και να κάνουν τις απαραίτητες αλλαγές στην επικοινωνία μίας αγροτικής επιχείρησης με τους καταναλωτές.
- 4. Ανάλυση:** Οι φοιτητές είναι σε θέση να συνδυάζουν στρατηγικές επιλογές και να αναπτύσσουν λύσεις για σύνθετα θέματα μάρκετινγκ αγροτικών προϊόντων
- 5. Σύνθεση:** Οι φοιτητές είναι σε θέση να κατανοήσουν τον τρόπο λήψης αποφάσεων σχετικά με το μάρκετινγκ των αγροτικών προϊόντων και να προτείνουν πιθανές αλλαγές, καθώς επίσης να συνθέσουν ένα νέο τρόπο προβολής βελτιώνοντας την αναγνωρισιμότητα των αγροτικών προϊόντων.

Ικανότητες

- 6. Αξιολόγηση:** Με την ολοκλήρωση των μαθημάτων, οι φοιτητές μπορούν να αξιολογούν τις ενέργειες μάρκετινγκ για την προβολή αγροτικών προϊόντων και τροφίμων, να κρίνουν τις επιλογές που κάνουν οι σχετικές επιχειρήσεις και να αξιολογούν την αποτελεσματικότητα του εκάστοτε πλάνου.

Γενικές Ικανότητες

Ο φοιτητής μέσω του μαθήματος θα αναπτύξει ικανότητες:

- Στη λήψη αποφάσεων
- Στην ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών
- Στην αυτόνομη εργασία
- Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον
- Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

- 1^ηεβδ.: Η έννοια και η προέλευση των αγροτικών προϊόντων
- 2^η: Είδη αγροτικών προϊόντων και τα ποιοτικά χαρακτηριστικά τους
- 3^η: Οι ιδιαιτερότητες του μάρκετινγκ αγροτικών προϊόντων
- 4^η: Η αγορά των αγροτικών προϊόντων
- 5^η: Ανταγωνιστικότητα και τοποθέτηση αγροτικών προϊόντων
- 6^η: Επικοινωνία και προβολή αγροτικών προϊόντων και επιχειρήσεων
- 7^η: Επιχειρησιακή στατιστική αγροτικών επιχειρήσεων
- 8^η: Συμπεριφορά καταναλωτή και αγροτικά προϊόντα

- 9^η: Μελέτη περίπτωσης Α
10^η: Οικονομικά χαρακτηριστικά των αγροτικών προϊόντων
11^η: Καινοτομία και αγροτικά προϊόντα
12^η: Στρατηγική ανάπτυξη αγροτικών προϊόντων
13^η: Μελέτη περίπτωσης Β

ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Προτεινόμενη βιβλιογραφία

- Μάρκετινγκ και τιμές Αγροτικών Προϊόντων, LuskJ., NorwoodB., 2012, BrokenHill
-Μάρκετινγκ Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων, PhilippeAurier, LucieSineix, , 2016, Προπομπός
Συναφή επιστημονικά περιοδικά: