



ΣΤ' ΕΞΑΜΗΝΟ

ΕΜΠΟΡΙΑ MARKETING ΤΡΟΦΙΜΩΝ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΓΕΩΠΟΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΚΑΙ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Προπτυχιακό		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΜΚ611	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΣΤ'
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Εμπορία (Marketing) Τροφίμων ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ: Κ. ΠΟΛΥΜΕΡΟΣ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ <i>σε περίπτωση που οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται σε διακριτά μέρη του μαθήματος π.χ. Διαλέξεις, Εργαστηριακές Ασκήσεις κ.λπ. Αν οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται ενιαία για το σύνολο του μαθήματος αναγράψτε τις εβδομαδιαίες ώρες διδασκαλίας και το σύνολο των πιστωτικών μονάδων</i>	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
	Διαλέξεις	3	5
	Εργαστηριακές Ασκήσεις	3	
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ <i>Υποβάθρου, Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων</i>	Γενικών γνώσεων στις αρχές της Διοίκησης Μάρκετινγκ. Εξειδικευμένων γνώσεων και ανάπτυξης δεξιοτήτων σε θέματα Μάρκετινγκ αγροτικών προϊόντων και ειδικότερα των τροφίμων.		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	https://food.uth.gr/emporia-trofimwn/		

ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<p>Απόκτηση βασικού υποβάθρου και γενικών γνώσεων στις αρχές της Διοίκησης Μάρκετινγκ. Απόκτηση εξειδικευμένων γνώσεων για την ανάλυση των παραγόντων λειτουργίας της αγοράς της εφοδιαστικής αλυσίδας των τροφίμων, την καταναλωτική συμπεριφορά, τον προσδιορισμό, την κατανόηση και ανάλυση των προσδιοριστικών παραγόντων της ζήτησης των αγροτικών προϊόντων και τροφίμων. Απόκτηση και ανάπτυξη δεξιοτήτων εκπόνησης σχεδίων Μάρκετινγκ στις επιχειρήσεις παραγωγής, μεταποίησης και εμπορίας τροφίμων.</p> <p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος ο φοιτητής / τρια θα είναι σε θέση να:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Αναλύει το Περιβάλλον Μάρκετινγκ των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην αλυσίδα αξίας των προϊόντων τροφίμων και ποτών. • Εντοπίζει, κατανοεί, αναλύει και επιλύει προβλήματα που αφορούν στις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον κλάδο των τροφίμων. • Εντοπίζει, κατανοεί και αναλύει τις μελλοντικές προκλήσεις και προοπτικές της βιομηχανίας των τροφίμων και ποτών σε εθνικό, ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο. • Καταρτίζει Σχέδια Μάρκετινγκ κατάλληλα για τη διασφάλιση της ανταγωνιστικότητας των ελληνικών προϊόντων τροφίμων και ποτών στη συνεχώς ανταγωνιστικά αυξανόμενη διεθνή βιομηχανία τροφίμων.
Γενικές Ικανότητες
<p>Αναζήτηση, εντοπισμός, κατανόηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών και καινοτομιών αιχμής. Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις και στο συνεχώς ανταγωνιστικά αυξανόμενο διεθνές περιβάλλον. Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον, στο πλαίσιο της αειφορικής διαχείρισης των παραγωγικών πόρων και όχι μόνο. Διοίκηση Μάρκετινγκ και Λήψη επιχειρηματικών αποφάσεων. Προαγωγή της δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης στο πλαίσιο</p>



της εκπόνησης των Σχεδίων Μάρκετινγκ.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

- 1^η Εβδομάδα: Ορισμός και αντικείμενο του Μάρκετινγκ.
- 2^η Εβδομάδα: Δραστηριότητες του Μάρκετινγκ των προϊόντων τροφίμων και ποτών.
- 3^η Εβδομάδα: Περιβάλλον Μάρκετινγκ των επιχειρήσεων τροφίμων.
- 4^η Εβδομάδα: Ανταγωνιστικό και επιχειρηματικό περιβάλλον.
- 5^η Εβδομάδα: Μίγμα Μάρκετινγκ.
- 6^η Εβδομάδα: Προϊόν.
- 7^η Εβδομάδα: Τιμή.
- 8^η Εβδομάδα: Διανομή.
- 9^η Εβδομάδα: Προώθηση.
- 10^η Εβδομάδα: Συσκευασία.
- 11^η Εβδομάδα: Κύκλος Ζωής Προϊόντος. Ανάπτυξη νέων προϊόντων και υπηρεσιών. Συστήματα πληροφόρησης Μάρκετινγκ. Έρευνα αγοράς.
- 12^η Εβδομάδα: Σχέδιο Μάρκετινγκ. SWOT ανάλυση.
- 13^η Εβδομάδα: Παρουσιάσεις σχεδίων Μάρκετινγκ.

ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Διά ζώσης	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	e-class - Teams	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις.	39
	Μελέτη & ανάλυση βιβλιογραφίας.	39
	Ασκήσεις	15
	Συγγραφή εργασιών	32
	Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)	125
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	<p>Η αξιολόγηση γίνεται στην ελληνική γλώσσα, με γραπτές εξετάσεις. Ειδικότερα, οι φοιτητές καλούνται να απαντήσουν με ένα σύστημα συνδυασμού ερωτήσεων πολλαπλής επιλογής καθώς και ανάπτυξης.</p> <p>Επίσης, αξιολογούνται τα Σχέδια Μάρκετινγκ που εκπονούν και παρουσιάζουν διά ζώσης οι φοιτητές.</p> <p>Η τελική βαθμολογία είναι συνάρτηση των επιδόσεων των γραπτών εξετάσεων και των Σχεδίων Μάρκετινγκ.</p>	

ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- Βιβλίο [22767610]: Μάρκετινγκ και τιμές Αγροτικών Προϊόντων, Norwood B., Lusk J. Λεπτομέρειες
- Βιβλίο [14952]: Εισαγωγή στο Marketing, Armstrong Gary, Kotler Philip Λεπτομέρειες
- Οικονομου, A. and Polymeros K., (2017). " The impacts of the economic crisis on Greek exports of sea bass and sea bream". *Journal of Aquaculture & Marine Biology*, 5:3.
- Οικονομου, A. and Polymeros K., (2015). "Analyzing the Competitiveness of the Greek Sea Bream Exports in the European Union Market". *Journal of Global Economics*, 3:2, 1-10.
- Botonaki, A., Polymeros K., Tsakiridou E. and Mattas K., (2006). "The role of food quality certification on consumers' food choices". *British Food Journal*, Vol. 108, (2), pp. 77 - 90.
- Michailidis, A., Polymeros K. and Loizou E., (2006). "Biologic Olive Oil Quality: An Illustration of Consumers'



Perception". *International Review of Applied Economic Research*, Vol. 1, (1), pp. 35-43.

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

British Food Journal

Review of Agricultural Economics

American journal of Agricultural Economics

Land Use Policy

Agricultural Economics Review

International Review of Applied Economic Research

Journal of Global Economics

Aquaculture Economics and Management