

## ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

### 1. ΓΕΝΙΚΑ

<b>ΣΧΟΛΗ</b>	ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
<b>ΤΜΗΜΑ</b>	ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ		
<b>ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	Προπτυχιακό - Επιλογής		
<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	3715	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	5 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓ ΓΕΩΡΓΙΚΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΤΡΟΦΙΜΩΝ		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b> <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>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
<b>Θεωρία: Διαλέξεις</b>	5		
<b>Εργαστήριο: Χρήση Εργαλείων Λογισμικού</b>	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	5	5	
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.			
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b> <i>Υποβάθρου , Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων</i>	Επιστημονικής Περιοχής		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	Ελληνική		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	Ναι (στα Αγγλικά)		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="http://www.aoa.aua.gr/el/?course=marketing-of-agricultural-products-and-food">http://www.aoa.aua.gr/el/?course=marketing-of-agricultural-products-and-food</a>		

### 2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

<p><b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b></p> <p>Περιγράφονται τα μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος οι συγκεκριμένες γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες καταλλήλου επιπέδου που θα αποκτήσουν οι φοιτητές μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος.</p> <p>Συμβουλευτείτε το Παράρτημα Α</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Περιγραφή του Επιπέδου των Μαθησιακών Αποτελεσμάτων για κάθε ένα κύκλο σπουδών σύμφωνα με Πλαίσιο Προσόντων του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανώτατης Εκπαίδευσης</li> <li>• Περιγραφικοί Δείκτες Επιπέδων 6, 7 &amp; 8 του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων Διά Βίου Μάθησης και Παράρτημα Β</li> <li>• Περιληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων</li> </ul>
<p>Το μάθημα αυτό αποτελεί το κύριο εισαγωγικό μάθημα στις έννοιες της Εμπορίας Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων. Ασχολείται με θέματα παραδοσιακής Εμπορίας Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων, αλλά λαμβάνει υπόψη τους τρόπους με τους οποίους έχει αλλάξει η διαδικασία Εμπορίας Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων τις τελευταίες δεκαετίες. Επιπλέον, το μάθημα αναδεικνύει το ρόλο του Marketing στις αγορές αγροτικών προϊόντων και τροφίμων παρουσιάζοντας τις σύγχρονες τάσεις και εφαρμογές μάρκετινγκ στις αγορές αυτές. Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος ο φοιτητής θα είναι σε θέση να κατανοήσει:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• τις βασικές έννοιες της Εμπορίας Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων</li> <li>• τη διαδικασία και τα επίπεδα σχεδιασμού της Εμπορίας των Γεωργικών Προϊόντων και Τροφίμων</li> <li>• πώς γίνεται η έρευνα μάρκετινγκ</li> <li>• τη σημασία της γνώσης της συμπεριφοράς των καταναλωτών</li> <li>• τον καθορισμό κριτηρίων κατάτμησης της αγοράς, τους τρόπους επιλογής της αγοράς-στόχου και την τοποθέτηση του προϊόντος στο μυαλό του καταναλωτή</li> </ul>

- τι είναι ένα προϊόν, ταξινόμηση προϊόντων, μάρκα και συσκευασία προϊόντος
- την έννοια της τιμής, της τιμής πώλησης, των στρατηγικών και τακτικών τιμολόγησης και εξωτερικών παραγόντων που επηρεάζουν την τιμή
- πώς λειτουργούν οι αγορές συμβολαίων μελλοντικής εκπλήρωσης και δικαιωμάτων προαίρεσης
- τον σκοπό του συστήματος διανομής και τους κύριους παράγοντες της αγοράς, συμπεριλαμβανομένων των χονδρεμπόρων και των λιανοπωλητών
- το μείγμα μάρκετινγκ ως μέσο επικοινωνίας, τη διαδικασία επικοινωνίας και τα στοιχεία του μίγματος προώθησης και τον τρόπο επιλογής του
- τη μετατροπή της στρατηγικής Marketing σε δραστηριότητα Marketing στον τομέα των αγροτικών προϊόντων και τροφίμων
- την διαδικασία αξιολόγησης των αποτελεσμάτων Μάρκετινγκ που προκύπτουν στον αγροδιατροφικό κλάδο

#### Γενικές Ικανότητες

Λαμβάνοντας υπόψη τις γενικές ικανότητες που πρέπει να έχει αποκτήσει ο πτυχιούχος (όπως αυτές αναγράφονται στο Παράρτημα Διπλώματος και παρατίθενται ακολούθως) σε ποια / ποιες από αυτές αποσκοπεί το μάθημα:

Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών  
 Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις  
 Λήψη αποφάσεων  
 Αυτόνομη εργασία  
 Ομαδική εργασία  
 Εργασία σε διεθνές περιβάλλον  
 Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον  
 Παραγωγή νέων ερευνητικών ιδεών

Σχεδιασμός και διαχείριση έργων  
 Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα  
 Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον  
 Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου  
 Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής  
 Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

- Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών.
- Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις.
- Λήψη αποφάσεων.
- Αυτόνομη εργασία.
- Ομαδική εργασία.

### 3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων
2. Ανάλυση Σχεδιασμού Μάρκετινγκ Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων
3. Έρευνα Μάρκετινγκ
4. Συμπεριφορά καταναλωτή
5. Τμηματοποίηση αγοράς και τοποθέτηση προϊόντων (τοποθέτηση)
6. Στρατηγική προϊόντος
7. Στρατηγική και συστήματα τιμολόγησης
8. Διαχείριση τιμών μέσω αγορών μελλοντικής εκπλήρωσης και δικαιωμάτων προαίρεσης
9. Στρατηγική συστήματος διανομής
10. Στρατηγική επικοινωνίας και προώθησης
11. Εφαρμογή προγράμματος Μάρκετινγκ Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων
12. Αποτέλεσμα Μάρκετινγκ Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων

### 4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

<p><b>ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ</b>  <i>Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως        εκπαίδευση κ.λπ.</i></p>	<p>Η διδασκαλία γίνεται δια ζώσης στην αίθουσα.</p>
<p><b>ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ</b>  <i>Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</i></p>	<p>Χρήση Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών στη διδασκαλία και στην επικοινωνία με τους φοιτητές.        Χρήση εξειδικευμένου λογισμικού.        Χρήση ολοκληρωμένου συστήματος διαχείρισης ηλεκτρονικών μαθημάτων.        Επικοινωνία με φοιτητές μέσω ανοιχτής πλατφόρμας ηλεκτρονικής τάξης και ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.</p>

<b>ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>Δραστηριότητα</b>	<b>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</b>
<p>Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας.            Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη &amp; ανάλυση βιβλιογραφίας, Φροντιστήριο, Πρακτική (Τοποθέτηση), Κλινική Άσκηση, Καλλιτεχνικό Εργαστήριο, Διαδραστική διδασκαλία, Εκπαιδευτικές επισκέψεις, Εκπόνηση μελέτης (project), Συγγραφή εργασίας / εργασιών, Καλλιτεχνική δημιουργία, κ.λπ.</p> <p>Αναγράφονται οι ώρες μελέτης του φοιτητή για κάθε μαθησιακή δραστηριότητα καθώς και οι ώρες μη καθοδηγούμενης μελέτης ώστε ο συνολικός φόρτος εργασίας σε επίπεδο εξαμήνου να αντιστοιχεί στα standards του ECTS</p>	<p>Διαλέξεις</p> <p>Αυτοτελής μελέτη</p> <p><b>Σύνολο Μαθήματος</b></p>	<p>60 ώρες</p> <p>65 ώρες</p> <p><b>125 ώρες</b></p>
<p><b>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ</b>            Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης</p> <p>Γλώσσα Αξιολόγησης, Μέθοδοι αξιολόγησης, Διαμορφωτική ή Συμπερασματική, Δοκιμασία Πολλαπλής Επιλογής, Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης, Ερωτήσεις Ανάπτυξης Δοκιμίων, Επίλυση Προβλημάτων, Γραπτή Εργασία, Έκθεση / Αναφορά, Προφορική Εξέταση, Δημόσια Παρουσίαση, Εργαστηριακή Εργασία, Κλινική Εξέταση Ασθενούς, Καλλιτεχνική Ερμηνεία, Άλλη / Άλλες</p> <p>Αναφέρονται ρητά προσδιορισμένα κριτήρια αξιολόγησης και εάν και που είναι προσβάσιμα από τους φοιτητές.</p>	<p>Γραπτή τελική εξέταση στην ύλη (100%) με ερωτήσεις επιλογής Σωστού – Λάθους.</p>	

## 5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

### -Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- Perreault W (2011) BASIC MARKETING: A Marketing Strategy Planning Approach, 9th Edition. Publishers: BROKEN HILL PUBLISHERS LTD
- Norwood B., Lusk J. (2012) Agricultural Marketing and Price Analysis. Publishers: BROKEN HILL PUBLISHERS LTD
- 

### -Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

1. Journal of International Food and Agribusiness Marketing
2. European Review of Agricultural Economics
3. Journal of Agricultural Economics
4. American Journal of Agricultural Economics
5. Agricultural Economics
6. Australian Journal of Agricultural and Resource Economics