

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

(1) ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ		
ΤΜΗΜΑ	ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΒΑΣΙΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	3000	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	5 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ		
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	
<i>Διαλέξεις</i>	3	4	
<i>Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο (δ).</i>			
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ <i>γενικού υποβάθρου, ειδικού υποβάθρου, ειδίκευσης γενικών γνώσεων, ανάπτυξης δεξιοτήτων</i>	ΓΕΝΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	ΕΛΛΗΝΙΚΗ		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	http://aegeamoodle.aegean.gr		

(2) ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

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.

Συμβουλευτείτε το Παράρτημα Α

- Περιγραφή του Επιπέδου των Μαθησιακών Αποτελεσμάτων για κάθε ένα κύκλο σπουδών σύμφωνα με το Πλαίσιο Προσόντων του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανώτατης Εκπαίδευσης
- Περιγραφικοί Δείκτες Επιπέδων 6, 7 & 8 του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων Διά Βίου Μάθησης και το Παράρτημα Β
- Περιληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων

Ο πλανήτης διανύει μία περίοδο ραγδαίων και καταλυτικών αλλαγών. Η τρέχουσα οικονομική κρίση ανεβάζει τα ποσοστά της φτώχειας και της ανεργίας τις οποίες προσπαθούμε να αντιμετωπίσουμε με πακέτα στήριξης προς χώρες σε ολόκληρο τον κόσμο, που ευελπιστούμε να αποκαταστήσουν τη σταθερότητα και την οικονομική ανάπτυξη. Παράλληλα οι πλουσιότερες χώρες του κόσμου της Δύσης καταγράφουν μείωση στο ρυθμό ανάπτυξης τους, ενώ η οικονομική δύναμη ήδη περνά στα χέρια των χωρών της Ανατολής με υψηλό ρυθμό ανάπτυξης. Αυτές και πολλές ακόμη αλλαγές απαιτούν μία νέα ριζική αναθεώρηση των θεωριών του στρατηγικού μάρκετινγκ, που οδηγεί στην σύγχρονη θεώρηση ήτοι στο μάρκετινγκ 3.0. Ο μαθησιακός στόχος του μαθήματος είναι η εισαγωγή στο Μάρκετινγκ 3.0 ή αλλιώς στην «εποχή των αξιών». Στην νέα εποχή όπου οι ειδικοί του μάρκετινγκ δεν αντιμετωπίζουν πλέον τον άνθρωπο απλά ως καταναλωτή – πελάτη (μάρκετινγκ 2), αλλά τον προσεγγίζουν ως οντότητα με μυαλό, καρδιά και ψυχή. Στην εποχή που οι άνθρωποι δεν αναζητούν την ικανοποίηση στα προϊόντα και τις υπηρεσίες που επιλέγουν μόνο σε λειτουργικό και συναισθηματικό

επίπεδο, αλλά και σε ανθρώπινο – πνευματικό επίπεδο. Στην εποχή που οι εταιρείες μετατοπίζουν το επίκεντρο της δράσης τους από τον καταναλωτή στον άνθρωπο και εξισορροπούν τις πρακτικές κερδοφορίας τους με την εταιρική ευθύνη. Πλέον οι εταιρείες παράγουν κέρδος δημιουργώντας αξία για τους πελάτες τους και τους εταίρους τους. Βλέπουν τους πελάτες τους ως ένα στρατηγικό εφαλτήριο ανάπτυξης και αντιλαμβάνονται την καθ' όλα ανθρώπινη φύση τους εστιάζοντας στις ανάγκες και τις ανησυχίες τους.

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 απασκοπεί το μάθημα;

Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών	Σχεδιασμός και διαχείριση έργων
Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις	Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα
Λήψη αποφάσεων	Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον
Αυτόνομη εργασία	Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου
Ομαδική εργασία	Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής
Εργασία σε διεθνές περιβάλλον	Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης
Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον
Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών	Άλλες...
.....

Λήψη αποφάσεων Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις Εργασία σε διεθνές επίπεδο Άσκηση κριτικής & αυτοκριτικής

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Η ύλη χωρίζεται σε 4 ενότητες. Στην πρώτη ενότητα συνοψίζονται οι βασικότερες τάσεις του επιχειρηματικού κόσμου που περιγράφουν τον ανθρωποκεντρικό χαρακτήρα του μάρκετινγκ και θέτουν τις βάσεις για το Μάρκετινγκ 3.0. Στην δεύτερη ενότητα εξηγείται πως μία εταιρεία μπορεί να επικοινωνήσει τους στόχους, το όραμα, και τις αξίες της σε κάθε έναν από τους βασικούς εταίρους της, δηλαδή τους καταναλωτές, τους εργαζόμενους, τους συνεργάτες τους δικτύου της και τους μετόχους της. Στην Τρίτη ενότητα παρουσιάζονται οι απόψεις σχετικά με τις βασικότερες πτυχές εφαρμογής του Μάρκετινγκ 3.0 στα πλαίσια της προσπάθειας αντιμετώπισης μεγάλων παγκόσμιων προκλήσεων, όπως η ευημερία, η φτώχεια και η περιβαλλοντική βιωσιμότητα, και περιγράφεται πως οι οργανισμοί μπορούν να εφαρμόσουν το ανθρωποκεντρικό μοντέλο. Και τέλος στην τέταρτη ενότητα συνοψίζονται οι δέκα βασικές έννοιες του Μάρκετινγκ 3.0 με επιλεγμένα παραδείγματα εταιρειών που έχουν ενσωματώσει τις αρχές του μοντέλου στις δραστηριότητες τους. Τα κεφάλαια είναι τα ακόλουθα:

ΠΡΩΤΗ ΕΝΟΤΗΤΑ:

1. Γνωριμία με το Μάρκετινγκ 3.0
2. Το Μελλοντικό Μοντέλο του Μάρκετινγκ 3.0

ΔΕΥΤΕΡΗ ΕΝΟΤΗΤΑ:

3. Προώθηση του Εταιρικού Οράματος στους Καταναλωτές
4. Προώθηση των Εταιρικών Αξιών στους Εργαζόμενους
5. Προώθηση των Εταιρικών Αξιών στους Εταίρους
6. Προώθηση του Εταιρικού Οράματος στους Μετόχους

ΤΡΙΤΗ ΕΝΟΤΗΤΑ:

7. Προώθηση του Οράματος της Κοινωνικοπολιτισμικής Αλλαγής
8. Ανάδειξη Επιχειρηματιών στις Αναδυόμενες Αγορές
9. Συμβολή των Εταιρειών στην Περιβαλλοντική Βιωσιμότητα

ΤΕΤΑΡΤΗ ΕΝΟΤΗΤΑ:

Ενώνοντας τα Κομμάτια του Πάζλ

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

<p>ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.</p>	<p>Πρόσωπο με πρόσωπο</p>													
<p>ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</p>	<p>Οι σημειώσεις του διδάσκοντος είναι διαθέσιμες στους φοιτητές υπό μορφή ηλεκτρονικών αρχείων pdf (πρόσβαση μέσω της πλατφόρμας εκμάθησης Web-CT Vista στην ιστοσελίδα: http://aegeamoodle.aegean.gr). Οι σημειώσεις είναι χωρισμένες κατά κεφάλαια, όπως ακριβώς και η ύλη του μαθήματος.</p>													
<p>ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη & ανάλυση βιβλιογραφίας, Φροντιστήριο, Πρακτική (Τοποθέτηση), Κλινική Άσκηση, Καλλιτεχνικό Εργαστήριο, Διαδραστική διδασκαλία, Εκπαιδευτικές επισκέψεις, Εκπόνηση μελέτης (project), Συγγραφή εργασίας / εργασιών, Καλλιτεχνική δημιουργία, κ.λπ. Αναγράφονται οι ώρες μελέτης του φοιτητή για κάθε μαθησιακή δραστηριότητα καθώς και οι ώρες μη καθοδηγούμενης μελέτης σύμφωνα με τις αρχές του ECTS</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="628 501 963 555">Δραστηριότητα</th> <th data-bbox="968 501 1287 555">Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="628 562 963 629">Παρακολούθηση μαθήματος</td> <td data-bbox="968 562 1287 629">70</td> </tr> <tr> <td data-bbox="628 636 963 703">Προετοιμασία εξετάσεων</td> <td data-bbox="968 636 1287 703">47</td> </tr> <tr> <td data-bbox="628 710 963 777"></td> <td data-bbox="968 710 1287 777"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="628 784 963 851"></td> <td data-bbox="968 784 1287 851"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="628 857 963 851">Σύνολο Μαθήματος</td> <td data-bbox="968 857 1287 851">117</td> </tr> </tbody> </table>		Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου	Παρακολούθηση μαθήματος	70	Προετοιμασία εξετάσεων	47					Σύνολο Μαθήματος	117
Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου													
Παρακολούθηση μαθήματος	70													
Προετοιμασία εξετάσεων	47													
Σύνολο Μαθήματος	117													
<p>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης 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 Αναφέρονται ρητά προσδιορισμένα κριτήρια αξιολόγησης και εάν και που είναι προσβάσιμα από τους φοιτητές.</p>	<p>Η αξιολόγηση των φοιτητών γίνεται μέσω γραπτών τελικών εξετάσεων. Απαιτείται βαθμός ≥ 5 τόσο στη θεωρία, όσο και στο εργαστήριο, ώστε ένας φοιτητής να «περάσει» το μάθημα. Αν κάποιος επιτύχει στο ένα από τα δύο, τότε την επόμενη φορά εξετάζεται μόνο σ' αυτό που απέτυχε.</p>													

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

<p>Marketing 3.0: Από το προϊόν στον πελάτη και από αυτόν στον άνθρωπο, Συγγραφείς: Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan, Εκδόσεις Κέρκυρα Α.Ε., Έτος έκδοσης: 2010, σελ. 211 (ISBN: 978-960-9490-03-0).</p>
<ol style="list-style-type: none"> Marketing without Marketing, Alex Wipperfurth, Brand Hijack, New York: Portfolio, 2005. A Whole New Mind: Moving from the Information Age to the Conceptual Age, Daniel H. Pink, New York: Riverhead Books, 2005. The New Age of Innovation: Driving Co-created value through Global Networks, C.K. Prahalad, M.S. Krishnan, New York: McGraw-Hill, 2008. What Consumers Really Want, James H. Gilmore, B. Joseph Pine II, Boston: Harvard Business School Press, 2007 The Fortune at the Bottom of the Pyramid: Eradicating Poverty through Profits, C.K. Prahalad, Philadelphia: Wharton School Publishing, 2005 True to Our Roots: Fermenting a Business Revolution, Paul Dolan, Thom Elkjer, New York: Bloomberg Press, 2003 Εισαγωγή στο Marketing G. Armstrong, P. Kottler, εκδόσεις επίκεντρο, 9^η έκδοση

2009

❖ **Διευθύνσεις Δικτυακών Τόπων:**

www.un.org/millenniumgoals

www.sric-bi.com/VALS

www.project10tothe100.com

www.gsb.stanford.edu/exed/smm :

Strategic Marketing management, STANFORD Graduate School of Business

www.managementhelp.org/marketing :

Free management Library