

Οδηγός Σπουδών του Προγράμματος

«Μάρκετινγκ και Βιώσιμη Ανάπτυξη - Sustainable Marketing»



ΠΑΤΡΑ, 2023

Περιεχόμενα

A. Γενικά Στοιχεία & Περιγραφή Προγράμματος	3
B. Δομή του Προγράμματος	7
Γ. Μεθοδολογία Υλοποίησης του Προγράμματος , Αξιολόγηση & Πιστοποίηση	14
Δ. Τρόπος Επιλογής & Εγγραφή στο Πρόγραμμα.....	16

A. Γενικά Στοιχεία & Περιγραφή Προγράμματος

Τίτλος Προγράμματος: Μάρκετινγκ και Βιώσιμη Ανάπτυξη - Sustainable Marketing

Συνολική διάρκεια (σε αριθμό ωρών και αριθμό εβδομάδων): 180 ώρες/ 10 εβδομάδες

Μονάδες ECTS: 7,16

Μέθοδος υλοποίησης και διαδικασίες παρακολούθησης:

Εξ αποστάσεως

Θεματικό Πεδίο

Κοινωνικών Επιστημών

Διδακτικές Ενότητες του Προγράμματος:

1. Τίτλος Δ.Ε.1: Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ
2. Τίτλος Δ.Ε.2: Εισαγωγή στο βιώσιμο μάρκετινγκ και τους τρεις πυλώνες της βιωσιμότητας
3. Τίτλος Δ.Ε.3: Συμπεριφορά καταναλωτή, τμηματοποίηση και στόχευση
4. Τίτλος Δ.Ε.4: Βιώσιμη κατανάλωση και συνειδητοποιημένος καταναλωτής
5. Τίτλος Δ.Ε.5: Σπατάλη Τροφίμων
6. Τίτλος Δ.Ε.6: Προϊόντα και Καινοτομία προϊόντων
7. Τίτλος Δ.Ε.7: Σχεδιασμός και Ανάπτυξη προϊόντων και υπηρεσιών
8. Τίτλος Δ.Ε.8: Επωνυμία προϊόντων
9. Τίτλος Δ.Ε.9: Πράσινη συσκευασία
10. Τίτλος Δ.Ε.10: Επικοινωνίες Μάρκετινγκ I: Διαφήμιση
11. Τίτλος Δ.Ε.11: Επικοινωνίες Μάρκετινγκ II: Προώθηση Πωλήσεων, Προσωπική πώληση, Δημόσιες Σχέσεις
12. Τίτλος Δ.Ε.12: Επικοινωνίες Μάρκετινγκ III: Ψηφιακό μάρκετινγκ
13. Τίτλος Δ.Ε.13: Επικοινωνίες Μάρκετινγκ IV: Greenwashing
14. Τίτλος Δ.Ε.14: Λιανικό εμπόριο και Διανομή
15. Τίτλος Δ.Ε.15: Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης: Σχεδιασμός και Στρατηγική
16. Τίτλος Δ.Ε.16: Επισκόπηση - Αξιολόγηση

Σκοπός και προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα του προγράμματος:

Η αυξημένη ευαισθητοποίηση για την υποβάθμιση του περιβάλλοντος, τη μείωση των φυσικών πόρων και τις κοινωνικές ανισότητες έχει προκρίνει το θέμα της βιωσιμότητας ως παγκόσμια επιτακτική ανάγκη, αυξάνοντας την εστίαση στις εταιρικές ευθύνες και στις επιλογές των καταναλωτών. Η ευαισθητοποίηση των καταναλωτών για ζητήματα βιωσιμότητας έχει εξελιχθεί από ένα αναδυόμενο κοινωνικό ζήτημα σε επικρατούσες αξίες, αλλά η αύξηση της βιώσιμης συμπεριφοράς παραμένει πρόκληση. Το πρόγραμμα αυτό έχει σχεδιαστεί με σκοπό την παροχή γνώσης για την ενίσχυση βιώσιμων συμπεριφορών στις επιχειρήσεις, στους καταναλωτές και στην κοινωνία γενικότερα. Η

στρατηγική μάρκετινγκ παίζει σημαντικό ρόλο στην ικανότητα μιας επιχείρησης να ανταποκρίνεται αποτελεσματικά σε ζητήματα βιωσιμότητας. Το πρόγραμμα σχεδιάστηκε για να βοηθήσει τις επιχειρήσεις να χρησιμοποιήσουν εξειδικευμένες αρχές μάρκετινγκ για να αναπτύξουν μακροπρόθεσμες στρατηγικές με βιώσιμο αντίκτυπο. Τέλος, μέσω του προγράμματος θα εξετάσουμε πώς η βιωσιμότητα μπορεί να αποτελέσει ανταγωνιστικό παράγοντα διαφοροποίησης των επιχειρήσεων.

Μετά το πέρας του προγράμματος ο/η εκπαιδευόμενος/η θα είναι σε θέση να:

1. Κατανοεί το ιστορικό υπόβαθρο και το πλαίσιο του Μάρκετινγκ σε συνδυασμό με τη Βιώσιμη Ανάπτυξη
2. Κατανοεί το ευρύτερο σύγχρονο τοπίο της Βιώσιμης Ανάπτυξης και πως αυτό επηρεάζει τις επιχειρήσεις και την κοινωνία
3. Διατυπώνει με ποιους τρόπους συνδέεται το Μάρκετινγκ με τη Βιώσιμη Ανάπτυξη
4. Προσδιορίζει συγκεκριμένους λόγους που η βιώσιμη ανάπτυξη απασχολεί τις επιχειρήσεις σήμερα
5. Προσδιορίζει και να ερμηνεύει τις επιπτώσεις των περιβαλλοντικών αλλαγών και των κατά πόσο αποτελούν ευκαιρίες ή απειλές για την κοινωνία και τις επιχειρήσεις
6. Διατυπώνει πως διαφέρει το Μάρκετινγκ με προσήλωση στη Βιώσιμη Ανάπτυξη με το παραδοσιακό Μάρκετινγκ
7. Ενσωματώνει αρχές της Βιώσιμης Ανάπτυξης στις στρατηγικές Μάρκετινγκ
8. Κατανοεί γιατί αποτελεί το Μάρκετινγκ με προσήλωση στη Βιώσιμη Ανάπτυξη ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για τις επιχειρήσεις
9. Επικοινωνεί σε άλλους με τα οφέλη της ενσωμάτωσης αρχών και στόχων αειφορίας στο Μάρκετινγκ

Επιπλέον, με την ολοκλήρωση του προγράμματος ο/η εκπαιδευόμενος/η θα είναι σε θέση να:

1. Σχεδιάζει και υλοποιεί προγράμματα και στρατηγικές μάρκετινγκ με έμφαση στη βιώσιμη ανάπτυξη
2. Αξιολογεί προγράμματα και στρατηγικές μάρκετινγκ με βάση στοιχεία της βιώσιμης ανάπτυξης
3. Αναγνωρίζει ευκαιρίες και απειλές του περιβάλλοντος με έμφαση στην βιώσιμη ανάπτυξη
4. Αναπτύσσει μείγμα μάρκετινγκ προσανατολισμένο στην βιώσιμη ανάπτυξη
5. Αξιοποιεί τους πόρους της επιχείρησης για την εφαρμογή στρατηγικών ανάπτυξης και τη δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος προσανατολισμένα στη βιώσιμη ανάπτυξη
6. Σχεδιάζει και αναπτύσσει προϊόντα που ανταποκρίνονται στις ανάγκες των ευαισθητοποιημένων/πράσινων καταναλωτών

Τέλος, με την λήξη του προγράμματος ο/η εκπαιδευόμενος/η θα:

1. Έχει την ικανότητα προσαρμογής σε νέες καταστάσεις του μάρκετινγκ με έμφαση στην βιωσιμότητα
2. Συμμετέχει στη λήψη αποφάσεων
3. Διεξάγει αυτόνομη εργασία και ενσωματώνεται σε περιβάλλον ομαδικής εργασίας
4. Μπορεί να προσαρμοστεί σε διεθνές περιβάλλον εργασίας
5. Ανταποκρίνεται σε προκλήσεις διεπιστημονικού περιβάλλοντος εργασίας
6. Συντελεί στην παραγωγή νέων ερευνητικών ιδεών

Σε ποιους απευθύνεται το πρόγραμμα:

Το πρόγραμμα απευθύνεται σε στελέχη του ευρύτερου χώρου του μάρκετινγκ καθώς και σε σπουδαστές ή αποφοίτους σχολών σε αντίστοιχα αντικείμενα. Το πρόγραμμα απευθύνεται σε επιχειρηματίες και στελέχη επιχειρήσεων που θέλουν να αποκτήσουν εις βάθος γνώση των βιώσιμων πρακτικών του μάρκετινγκ με σκοπό την ενσωμάτωση αυτών στις επιχειρήσεις τους για την καλύτερη κατανόηση και κάλυψη των αναγκών των καταναλωτών. Τέλος, απευθύνεται σε όλους όσους θέλουν να αποκτήσουν γνώσεις και να ενστερνιστούν την φιλοσοφία του μάρκετινγκ με έμφαση στην βιώσιμη ανάπτυξη.

Στοιχεία Επιστημονικά Υπεύθυνου

Ονοματεπώνυμο: ΠΡΟΚΟΠΙΟΣ ΘΕΟΔΩΡΙΔΗΣ

Ιδιότητα: ΑΝΑΠΛΗΡΩΤΗΣ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ

Email Επιστημονικά Υπεύθυνου: proth@eap.gr

Τμήμα:

Σχολή: ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

Πλήρες βιογραφικό σημείωμα Επιστημονικά Υπεύθυνου:

https://www.eap.gr/wp-content/uploads/2022/11/Theodoridis_short_cv_2022.pdf

Σύντομο βιογραφικό σημείωμα Επιστημονικά Υπεύθυνου



Ο Προκόπης Κ. Θεοδωρίδης είναι Αναπληρωτής Καθηγητής Μάρκετινγκ στη Σχολή Κοινωνικών Επιστημών του Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου. Ξεκίνησε τις σπουδές του από το ΤΕΙ Πειραιά όπου και αποφοίτησε από το Τμήμα Διοίκησης και Οργάνωσης των Επιχειρήσεων, συνέχισε τις σπουδές του στο Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών (ΑΣΟΕΕ), στο Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης των Επιχειρήσεων και έκανε μεταπτυχιακές σπουδές στο University of Stirling στην Σκωτία (MSc in Marketing). Είναι Διδάκτορας του Τμήματος Οργάνωσης και Διοίκησης των Επιχειρήσεων του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών.

Υπηρέτησε για 16 συνεχή έτη στο Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων του Πανεπιστημίου Πατρών όπου διετέλεσε Πρόεδρος του Τμήματος και Διευθυντής στο ΠΜΣ «MBA Διοίκηση Επιχειρήσεων Τροφίμων» και στο Εργαστήριο «Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων του Αγροτικού Χώρου».

Το ερευνητικό του ενδιαφέρον συγκεντρώνεται στα πεδία της συμπεριφοράς του καταναλωτή, μάρκετινγκ τροφίμων, στην σχέση του μάρκετινγκ με την βιώσιμη ανάπτυξη, σε εφαρμογές τεχνητής νοημοσύνης, επικοινωνίες μάρκετινγκ και στο εσωτερικό μάρκετινγκ. Έχει παρουσιάσει ερευνητικές

μελέτες σε διεθνή περιοδικά και συνέδρια και συμμετέχει σε ερευνητικά προγράμματα της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Είναι Γραμματέας της Ελληνικής Ακαδημίας Μάρκετινγκ (ΕΛ.Α.Μ.) και μέλος της Ευρωπαϊκής Ακαδημίας Μάρκετινγκ (EMAC).

Εκπαιδευτές

Σύντομο βιογραφικό σημείωμα Εκπαιδευτή 1- Βασιλική Μπουκουβάλα



Η Δρ. Βασιλική Μπουκουβάλα είναι μεταδιδακτορική ερευνήτρια και εντεταλμένη διδάσκουσα στο Τμήμα Επιστήμης & Τεχνολογίας Τροφίμων του Πανεπιστημίου Πατρών με εξειδίκευση στις Επικοινωνίες Μάρκετινγκ και τη Διαφήμιση.

Τα ενδιαφέροντά της είναι, οι επικοινωνίες μάρκετινγκ, η τοποθέτηση προϊόντων, το μάρκετινγκ τροφίμων, το μάρκετινγκ και η βιωσιμότητα καθώς και η συμπεριφορά καταναλωτή. Έχει διδάξει ως νέος επιστήμονας στα Τμήματα Επιστήμης & Τεχνολογίας Τροφίμων και Διοίκησης Επιχειρήσεων Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων του Πανεπιστημίου Πατρών και στο Τμήμα Μετάφρασης και Διερμηνείας (κατεύθυνση Διοίκηση Επιχειρήσεων) του Πανεπιστημίου Ιωαννίνων. Εργασίες της έχουν παρουσιαστεί σε σημαντικά διεθνή συνέδρια του χώρου. Ακόμη,, έχει μεταφράσει επιστημονικά συγγράμματα που άπτονται των αντικειμένων της. Τέλος, από το 2010 έως το 2019 εργαζόταν ως ιδιωτική υπάλληλος σε επιχειρήσεις διάφορων κλάδων και από το 2019 είναι ελεύθερη επαγγελματίας.

Σύντομο βιογραφικό σημείωμα Εκπαιδευτή 2 – Θεοφάνης Ζαχαράτος

Ο Θεοφάνης Ζαχαράτος είναι υποψήφιος διδάκτωρ στο Τμήμα Επιστήμης και Τεχνολογίας Τροφίμων του Πανεπιστημίου Πατρών. Είναι οικονομολόγος, απόφοιτος του Τμήματος Οικονομικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Ιωαννίνων και κάτοχος μεταπτυχιακών διπλωμάτων MBA στη Διοίκηση Επιχειρήσεων Τροφίμων (Πανεπιστήμιο Πατρών) και MSc στα Χρηματοοικονομικά (Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο). Η διδακτορική του έρευνα επικεντρώνεται στη συμπεριφορά των καταναλωτών σχετικά με το πρόβλημα της σπατάλης τροφίμων. Τα ερευνητικά του ενδιαφέροντα συμπληρώνουν θέματα όπως, η βιώσιμη ανάπτυξη, οι 17 ΣΒΑ και το μοντέλο της κυκλικής οικονομίας. Έχει διδάξει επικουρικά,



φροντιστηριακά μαθήματα στον Πανεπιστήμιο Πατρών και έχει συμμετάσχει σε ερευνητικά έργα στην Ελλάδα και στο εξωτερικό. Το 2019, έλαβε υποτροφία από τον Ευρωπαϊκό φορέα EIT Climate KIC και συμμετείχε σε ερευνητική ομάδα του Πανεπιστημίου Sapienza της Ρώμης, σε έργο που αφορούσε τη μείωση της σπατάλης και την αύξηση της περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης και της ανακύκλωσης σε πανεπιστημιούπολεις της Ασίας. Έχει

λάβει μέρος σε πλήθος συνεδρίων ως προσκεκλημένος ομιλητής, και άρθρα του έχουν δημοσιευθεί στον καθημερινό και επιστημονικό τύπο. Επίσης, είναι μέλος της Ελληνικής Ακαδημίας Μάρκετινγκ και

της Συμμαχίας Αριστείας στην Έρευνα και την Καινοτομία για την Αειφόρο Ανάπτυξη (Ae4ria). Τέλος, για περισσότερα από δέκα χρόνια εργάζεται στον ιδιωτικό και δημόσιο τομέα ως στέλεχος επιχειρήσεων και σύμβουλος σε θέματα όπως η αειφορία και η αγροτική οικονομία.

B. Δομή του Προγράμματος

Θεματικές Ενότητες Προγράμματος & Περιγραφή τους: Εδώ γίνεται η ανάπτυξη του προγράμματος σε επιμέρους ενότητες. Οι ενότητες περιγράφονται με λεπτομέρεια και τεκμηριώνεται κατά περίπτωση η επιλογή τους. Αναγράφονται οι συνολικές υπολογισθείσες ώρες μάθησης ανά ενότητα, καθώς και ο/η υπεύθυνος εκπαιδευτής(τρια).

Δ.Ε.1 Εισαγωγή στο μάρκετινγκ

Συνοπτική περιγραφή σκοπού και περιεχομένου της Δ.Ε.1

Σκοπός της ενότητας είναι να εισάγει τους εκπαιδευόμενους στις βασικές έννοιες και αρχές του μάρκετινγκ. Έτσι, δίνεται η δυνατότητα στους εκπαιδευόμενους να εισαχθούν ομαλά στην ύλη του προγράμματος και να αποκτήσουν θεωρητική βάση. Στην ενότητα αυτή θα αναπτυχθούν η φιλοσοφία και η έννοια του μάρκετινγκ, ο προσανατολισμός μάρκετινγκ, η εξέλιξη του μάρκετινγκ καθώς και οι εφαρμογές στις επιχειρήσεις και τους οργανισμούς. Τέλος, θα γίνει αναφορά στα τέσσερα στοιχεία που αποτελούν το μείγμα μάρκετινγκ.

Διάρκεια σε ώρες: 6

Αξία σε ECTS: 0,72

Υπεύθυνος εκπαιδευτής: Προκόπης Θεοδωρίδης

Δ.Ε.2 Εισαγωγή στο βιώσιμο μάρκετινγκ και τους τρεις πυλώνες της βιωσιμότητας

Συνοπτική περιγραφή σκοπού και περιεχομένου της Δ.Ε.2

Σκοπός της δεύτερης ενότητας είναι η κατανόηση της σύνδεσης του μάρκετινγκ με την βιωσιμότητα. Μέσω της ενότητας οι εκπαιδευόμενοι θα μπορέσουν να αντιληφθούν την σημαντικότητα της σύνδεσης των δυο αυτών εννοιών. Στην ενότητα αυτή θα γίνει αναφορά στις βασικές έννοιες της βιωσιμότητας, στα προβλήματα που προκύπτουν από την μη βιώσιμη ανάπτυξη και την μειωμένη προσφορά και αυξημένη ζήτηση προϊόντων. Η ενότητα θα ολοκληρωθεί με τους τρεις πυλώνες της βιωσιμότητας και την ένταξη αυτών στις στρατηγικές μάρκετινγκ των επιχειρήσεων και οργανισμών.

Διάρκεια σε ώρες: 6

Αξία σε ECTS: 0,72

Υπεύθυνος εκπαιδευτής: Προκόπης Θεοδωρίδης

Δ.Ε.3 Συμπεριφορά καταναλωτή, τμηματοποίηση και στόχευση

Συνοπτική περιγραφή σκοπού και περιεχομένου της Δ.Ε.3

Σκοπός της ενότητας είναι η περιγραφή και η κατανόηση των βασικών εννοιών και πρακτικών της συμπεριφοράς του καταναλωτή καθώς και εκείνων της τμηματοποίησης της αγοράς και της στόχευσης σε τμήματα της αγοράς. και των κύριων παραγόντων που επηρεάζουν την αγοραστική τους συμπεριφορά. Στην ενότητα αυτή θα αναπτυχθούν οι βασικές έννοιες και οι πρακτικές της συμπεριφοράς του καταναλωτή και οι κύριοι παραγόντων που επηρεάζουν την αγοραστική τους

συμπεριφορά. Επίσης, θα παρουσιαστούν οι παράγοντες που επηρεάζουν τον καταναλωτή κατά τη διαδικασία λήψης αποφάσεων, τα πλεονεκτήματα της τμηματοποίησης και τα κριτήρια που δύναται να χρησιμοποιηθούν. Η ενότητα κλείνει με την στόχευση και τις στρατηγικές στοχευμένου μάρκετινγκ. Μέσω της ενότητας οι εκπαιδευόμενοι θα αποκτήσουν βαθιά γνώση για το πως λαμβάνουν αγοραστικές αποφάσεις οι καταναλωτές και πως οι επιχειρήσεις μπορούν να στοχεύσουν στα διάφορα τμήματα της αγοράς.

Διάρκεια σε ώρες: 6

Αξία σε ECTS: 0,72

Υπεύθυνος εκπαιδευτής: Προκόπης Θεοδωρίδης

Δ.Ε.4 Βιώσιμη κατανάλωση και συνειδητοποιημένος καταναλωτής

Συνοπτική περιγραφή σκοπού και περιεχομένου της Δ.Ε.4

Σκοπός της ενότητας είναι οι εκπαιδευόμενοι να κατανοήσουν την φύση της βιώσιμης κατανάλωσης και τις αλλαγές που επιφέρει στις ανάγκες των συνειδητοποιημένων καταναλωτών. Στην ενότητα αναλύονται η παρακίνηση των καταναλωτών για βιώσιμη κατανάλωση, η διαδικασία λήψης αγοραστικής απόφασης υπό το πρίσμα της βιωσιμότητας, καθώς και ο ρόλος της κουλτούρας στην βιώσιμη κατανάλωση.

Διάρκεια σε ώρες: 3

Αξία σε ECTS: 0,36

Υπεύθυνος εκπαιδευτής: Θεοφάνης Ζαχαράτος

Δ.Ε.5 Σπατάλη τροφίμων

Συνοπτική περιγραφή σκοπού και περιεχομένου της Δ.Ε.5

Σκοπός της ενότητας είναι να αναπτύξει το πρόβλημα της σπατάλης τροφίμων στην σημερινή κοινωνία. Στην ενότητα αυτή θα αναπτυχθούν η έννοια της σπατάλης και της απώλειας τροφίμων και πως αυτές συνδέονται με την βιώσιμη κατανάλωση. Θα αναλυθούν τα σημεία που εντοπίζεται η σπατάλη τροφίμων, οι κύριες αιτίες της και θα παρουσιαστούν αποτελέσματα ερευνών σχετικά με την συμπεριφορά των καταναλωτών γύρω από αυτή αλλά και «εργαλεία» που έχουν στην διάθεσή τους οι καταναλωτές για να περιορίσουν το φαινόμενο. Τέλος, θα παρουσιαστούν ενέργειες που γίνονται σε παγκόσμιο και ευρωπαϊκό επίπεδο για την ενημέρωση των καταναλωτών.

Διάρκεια σε ώρες: 3

Αξία σε ECTS: 0,36

Υπεύθυνος εκπαιδευτής: Θεοφάνης Ζαχαράτος

Δ.Ε.6 Προϊόντα και καινοτομία προϊόντων

Συνοπτική περιγραφή σκοπού και περιεχομένου της Δ.Ε.6

Σκοπός της ενότητας είναι η περιγραφή και η κατανόηση της έννοιας του προϊόντος που αποτελεί ένα από τα στοιχεία του μείγματος μάρκετινγκ. Επίσης, θα γίνει αναφορά στην διαφορά αγαθών και υπηρεσιών καθώς και στα καταναλωτικά και βιομηχανικά προϊόντα. Ακόμη, σκοπός της ενότητας είναι οι εκπαιδευόμενοι να αποκτήσουν τις απαραίτητες γνώσεις για τον κύκλος ζωής προϊόντος, την ανάλυση χαρτοφυλακίου προϊόντων και τέλος, να εμπεδώσουν την έννοια της καινοτομίας σε συνδυασμό με την βιώσιμη ανάπτυξη στην διαδικασία δημιουργίας προϊόντων.

Διάρκεια σε ώρες: 6

Αξία σε ECTS: 0,72

Υπεύθυνος εκπαιδευτής: Προκόπης Θεοδωρίδης

Δ.Ε.7 Σχεδιασμός και ανάπτυξη προϊόντων και υπηρεσιών

Συνοπτική περιγραφή σκοπού και περιεχομένου της Δ.Ε.7

Σκοπός της ενότητας είναι οι εκπαιδευόμενοι να αποκτήσουν γνώσεις σχετικά με την διαχείριση των προϊόντων και την λογική των υπηρεσιών. Στην ενότητα παρουσιάζεται η έννοια της βιωσιμότητας του προϊόντος, η ανάπτυξη βιώσιμων νέων προϊόντων καθώς και η έννοια της αποϋλοποίησης. Η ενότητα ολοκληρώνεται με την ανάπτυξη βιώσιμων υπηρεσιών και παρουσίαση καινοτόμων διαδικασιών σε διάφορους κλάδους.

Διάρκεια σε ώρες: 3

Αξία σε ECTS: 0,36

Υπεύθυνος εκπαιδευτής: Προκόπης Θεοδωρίδης

Δ.Ε.8 Επωνυμία προϊόντων

Συνοπτική περιγραφή σκοπού και περιεχομένου της Δ.Ε.8

Σκοπός της ενότητας είναι οι εκπαιδευόμενοι να κατανοήσουν την έννοια της επωνυμίας (brand) καθώς και την σύνδεσή της με τα προϊόντα. Στην ενότητα θα παρουσιαστούν ορισμοί της επωνυμίας, οι λόγοι ανάπτυξης των επωνυμιών, τα χαρακτηριστικά και οι στόχοι που επιτυγχάνουν. Η ενότητα ολοκληρώνεται με την ανάπτυξη και το χτίσιμο βιώσιμων επωνυμιών που ικανοποιούν τις ανάγκες των σύγχρονων καταναλωτών και την παρουσίαση επιτυχημένων βιώσιμων επωνυμιών.

Διάρκεια σε ώρες: 3

Αξία σε ECTS: 0,36

Υπεύθυνος εκπαιδευτής: Βασιλική Μπουκουβάλα

Δ.Ε.9 Πράσινη συσκευασία

Συνοπτική περιγραφή σκοπού και περιεχομένου της Δ.Ε.9

Σκοπός της ενότητας είναι οι εκπαιδευόμενοι να κατανοήσουν την έννοια της συσκευασίας των προϊόντων με έμφαση στην πράσινη συσκευασία. Στην ενότητα θα αναπτυχθούν οι ρόλοι που ικανοποιεί η συσκευασία στα προϊόντα, ο τρόπος ανάπτυξης των συσκευασιών καθώς και τα υλικά που χρησιμοποιούνται στις συσκευασίες. Τέλος, θα παρουσιαστούν οι νέες τάσεις για βιώσιμες συσκευασίες, τα χαρακτηριστικά που πρέπει να πληρούν οι βιώσιμες συσκευασίες και τα 3R (remove-reduce-recycle).

Διάρκεια σε ώρες: 3

Αξία σε ECTS: 0,36

Υπεύθυνος εκπαιδευτής: Θεοφάνης Ζαχαράτος

Δ.Ε.10 Επικοινωνίες Μάρκετινγκ Ι: Διαφήμιση

Συνοπτική περιγραφή σκοπού και περιεχομένου της Δ.Ε.10

Στην ενότητα θα γίνει αρχικά μια σύντομη παρουσίαση των στοιχείων του μείγματος προβολής/επικοινωνίας, η έννοια της Ολοκληρωμένης Επικοινωνίας και στην συνέχεια θα αναλυθεί το εργαλείο της διαφήμισης. Αρχικά, θα οριστεί η διαφήμιση, θα αναφερθούν τα είδη της, ο σχεδιασμός του προγράμματος της διαφήμισης, οι διαφημιστικοί στόχοι και ο καθορισμός του προϋπολογισμού. Τέλος, θα γίνει σύντομη αναφορά στο δημιουργικό κομμάτι της διαφήμισης και η ενότητα θα ολοκληρωθεί με την διαφήμιση για βιωσιμότητα.

Διάρκεια σε ώρες: 3

Αξία σε ECTS: 0,36

Υπεύθυνος εκπαιδευτής: Βασιλική Μπουκουβάλα

Δ.Ε.11 Επικοινωνίες Μάρκετινγκ II: Προώθηση πωλήσεων, προσωπική πώληση και δημόσιες σχέσεις

Συνοπτική περιγραφή σκοπού και περιεχομένου της Δ.Ε.11

Σκοπός της ενότητας αυτής είναι να αναλυθούν τα υπόλοιπα στοιχεία του μείγματος της επικοινωνίας μάρκετινγκ. Η ενότητα ξεκινάει με την προώθηση πωλήσεων, τον διαχωρισμό τους ανάλογα με τον αποδέκτη και τα εργαλεία προώθησης που έχουν στην διάθεσή τους οι υπεύθυνοι μάρκετινγκ. Στην συνέχεια γίνεται αναφορά στην προσωπική πώληση και τα στάδια της διαδικασίας πώλησης. Η ενότητα ολοκληρώνεται με τις δημόσιες σχέσεις και τον εννοιολογικό προσδιορισμό τους, την διαδικασία και την σύγκρισή τους με την διαφήμιση καθώς και με την σύνδεσή τους με την βιωσιμότητα.

Διάρκεια σε ώρες: 3

Αξία σε ECTS: 0,36

Υπεύθυνος εκπαιδευτής: Βασιλική Μπουκουβάλα

Δ.Ε.12 Επικοινωνίες Μάρκετινγκ III: Ψηφιακό μάρκετινγκ

Συνοπτική περιγραφή σκοπού και περιεχομένου της Δ.Ε.11

Στην ενότητα αυτή γίνεται παρουσίαση του ψηφιακού μάρκετινγκ. Ξεκινώντας, γίνεται αναφορά στο εννοιολογικό πλαίσιο του ψηφιακού μάρκετινγκ και πως αυτό διαφοροποιείται από το συμβατικό μάρκετινγκ. Στην συνέχεια παρουσιάζονται τα ψηφιακά εργαλεία που έχουν στην διάθεσή τους οι υπεύθυνοι μάρκετινγκ για τις επικοινωνιακές τους καμπάνιες, και αναπτύσσεται η δημιουργία του προγράμματος ψηφιακού μάρκετινγκ. Τέλος, οι εκπαιδευόμενοι θα αποκτήσουν μέσω της ενότητας την απαιτούμενη γνώση για την χρήση των ψηφιακών εργαλείων ώστε να αναπτύξουν και να υποστηρίξουν βιώσιμες καμπάνιες επικοινωνίας.

Διάρκεια σε ώρες: 3

Αξία σε ECTS: 0,36

Υπεύθυνος εκπαιδευτής: Βασιλική Μπουκουβάλα

Δ.Ε.13 Επικοινωνίες Μάρκετινγκ IV: Greenwashing

Συνοπτική περιγραφή σκοπού και περιεχομένου της Δ.Ε.13

Σκοπός της ενότητας είναι να εισάγει τους εκπαιδευόμενους στην έννοια του greenwashing. Η ενότητα ξεκινάει προσδιορίζοντας την έννοια του greenwashing, την εμφάνισή του και στην συνέχεια παρουσιάζονται οι κατηγορίες του. Ακόμη, στην ενότητα παρουσιάζονται οι επτά αμαρτίες του greenwashing, οι λόγοι που οι εταιρίες καταφεύγουν σε αυτό και οι κίνδυνοι που εμπεριέχει. Τέλος, γίνεται αναφορά στους κλάδους που συναντάται συχνότερα.

Διάρκεια σε ώρες: 3

Αξία σε ECTS: 0,36

Υπεύθυνος εκπαιδευτής: Βασιλική Μπουκουβάλα

Δ.Ε.14 Λιανικό εμπόριο και Διανομή

Συνοπτική περιγραφή σκοπού και περιεχομένου της Δ.Ε.14

Σκοπός της ενότητας είναι οι εκπαιδευόμενοι να κατανοήσουν την δυνατότητα μετατροπής των αλυσίδων αξίας σε βιώσιμους κύκλους αξίας καθώς και η δημιουργία βιώσιμων σχέσεων στα κανάλια διανομής μέσω της επικοινωνίας και της συνεργασίας. Στην ενότητα αναλύονται τα δίκτυα διανομής, τα είδη καναλιών διανομής καθώς και οι παράγοντες επιλογής καναλιού. Η ενότητα ολοκληρώνεται με την ανάπτυξη της δημιουργίας βιώσιμων λειτουργιών στα κανάλια διανομής και τη βιωσιμότητα στο λιανικό εμπόριο.

Διάρκεια σε ώρες: 3

Αξία σε ECTS: 0,36

Υπεύθυνος εκπαιδευτής: Προκόπης Θεοδωρίδης

Δ.Ε.15 Μέσα κοινωνικής δικτύωσης: Σχεδιασμός και στρατηγική

Συνοπτική περιγραφή σκοπού και περιεχομένου της Δ.Ε.15

Σκοπός της ενότητας είναι οι εκπαιδευόμενοι να κατανοήσουν την χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στον σχεδιασμό και την εφαρμογή της στρατηγική μάρκετινγκ της επιχείρησης. Στην ενότητα παρουσιάζονται τα κυριότερα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και τα χαρακτηριστικά τους. Στην συνέχεια αναλύεται η χρήση του κάθε μέσου ανάλογα με τους στόχους της επιχείρησης και πως το κάθε μέσο μπορεί να βοηθήσει στην επίτευξη των στόχων αυτών καθώς και στην επικοινωνία των στοιχείων της βιωσιμότητας των προϊόντων και της επιχείρησης.

Διάρκεια σε ώρες: 3

Αξία σε ECTS: 0,36

Υπεύθυνος εκπαιδευτής: Θεοφάνης Ζαχαράτος

Δ.Ε.16 Επισκόπηση - Αξιολόγηση

Στην ενότητα αυτή θα γίνει επισκόπηση του εκπαιδευτικού υλικού, με έμφαση στην επίλυση αποριών και προβληματισμών που έχουν προκύψει καθ' όλη την διάρκεια του προγράμματος. Τέλος, θα ακολουθήσει η αξιολόγηση των εκπαιδευομένων.

Διάρκεια σε ώρες: 3

Αξία σε ECTS: 0,32

Υπεύθυνος εκπαιδευτής: Θεοφάνης Ζαχαράτος

Χρονοδιάγραμμα Υλοποίησης Επιμέρους Διδακτικών Ενοτήτων:

Τίτλος ενότητας	Εβδομάδα	Ώρες	ECTS	ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΗΣ/ΤΡΙΑ
Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ	1	6	0,72	Πρ. Θεοδωρίδης
Εισαγωγή στο βιώσιμο μάρκετινγκ και τους τρεις πυλώνες της βιωσιμότητας	1	6	0,72	Πρ. Θεοδωρίδης
Συμπεριφορά καταναλωτή, τμηματοποίηση και στόχευση	1	6	0,72	Πρ. Θεοδωρίδης
Βιώσιμη κατανάλωση και συνειδητοποιημένος καταναλωτής	0,5	3	0,36	Θ. Ζαχαράτος
Σπατάλη Τροφίμων	0,5	3	0,36	Θ. Ζαχαράτος
Προϊόντα και Καινοτομία προϊόντων	1	6	0,72	Πρ. Θεοδωρίδης
Σχεδιασμός και Ανάπτυξη προϊόντων και υπηρεσιών	0,5	3	0,36	Πρ. Θεοδωρίδης
Επωνυμία προϊόντων	0,5	3	0,36	Β. Μπουκουβάλα
Πράσινη συσκευασία	0,5	3	0,36	Θ. Ζαχαράτος
Επικοινωνίες Μάρκετινγκ I: Διαφήμιση	0,5	3	0,36	Β. Μπουκουβάλα
Επικοινωνίες Μάρκετινγκ II: Προώθηση Πωλήσεων, Προσωπική πώληση, Δημόσιες Σχέσεις	0,5	3	0,36	Β. Μπουκουβάλα
Επικοινωνίες Μάρκετινγκ III: Ψηφιακό μάρκετινγκ	0,5	3	0,36	Β. Μπουκουβάλα
Επικοινωνίες Μάρκετινγκ IV: Greenwashing	0,5	3	0,36	Β. Μπουκουβάλα
Λιανικό εμπόριο και Διανομή	0,5	3	0,36	Πρ. Θεοδωρίδης

Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης: Σχεδιασμός και Στρατηγική	0,5	3	0,36	Θ. Ζαχαράτος
Επισκόπηση	0,5	2	0,32	Θ. Ζαχαράτος
Αξιολόγηση	-	1	-	Θ. Ζαχαράτος
Σύνολο	10	60	7,16	

Γ. Μεθοδολογία Υλοποίησης του Προγράμματος , Αξιολόγηση & Πιστοποίηση

Διδασκαλία & Παρακολούθηση: (εξ αποστάσεως, δια ζώσης, υβριδικό..... βιβλία, ηλεκτρονικό υλικό....)

Ο εκπαιδευτικός σχεδιασμός ακολουθεί τη μεθοδολογία που υποστηρίζει την Ανοικτή και Εξ Αποστάσεως ηλεκτρονική μάθηση. Η διδασκαλία μέσω συστήματος ασύγχρονης τηλεκπαίδευσης βασίζεται κυρίως στην ασύγχρονη μελέτη του εκπαιδευτικού υλικού και ανάπτυξη δραστηριοτήτων, προκειμένου να εξασφαλιστεί σε μεγάλο βαθμό η αυτονομία του εκπαιδευόμενου.

Η διανομή του εκπαιδευτικού και υποστηρικτικού υλικού γίνεται σταδιακά και σε εβδομαδιαία βάση. Το εκπαιδευτικό υλικό βρίσκεται on-line, σε ψηφιακή μορφή, ενώ παράλληλα δίνεται η δυνατότητα τοπικής αποθήκευσής του. Είναι εύκολα εκτυπώσιμο για τους χρήστες που προτιμούν το έντυπο υλικό. Τέλος, προσφέρεται η δυνατότητα ανάρτησης υλικού και εργασιών από την πλευρά των επιμορφούμενων προς αξιολόγηση.

Περιγραφή εκπαιδευτικού υλικού (είδος, δομή, βασικά χαρακτηριστικά):

Το εκπαιδευτικό υλικό που χρησιμοποιείται έχει αναπτυχθεί σύμφωνα με τις διδακτικές ενότητες του προγράμματος και ακολουθεί την δομή αυτών. Επιπλέον, το υλικό είναι σε ηλεκτρονική μορφή (αρχεία σε μορφή .pdf) ώστε να υποστηρίζει την ανοικτή και εξ' αποστάσεως εκπαίδευση. Το εκπαιδευτικό υλικό αναρτάται στην σελίδα του προγράμματος και οι εκπαιδευόμενοι έχουν την δυνατότητα να το αποθηκεύσουν ή να το εκτυπώσουν.

Δείγμα εκπαιδευτικού υλικού

https://kedivim.eap.gr/wp-content/uploads/2023/06/Δείγμα-εκπαιδευτικού-υλικού_MKT_ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ.pdf

Τρόπος αξιολόγησης των εκπαιδευομένων:

Η αξιολόγηση των εκπαιδευόμενων θα γίνει τόσο κατά την διάρκεια του προγράμματος όσο και στο τέλος. Κατά την διάρκεια του προγράμματος ο/η εκπαιδευόμενος/η καλείται να ολοκληρώσει μια ατομική εργασία αλλά και να συνεργαστεί με άλλους εκπαιδευόμενους/ες σε ομάδα για την εκπόνηση μιας ομαδικής εργασίας (σε μορφή case study). Η κάθε εργασία θα είναι βασισμένη στην εκάστοτε διδαχθείσα ύλη. Με την ολοκλήρωση του προγράμματος οι εκπαιδευόμενοι/ες θα λάβουν μέρος σε γραπτή εξέταση. Η βαρύτητα του κάθε είδους αξιολόγησης στην συνολική βαθμολογία είναι:

Τελική εξέταση: 50%

Ατομική εργασία: 30%

Ομαδική εργασία (case study): 20%

Αξιολόγηση Προγράμματος

Για την αξιολόγηση των παρεχόμενων από το Πρόγραμμα υπηρεσιών σε επίπεδο εκπαιδευτικού έργου αλλά και διοικητικής και τεχνικής υποστήριξης, ο Εκπαιδευόμενος στο τέλος του προγράμματος

καλείται να συμπληρώσει ενιαίο ερωτηματολόγιο, το οποίο περιλαμβάνει συγκεκριμένους άξονες και δείκτες αξιολόγησης, που επεξεργάζεται και παρακολουθείται από την ΜΕΑ του Ε.Α.Π.¹

Τύπος χορηγούμενου πιστοποιητικού

Μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του προγράμματος, χορηγείται «Πιστοποιητικό Επιμόρφωσης» καθώς και «Παράρτημα Πιστοποιητικού Επιμόρφωσης», στα οποία αναγράφονται τα εξής στοιχεία: α) η διάρκεια του προγράμματος σε ώρες, β) η μέθοδος διδασκαλίας, γ) οι πιστωτικές μονάδες ECTS και δ) οι τίτλοι των θεματικών ή διδακτικών ενοτήτων του προγράμματος.

Τα πιστοποιητικά υπογράφονται από τον Επιστημονικά Υπεύθυνο του Προγράμματος, τον Πρόεδρο του Κ.Ε.ΔΙ.ΒΙ.Μ και θα είναι διαθέσιμα μετά την ολοκλήρωση του προγράμματος. Σε περίπτωση μη επιτυχούς ολοκλήρωσης του Προγράμματος χορηγείται απλή «Βεβαίωση Παρακολούθησης». Για τη χορήγηση των πιστοποιητικών απαιτείται επιπλέον και η αποπληρωμή του συνόλου των διδάκτρων του Προγράμματος.

Λοιπές Υποχρεώσεις Εκπαιδευομένων

Πέρα από την επιτυχή ολοκλήρωση του προγράμματος, για τη χορήγηση του Πιστοποιητικού απαιτούνται τα εξής από τους εκπαιδευομένους:

- Αποπληρωμή του συνόλου των τελών συμμετοχής
- Αποδοχή συμμετοχής τους στη διαδικασία αξιολόγησης του προγράμματος

Υποχρεώσεις Εκπαιδευτών

Οι εκπαιδευτές του προγράμματος υποχρεούνται να:

- Επικοινωνούν μέσω της εκπαιδευτικής πλατφόρμας με τους εκπαιδευόμενους απαντώντας σε απορίες / διευκρινίσεις που τυχόν έχουν διατυπωθεί από τους εκπαιδευόμενους.
- Αναρτούν στην εκπαιδευτική πλατφόρμα ανακοινώσεις αναφορικά με το μάθημα και τον τρόπο διεξαγωγής του
- Επιλύουν απορίες, κατευθύνουν τους εκπαιδευόμενους για τη σωστή μελέτη του εκπαιδευτικού υλικού, προτείνουν επιπρόσθετο υλικό βιβλιογραφίας -εφόσον ζητηθεί από τους εκπαιδευόμενους.
- Παροτρύνουν τους εκπαιδευόμενους να συμμετέχουν στην εκπαιδευτική διαδικασία, εφόσον διαπιστωθεί ότι κάποιοι απέχουν από την εκπαιδευτική διαδικασία.
- Ασκοούν κάθε έργο ή εργασία που άπτεται της εκπαιδευτικής υποστήριξης των εκπαιδευομένων.
- Βαθμολογούν τις ερωτήσεις ανάπτυξης (ερωτήσεις ανοικτού τύπου) και τις εργασίες των εκπαιδευομένων.

¹ Σύμφωνα με τον Εσωτερικό Κανονισμό Λειτουργίας του Κ.Ε.ΔΙ.ΒΙ.Μ., Άρθρο 8
Ε 600.1.2/1^η

Δ. Τρόπος Επιλογής & Εγγραφή στο Πρόγραμμα

Απαιτούμενα τυπικά προσόντα και απαραίτητα δικαιολογητικά (επίπεδο προηγούμενων σπουδών, επαγγελματικές ιδιότητες, απαραίτητα δικαιολογητικά, κ.λπ.):

Στο πρόγραμμα μπορούν να συμμετάσχουν:

- Απόφοιτοι λυκείου
- Απόφοιτοι Πανεπιστημίων/ ΤΕΙ
- Στελέχη επιχειρήσεων
- Φοιτητές

Οι υποψήφιοι θα πρέπει με την αίτησή τους να αποστείλουν βιογραφικό σημείωμα συνοδευόμενο από το σύνολο των εγγράφων τα οποία τεκμηριώνουν τα αναφερόμενα σε αυτό.

Τρόπος επιλογής των εκπαιδευόμενων (αναφορά σε πιθανά κριτήρια επιλογής, αριθμός προσφερόμενων θέσεων):

Οι εκπαιδευόμενοι πρέπει να είναι τουλάχιστον απόφοιτοι λυκείου, να γνωρίζουν Αγγλικά και να έχουν βασικές γνώσεις χειρισμού Η/Υ και πρόσβαση στο διαδίκτυο.

Πρέπει να διαθέτουν τον απαιτούμενο εξοπλισμό (υπολογιστή και επαρκή πρόσβαση στο διαδίκτυο) για την εκπαιδευτική διαδικασία.

Η επιλογή των συμμετεχόντων θα γίνεται μέσω συνέντευξης και ο μέγιστος αριθμός προσφερόμενων θέσεων σε κάθε κύκλο είναι διακόσιες (200) θέσεις.

Τρόπος εγγραφής στο πρόγραμμα:

Η εγγραφή στο Πρόγραμμα γίνεται ηλεκτρονικά με την υποβολή Αίτησης Εγγραφής στο <https://apps.eap.gr/kedivim/web/>

Δίδακτρα και τρόπος πληρωμής:

Τα τέλη παρακολούθησης ανέχονται σε 300€ και μπορούν να καταβληθούν σε 2 δόσεις. Η 1η δόση με την αποδοχή στο πρόγραμμα 200€ και η 2η Δόση 100€ την 5η εβδομάδα (στα μέσα του προγράμματος).

Εκπαιδευτική Πολιτική

Παρέχεται έκπτωση 15% στις παρακάτω κατηγορίες:

- Υφιστάμενοι φοιτητές προγραμμάτων του ΕΑΠ
- Απόφοιτοι προγραμμάτων του ΕΑΠ
- Άνεργοι
- ΑμεΑ,
- Γονείς μονογονεϊκών οικογενειών με ετήσιο εισόδημα κάτω από 15.000 ευρώ
- Πολυτεκνία
- Τριτεκνία (πολύτεκνος ή μέλος πολύτεκνης οικογένειας)

- Γονείς που έχουν ανήλικα τέκνα με ειδικές ανάγκες
- Συμμετοχή στον ίδιο κύκλο σπουδών δύο ή περισσότερων ατόμων που συνδέονται με πρώτου και δεύτερου βαθμού συγγένεια

Τα διδάκτρα καταβάλλονται σε τραπεζικό λογαριασμό του ΕΛΚΕ του ΕΑΠ, με τα παρακάτω στοιχεία:

-Αριθμός λογαριασμού (IBAN): GR84 0171 3190 0063 1915 1450 278

-Τράπεζα: Τράπεζα Πειραιώς

-Στοιχεία δικαιούχου: ΕΛΚΕ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΑΝΟΙΚΤΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

Στο αποδεικτικό κατάθεσης οπωσδήποτε να αναγράφεται<το όνομα και το επίθετο του καταθέτη καθώς και ο τίτλος του προγράμματος: «**Μάρκετινγκ και Βιώσιμη Ανάπτυξη - Sustainable Marketing**».

Πληροφορίες:

Υπευθ. Γραμματείας: κα Βασιλική Μπουκουβάλα e-mail: sustain@eap.gr