



Τ.Ε.Ι. Λάρισας
Παράρτημα
Καρδίτσας



Τμήμα Σχεδιασμού και Τεχνολογίας Ξύλου και Επίπλου

ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΜΑΘΗΜΑ:

ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΕΥΛΟΥ ΚΑΙ ΕΠΙΠΛΟΥ



ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ –
ΣΤΟΧΟΙ & ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ
ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Δρ. Ιωάννης Παπαδόπουλος
Αναπληρωτής Καθηγητής

ΚΑΡΔΙΤΣΑ 2008-2009

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

- **Εξάμηνο: Ζ**
- **Διδακτικές Μονάδες: 6**
- **Ώρες θεωρίας: 3 ώρες / εβδομάδα (Δευτέρα 11-14 μ.μ. αίθουσα 6)**
- **Ώρες Άσκησης Πράξης: 2 ώρες / εβδομάδα (Δευτέρα 9-11 π.μ. αίθουσα 6)**
- **Ώρες του διδάσκοντα για συνεργασία: Τρίτη 10-14 μ.μ.**

ΣΚΟΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

- Σκοπός του μαθήματος είναι η κατανόηση των περιεχομένων του μάρκετινγκ ειδικά για τις επιχειρήσεις ξύλου και επίπλου,
- η γνώση των οποίων συνδυαζόμενες με το σχεδιασμό και την τεχνολογία των προϊόντων αυτών,
- να προσδώσουν στους σπουδαστές μια ολοκληρωμένη αντίληψη για την εφαρμογή των γνώσεων τους στη λήψη αποφάσεων μιας επιχείρησης.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

- **Εισαγωγή στο μάρκετινγκ.**
- **Ο ρόλος, οι βασικές λειτουργίες και το περιβάλλον του μάρκετινγκ στις επιχειρήσεις ξύλου και επίπλου.**
- **Ανάπτυξη νέων προϊόντων ξύλου και επίπλου.**
- **Κύκλος ζωής των προϊόντων ξύλου και επίπλου.**
- **Τμηματοποίηση της αγοράς – Προσδιορισμός της αγοράς-στόχου.**
- **Κανάλια διανομής επίπλων και παράγοντες που τα επηρεάζουν.**
- **Διαφήμιση επιχειρήσεων ξύλου και επίπλου και κριτήρια επιλογής της.**
- **Πρώθηση των πωλήσεων και τεχνικές επιχειρήσεων ξύλου και επίπλου.**
- **Τιμολόγηση προϊόντων επίπλου και ξύλου – Τιμολογιακές στρατηγικές και τακτικές, επιλογές κατάλληλης μεθόδου τιμολόγησης.**
- **Έρευνα μάρκετινγκ επιχειρήσεων ξύλου και επίπλου (αναγκαιότητα, διαδικασία έρευνας αγοράς, ερωτηματολόγια).**
- **Εφαρμογή στρατηγικών μάρκετινγκ στις επιχειρήσεις ξύλου και επίπλου – παραδείγματα - Case study.**

ΜΑΘΗΣΙΑΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

- Με την ολοκλήρωση του μαθήματος ο σπουδαστής θα πρέπει να γνωρίζει:
 - Πώς να παρουσιάζει στον υπεύθυνο της επιχείρησης, τεκμηριωμένη την πρότασή του, για το αν ένα νέο σχέδιο ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις των καταναλωτών,
 - Σε ποια αγορά απευθύνεται το προϊόν που δημιουργεί και πως αυτή είναι διαμορφωμένη (τμηματοποίηση),
 - Ποια είναι τα καταλληλότερα κανάλια διανομής τους,
 - Ποιο διαφημιστικό σχέδιο και προώθηση πωλήσεων είναι αποτελεσματικότερα,
 - Ποια θα είναι η προτεινόμενη τιμή πώλησης του προϊόντος (τιμολόγηση) και τέλος,
 - Πως να οργανώσει και να συντονίσει μια έρευνα αγοράς, που θα έχει ως στόχο την απάντηση στους προβληματισμούς της επιχείρησης.

ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΕΝΟΤΗΤΕΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

- **Μάρκετινγκ ξύλου και επίπλου**
- **Ανάπτυξη νέων προϊόντων**
- **Τμηματοποίηση της αγοράς**
- **Δίκτυα ή κανάλια διανομής επίπλων**
- **Διαφήμιση επιχειρήσεων επίπλου και ξύλου**
- **Πρώθηση των πωλήσεων επιχειρήσεων επίπλου και ξύλου**
- **Τιμολόγηση προϊόντων ξύλου και επίπλου**
- **Έρευνα μάρκετινγκ επιχειρήσεων ξύλου και επίπλου**

ΠΡΟΣΘΕΤΟ ΔΙΔΑΚΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ

- **1. Kotler - Marketing Management**
- **2. International Marketing Plan Template**
- **3. How To Develop A Small Business Marketing Plan**
- **4. How To Draw Up A Business Plan**
- **5. Jay Abraham The 10 biggest marketing mistakes**
- **6. Harvard Business Review - How To Pitch A Brilliant Idea - (2003-09)**
- **7. Harvard Business Review - What Makes A Leader - Daniel Goleman**
- **8. Harvard Business Review - Article - Why Good Companies Go Bad**

ΠΡΟΣΘΕΤΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- **Τσακλάγκανος Α. (2000). Βασικές Αρχές του Μάρκετινγκ, Τόμοι Α & Β. Εκδόσεις Αφων Κυριακίδη, Θεσσαλονίκη.**
- **Kotler Ph. (2000). Μάρκετινγκ Μάνατζμεντ (Ανάλυση, Σχεδιασμός, Υλοποίηση, Έλεγχος), Τόμοι Α & Β, (9η έκδοση) – Εκδόσεις Interbooks. Αθήνα.**
- **Μάντζαρης Ι. (2003). Δυναμικό Μάρκετινγκ Αγαθών & Υπηρεσιών. Εκδόσεις Γκιούρδα, Αθήνα.**
- **Πανηγυράκης Γ., Σιώμκος Γ. (2005). Μελέτες Περιπτώσεων Μάρκετινγκ. Εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα.**

ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ ΣΧΕΤΙΚΕΣ ΜΕ ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ

- **Τμήμα Μάρκετινγκ & Επικοινωνίας – Οικονομικό Παν/μιο Αθηνών**
 - <http://www.mbc.aueb.gr/programA.aspx>
- **Ελληνική Ακαδημία Μάρκετινγκ**
 - <http://www.elam.gr>
- **Επιστημονικό Μάρκετινγκ**
 - <http://www.morax.gr>
- **Furniture Marketing Group Inc**
 - <http://www.macraesbluebook.com/search/company.cfm?company=761756>
- **Furniture Market Research**
 - http://www.the-infoshop.com/topics/CS13_en.shtml
- **CSIL Centre for Industrial Studies**
 - <http://www.csilmilano.com>