



Οργάνωση και Διοίκηση Πωλήσεων

Ενότητα 1η: Εισαγωγή

Θεοδωρίδης Προκόπης

Σχολή Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων

Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων Αγροτικών
Προϊόντων & Τροφίμων (Δ.Ε.Α.Π.Τ.)



ΣΚΟΠΟΣ

Σκοπός του μαθήματος είναι οι φοιτητές να κατανοήσουν σε βάθος την έννοια του Μάρκετινγκ και την εξέλιξή του



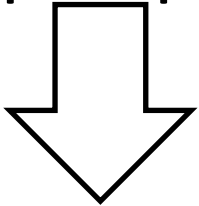
Περιεχόμενα

- Η Φιλοσοφία της Ανταλλαγής
- Τι είναι το Μάρκετινγκ
- Μάρκετινγκ
- Η παιδεία Μάρκετινγκ (The Marketing Concept)
- Η ιδεολογία του Μάρκετινγκ
- Εφαρμογές του Marketing
- Το Μάρκετινγκ σαν μια διαδικασία ανταλλαγής (1/3)
- Αποφάσεις στελεχών μάρκετινγκ
- Μάρκετινγκ- Η εξέλιξη των ιδεών

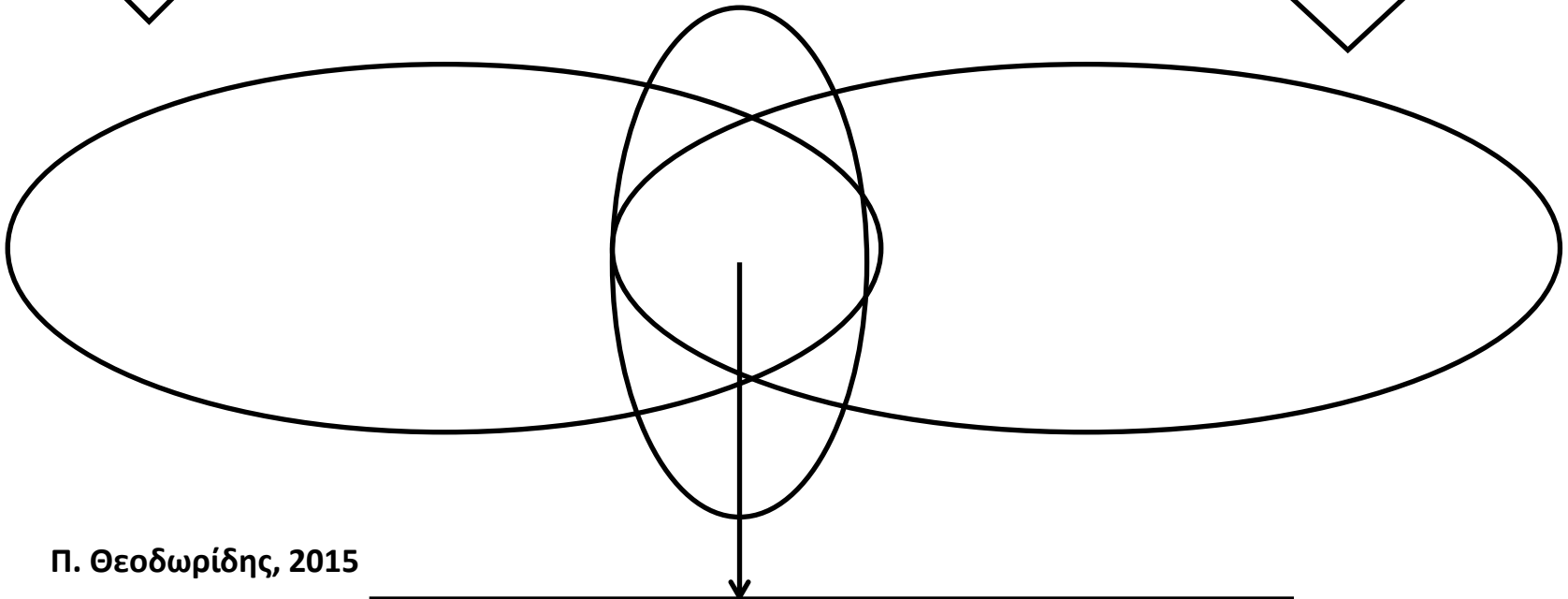
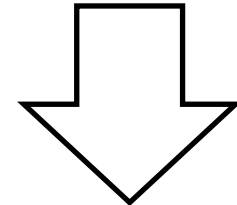


Η Φιλοσοφία της Ανταλλαγής

Προσφορά



Ζήτηση



Π. Θεοδωρίδης, 2015

ΧΩΡΟΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ



Τι είναι το Μάρκετινγκ (1/2)

- Το Μάρκετινγκ είναι η διαδικασία της αντίληψης, σχεδιασμού, υλοποίησης και ελέγχου της τιμολόγησης, προώθησης και διανομής ιδεών προϊόντων και υπηρεσιών που αποσκοπούν στη δημιουργία ανταλλαγών που ικανοποιούν ατομικούς και επιχειρησιακούς στόχους.



Τι είναι το Μάρκετινγκ (2/2)

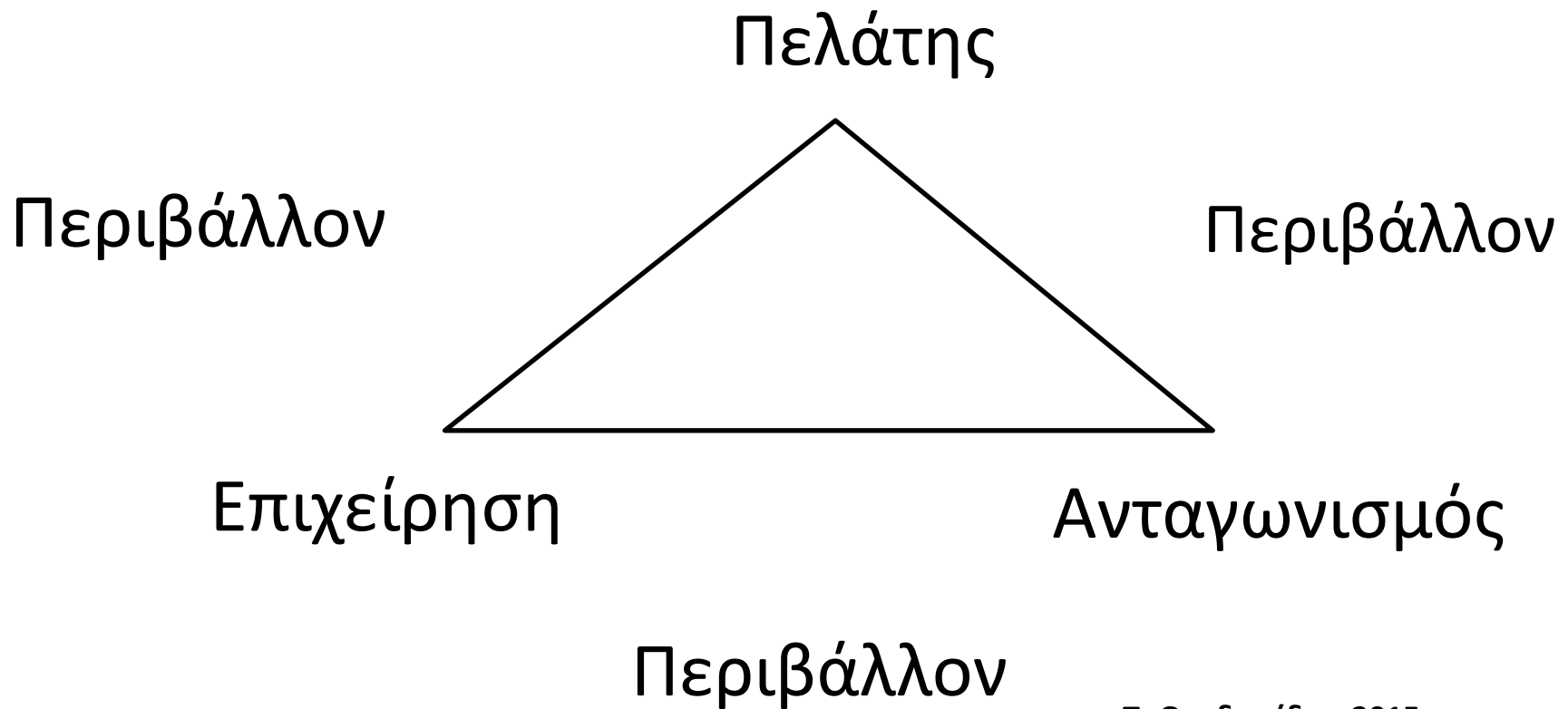
- Μια φιλοσοφία
- Μια προδιάθεση
- Μια προοπτική
- Ένας διοικητικός προσανατολισμός

Ένα σύνολο δραστηριοτήτων που περιλαμβάνουν

- Προϊόντα
- Τιμολόγηση
- Προώθηση
- Διανομή



Μάρκετινγκ (1/2)



Π. Θεοδωρίδης, 2015



Μάρκετινγκ (2/2)

Ο προσανατολισμός MARKETING είναι η αναγνώριση από την επιχείρηση, της σημαντικότητας των Αξιών του Πελάτη στην ανταλλαγή και η επικέντρωση όλων των ενεργειών και του «σκέπτεσθαι» της επιχείρησης στη διαδικασία ανταλλαγής με τους Πελάτες



Η παιδεία Μάρκετινγκ (The Marketing Concept)

Ο κοινωνικός και οικονομικός λόγος ύπαρξης μιας επιχείρησης δεν είναι άλλος από την ικανοποίηση των πελατών για την ικανοποίηση των επιχειρησιακών στόχων



Η ιδεολογία του Μάρκετινγκ

- Επικεντρώνεται στις ανάγκες και τις επιθυμίες των πελατών για να ξεχωρίσει προϊόντα από αυτά του ανταγωνισμού
- Ολοκληρώνει όλες τις οργανωτικές δραστηριότητες στην ικανοποίηση αναγκών και επιθυμιών
- Επιτυγχάνει μακροπρόθεσμους επιχειρησιακούς στόχους με την ικανοποίηση αναγκών και επιθυμιών

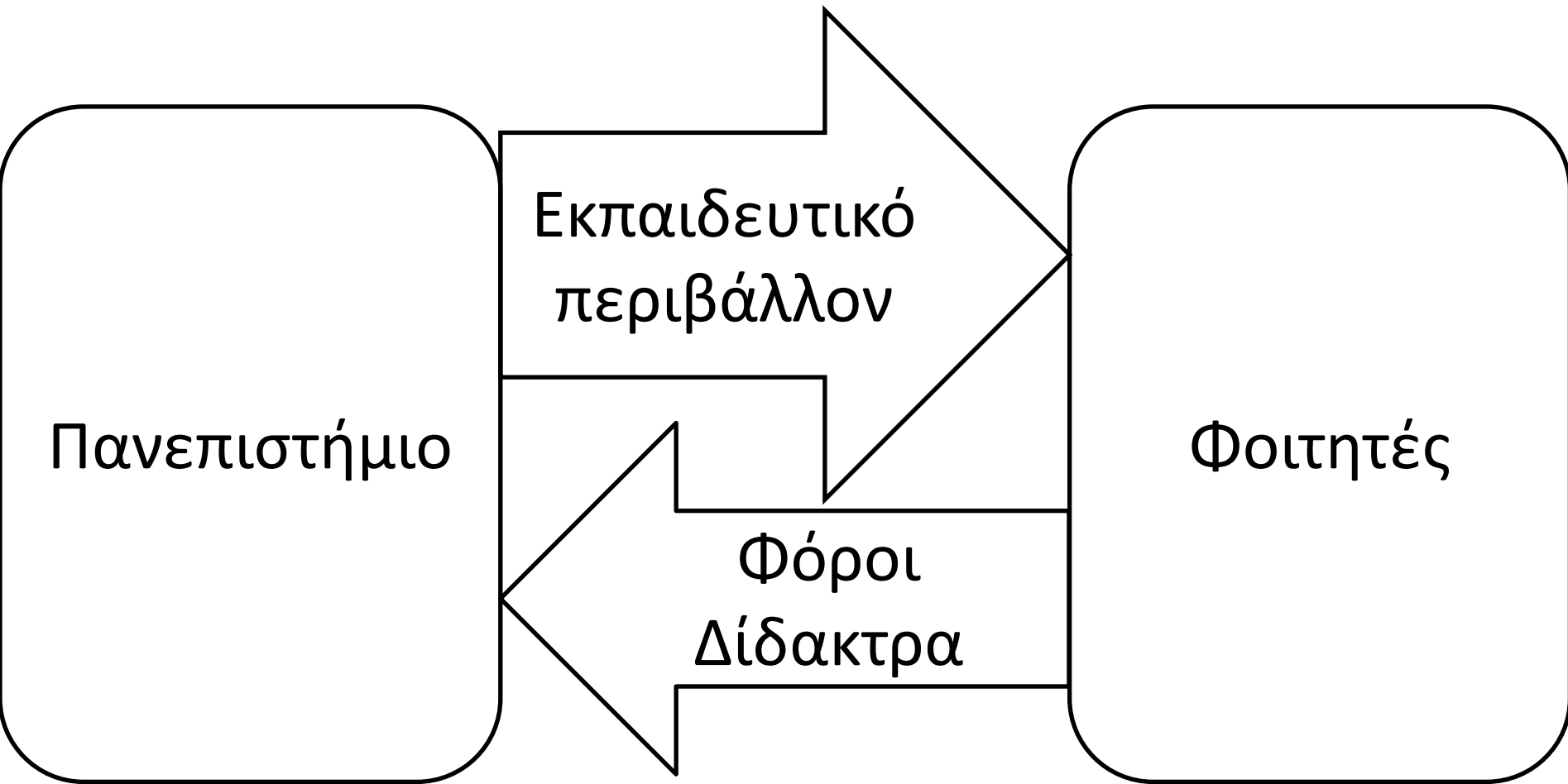


Εφαρμογές του Marketing

- Τοποθεσίες
- Ακίνητα
- Επιχειρήσεις
- Πληροφορίες
- Ιδέες
- Προϊόντα
- Υπηρεσίες
- Εμπειρίες
- Γεγονότα
- Άτομα

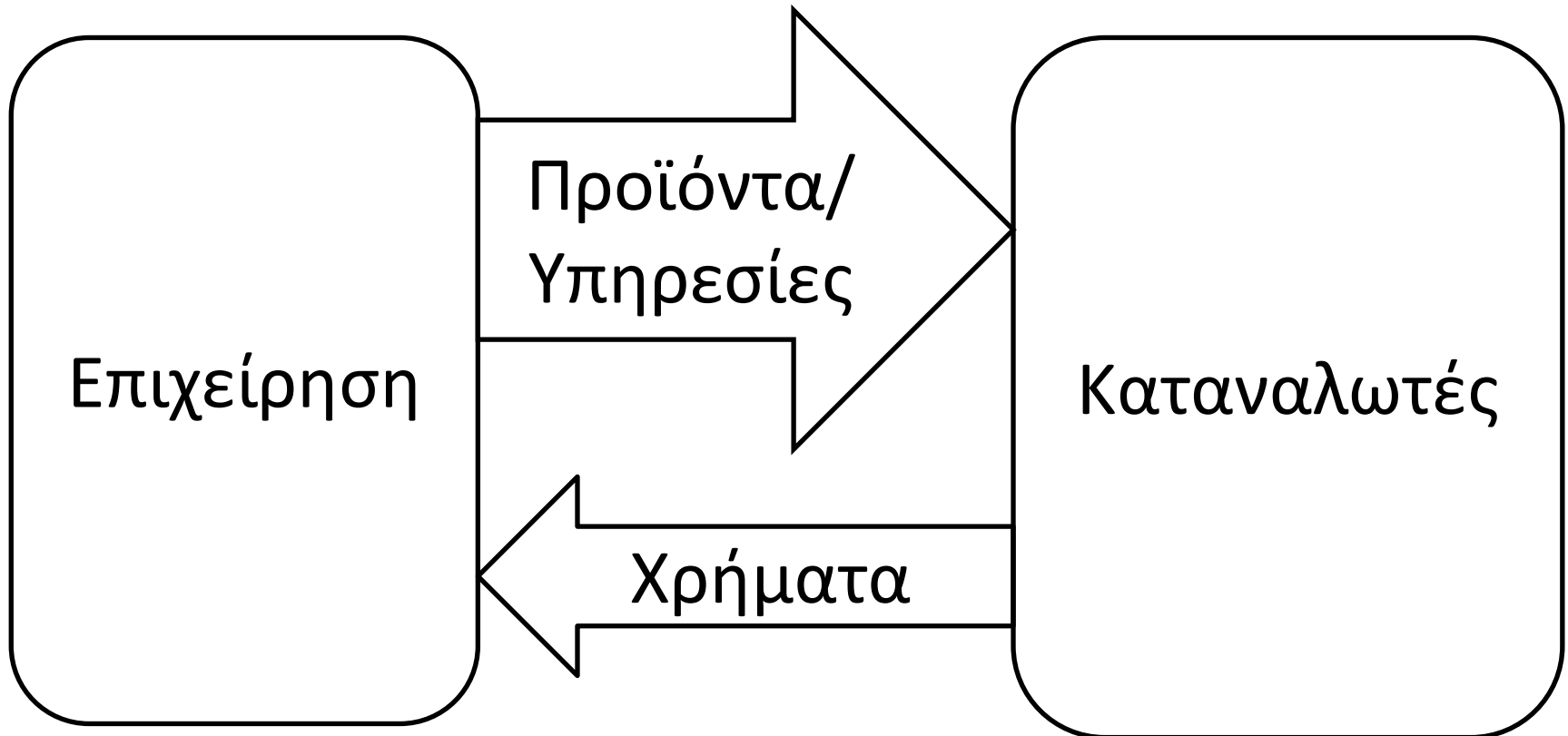


Το Μάρκετινγκ σαν μια διαδικασία ανταλλαγής (1/2)



Π. Θεοδωρίδης, 2015

Το Μάρκετινγκ σαν μια διαδικασία ανταλλαγής (2/2)



Π. Θεοδωρίδης, 2015



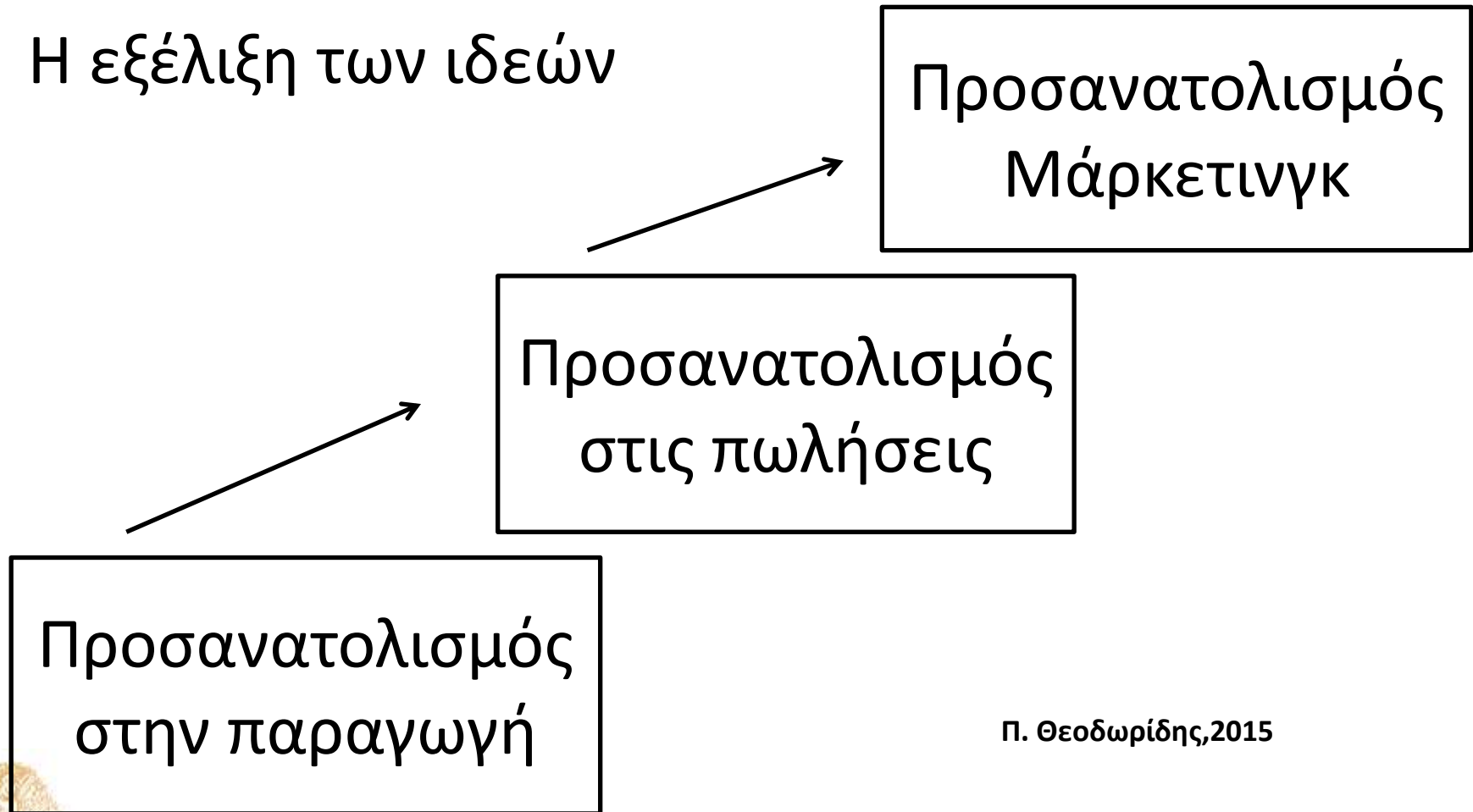
Αποφάσεις στελεχών μάρκετινγκ

- Καταναλωτικές αγορές
- Βιομηχανικές αγορές
- Διεθνείς αγορές
- Μη κερδοσκοπικές και κυβερνητικές αγορές



Μάρκετινγκ- Η εξέλιξη των ιδεών

Η εξέλιξη των ιδεών



Π. Θεοδωρίδης, 2015

Τέλος ενότητας 1

Χρηματοδότηση

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό έχει αναπτυχθεί στο πλαίσιο του εκπαιδευτικού έργου του διδάσκοντα.
- Το έργο «**Ανοικτά Ακαδημαϊκά Μαθήματα στο Πανεπιστήμιο Πατρών**» έχει χρηματοδοτήσει μόνο την αναδιαμόρφωση του εκπαιδευτικού υλικού.
- Το έργο υλοποιείται στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» και συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο) και από εθνικούς πόρους.



Σημειώματα

Σημείωμα Ιστορικού Εκδόσεων Έργου

Το παρόν έργο αποτελεί την έκδοση 1.0.

Έχουν προηγηθεί οι κάτωθι εκδόσεις:



Σημείωμα Αναφοράς

Copyright Πανεπιστήμιο Πατρών, Προκόπιος Θεοδωρίδης. «Οργάνωση και Διοίκηση Πωλήσεων. Εισαγωγή». Έκδοση: 1.0. Πάτρα 2015. Διαθέσιμο από τη δικτυακή διεύθυνση:
https://eclass.upatras.gr/modules/document/document.php?course=DEAPT_6.8S.



Σημείωμα Αδειοδότησης

Το παρόν υλικό διατίθεται με τους όρους της άδειας χρήσης Creative Commons Αναφορά, Μη Εμπορική Χρήση Παρόμοια Διανομή 4.0 [1] ή μεταγενέστερη, Διεθνής Έκδοση. Εξαιρούνται τα αυτοτελή έργα τρίτων π.χ. φωτογραφίες, διαγράμματα κλπ., τα οποία εμπεριέχονται σε αυτό και τα οποία αναφέρονται μαζί με τους όρους χρήσης τους στο «Σημείωμα Χρήσης Έργων Τρίτων».



[1] <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Ως **Μη Εμπορική** ορίζεται η χρήση:

- που δεν περιλαμβάνει άμεσο ή έμμεσο οικονομικό όφελος από την χρήση του έργου, για το διανομέα του έργου και αδειοδόχο
- που δεν περιλαμβάνει οικονομική συναλλαγή ως προϋπόθεση για τη χρήση ή πρόσβαση στο έργο
- που δεν προσπορίζει στο διανομέα του έργου και αδειοδόχο έμμεσο οικονομικό όφελος (π.χ. διαφημίσεις) από την προβολή του έργου σε διαδικτυακό τόπο

Ο δικαιούχος μπορεί να παρέχει στον αδειοδόχο ξεχωριστή άδεια να χρησιμοποιεί το έργο για εμπορική χρήση, εφόσον αυτό του ζητηθεί.

