



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΠΑΤΡΩΝ
UNIVERSITY OF PATRAS

ΑΝΟΙΚΤΑ ακαδημαϊκά
μαθήματα ΠΠ

Αρχές Μάρκετινγκ Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων

Ενότητα 9: Επικοινωνίες Μάρκετινγκ (Marketing
Communications)

Θεοδωρίδης Προκόπης

Σχολή Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων

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

Σκοποί 9^{ης} Ενότητας

- Περιγραφή και κατανόηση της ανάπτυξης αποτελεσματικής επικοινωνίας Μάρκετινγκ.
- Απόκτηση γνώσεων σχετικά με τον σχεδιασμό επικοινωνιακού πλάνου.
- Παρουσίαση επικοινωνιακού μίγματος.

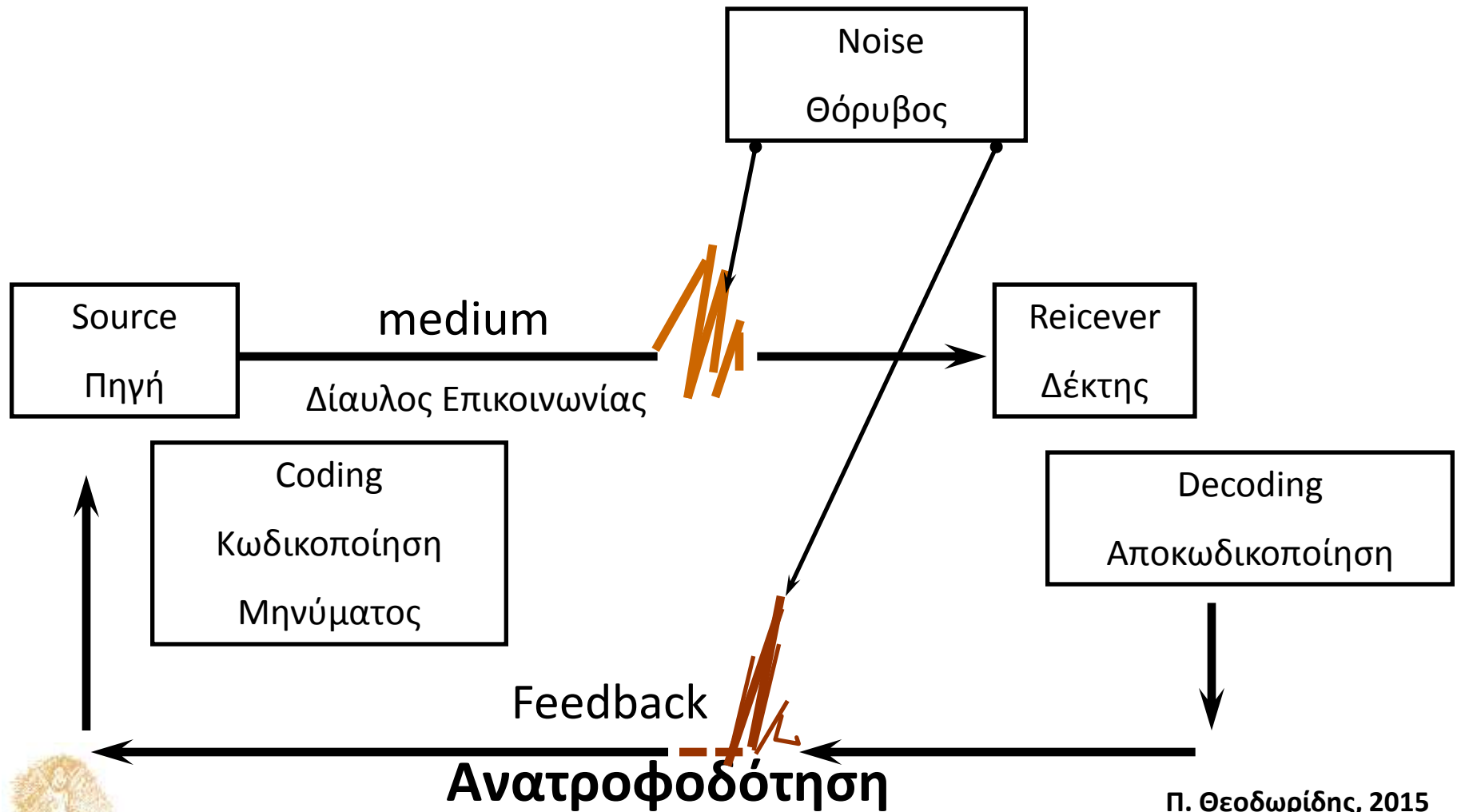


Περιεχόμενα 9^{ης} Ενότητας

- Επικοινωνιακή Στρατηγική
- Στάδια Ανάπτυξης Αποτελεσματικής Επικοινωνιακής Στρατηγικής
- Επικοινωνιακό Μίγμα
- Λειτουργία Επικοινωνίας
- Σχεδιασμός Επικοινωνιακού Πλάνου

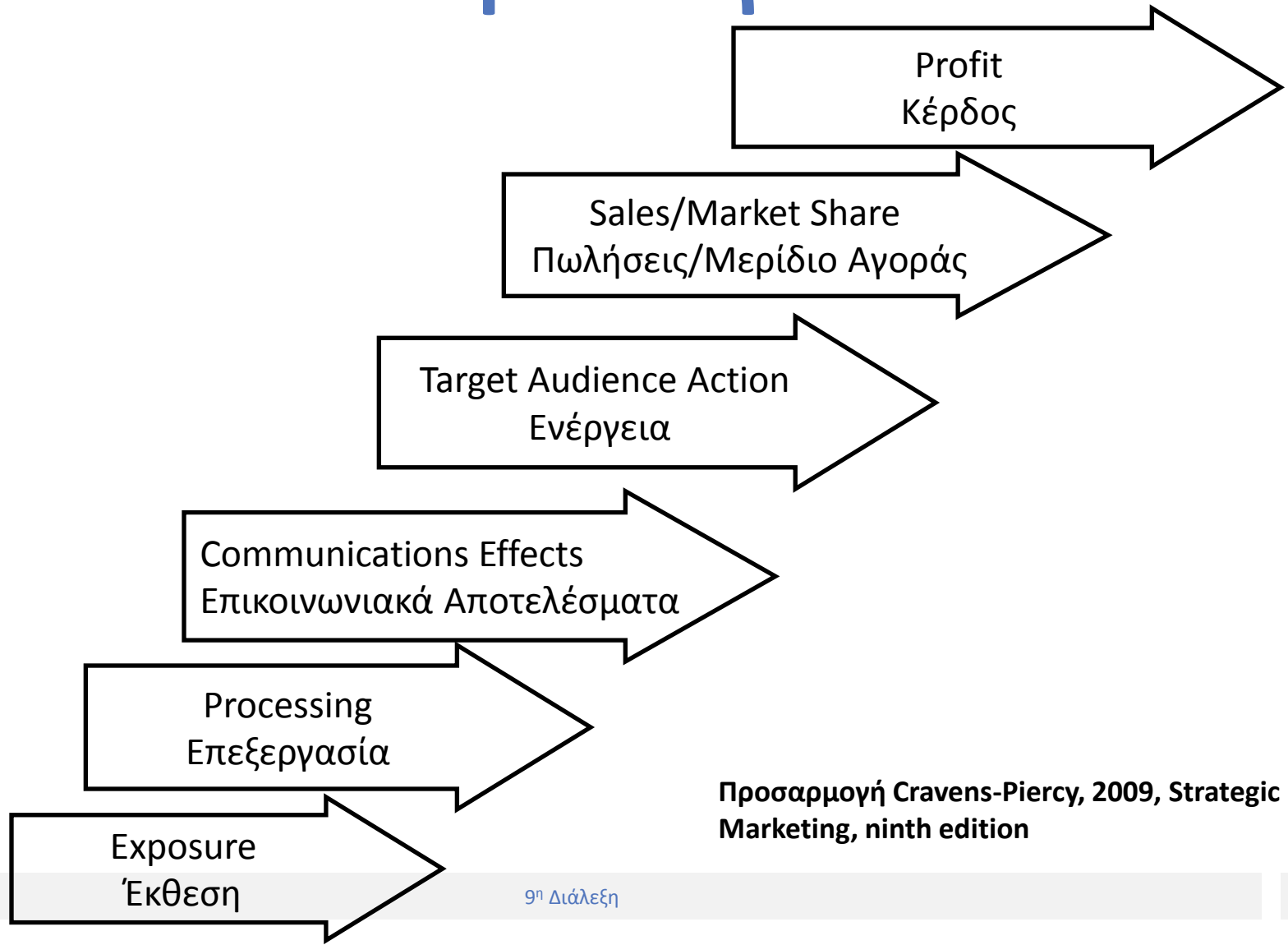


Επικοινωνίες Μάρκετινγκ – Marketing Communications



Π. Θεοδωρίδης, 2015

Επικοινωνιακή Στρατηγική Μάρκετινγκ



Στάδια Ανάπτυξης Αποτελεσματικής Επικοινωνίας

- Προσδιορισμός του ακροατηρίου - στόχος.
- Καθορισμός των επικοινωνιακών στόχων.
- Σχεδιασμός μηνύματος.
- Επιλογή μέσων - καναλιών επικοινωνίας.
- Καθορισμός του επικοινωνιακού μίγματος.
- Αξιολόγηση των αποτελεσμάτων.



Επικοινωνιακό Μίγμα (1/4)

- Διαφήμιση
- Προώθηση Πωλήσεων
- Προσωπική Πώληση
- Άμεσο Μάρκετινγκ



Επικοινωνιακό Μίγμα (2/4)

- Διαφήμιση:
 - Τηλεοπτική
 - Έντυπη
 - Ραδιοφωνική
 - Συσκευασία μέσα-έξω
 - Κατάλογοι
 - Έντυπα ταχυδρομείου
 - Σύμβολα
 - Λογότυπα
 - Διαφήμιση εξωτερικού χώρου
 - Ψηφιακά μέσα
 - Κοινωνικά δίκτυα



Επικοινωνιακό Μίγμα (3/4)

- Προώθηση Πωλήσεων:
 - Διαγωνισμοί
 - Πριμ και δώρα
 - Δειγματοδιανομή
 - Εκθέσεις
 - Έντυπα κουπόνια και ψηφιακά κουπόνια
 - Δωροεπιταγές
 - Ένσημα αγορών
 - κ.α.

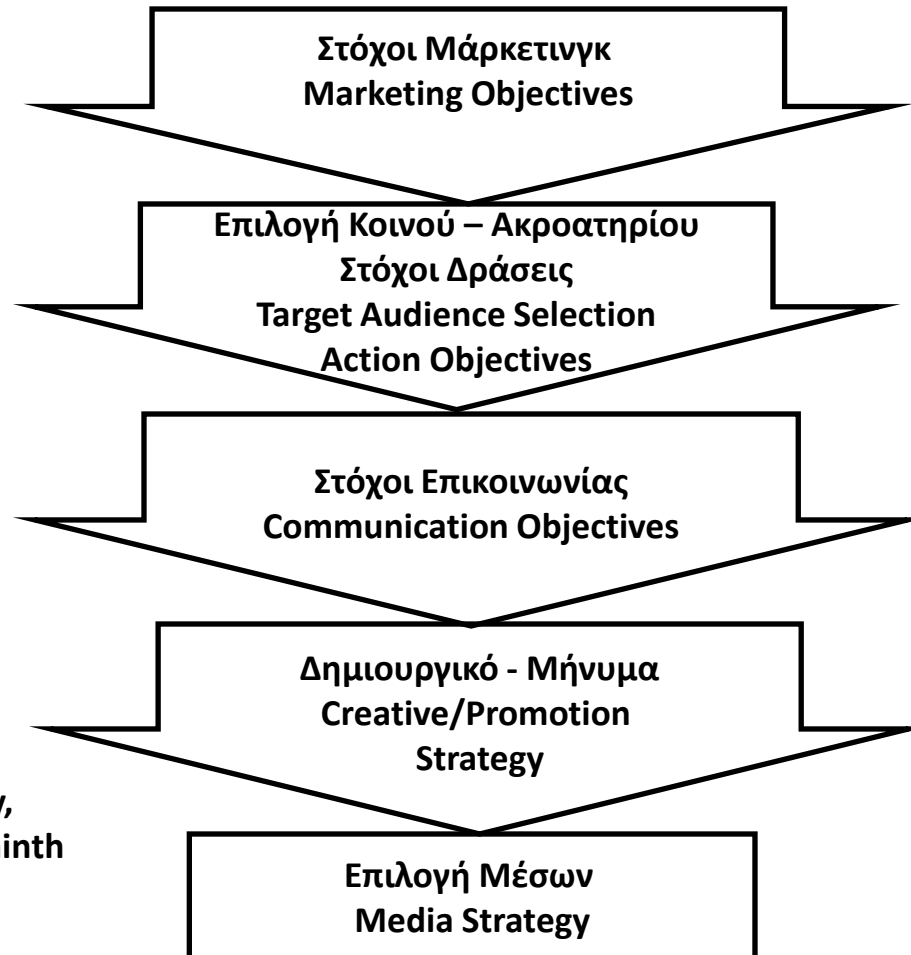


Επικοινωνιακό Μίγμα (4/4)

- Προσωπική Πώληση:
 - Συγκεντρώσεις
 - Τηλεμάρκετινγκ
 - Εμπορικές εκθέσεις
 - Επισκέψεις
 - κ.α.



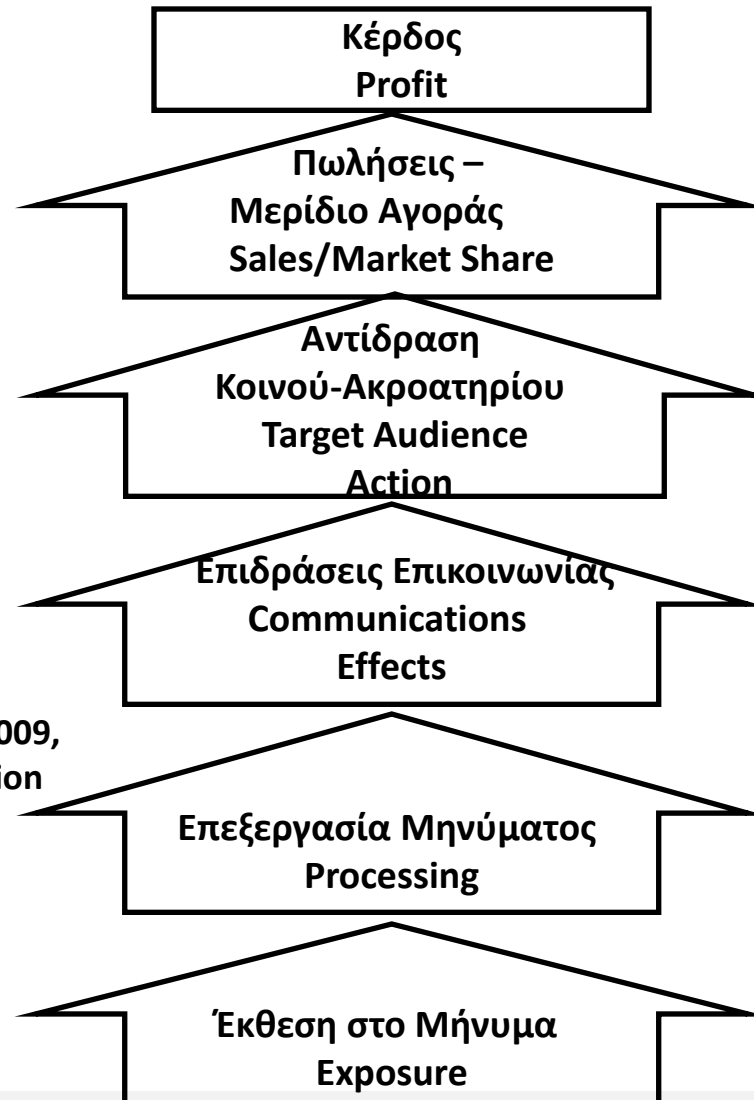
Σχεδιασμός του Επικοινωνιακού Πλάνου



Προσαρμογή Cravens-Piercy,
2009, Strategic Marketing, ninth
edition



Λειτουργία της Επικοινωνίας



Προσαρμογή Cravens-Piercy, 2009,
Strategic Marketing, ninth edition



Τέλος Ενότητας 9

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. «Αρχές Μάρκετινγκ Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων. Επικοινωνίες Μάρκετινγκ». Έκδοση: 1.0. Πάτρα 2015. Διαθέσιμο από τη δικτυακή διεύθυνση: <https://eclass.upatras.gr/modules/document/document.php?course=DEAPT141>.



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 κ.λ.π., 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.

