ΠΡΑΣΙΝΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ:
ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ

Αναλυτική περιγραφή του προγράμματος

Σκοπός προγράμματος

Ο σκοπός του εκπαιδευτικού προγράμματος είναι να καλλιεργήσει στους εκπαιδευόμενους τη θεωρητική γνώση και την πρακτική ικανότητα να κατανοούν, να αναλύουν και να εφαρμόζουν στρατηγικές πράσινου μάρκετινγκ, με στόχο την προώθηση της περιβαλλοντικής υπευθυνότητας και της βιώσιμης επιχειρηματικότητας.

Το πρόγραμμα επιδιώκει να ενισχύσει την κριτική σκέψη των συμμετεχόντων αναφορικά με τις σχέσεις μεταξύ καταναλωτή, περιβάλλοντος και επιχειρήσεων, παρέχοντας παράλληλα τις δεξιότητες για το σχεδιασμό και την υλοποίηση οικολογικά ευαίσθητων στρατηγικών επικοινωνίας, προϊόντων και υπηρεσιών. Μέσα από τη μελέτη περιπτώσεων, τις πρακτικές εφαρμογές και τις αναλύσεις σύγχρονων τάσεων, οι εκπαιδευόμενοι θα αποκτήσουν μια ολιστική προσέγγιση του πράσινου μάρκετινγκ ως εργαλείο κοινωνικής αλλαγής και εταιρικής υπευθυνότητας.

Περιγραφή προγράμματος

Το εκπαιδευτικό πρόγραμμα «Πράσινο Μάρκετινγκ: Στρατηγικές και Εφαρμογές» εστιάζει στην κατανόηση και εφαρμογή αρχών και πρακτικών του πράσινου μάρκετινγκ στο σύγχρονο επιχειρηματικό περιβάλλον. Μέσα από θεωρητικά μοντέλα, μελέτες περιπτώσεων και πρακτικές δραστηριότητες, οι συμμετέχοντες θα αναπτύξουν δεξιότητες σχεδιασμού και αξιολόγησης στρατηγικών που ενσωματώνουν περιβαλλοντική ευαισθησία, υπεύθυνη κατανάλωση και βιώσιμη ανάπτυξη. Το πρόγραμμα απευθύνεται σε φοιτητές, επαγγελματίες του μάρκετινγκ, στελέχη επιχειρήσεων και σε όσους ενδιαφέρονται να ενσωματώσουν περιβαλλοντικές αξίες στη στρατηγική των οργανισμών.

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Με την ολοκλήρωση του προγράμματος, οι εκπαιδευόμενοι θα είναι σε θέση να:

1. **Αναγνωρίζουν** και να περιγράφουν τις βασικές έννοιες, τις αρχές και τη φιλοσοφία του πράσινου μάρκετινγκ στο πλαίσιο της βιώσιμης ανάπτυξης.

2. **Αναλύουν** τις στάσεις, τις συμπεριφορές και τα κίνητρα των πράσινων καταναλωτών, καθώς και τους παράγοντες που επηρεάζουν τις αγοραστικές τους αποφάσεις.

3. **Αξιολογούν** στρατηγικές πράσινου μάρκετινγκ που εφαρμόζονται από επιχειρήσεις σε εθνικό και διεθνές επίπεδο, λαμβάνοντας υπόψη περιβαλλοντικά, κοινωνικά και οικονομικά κριτήρια.

4. **Σχεδιάζουν και να προτείνουν** ενέργειες και καμπάνιες πράσινου μάρκετινγκ με στόχο την ενίσχυση της περιβαλλοντικής συνείδησης του κοινού και τη διαφοροποίηση προϊόντων ή υπηρεσιών.

5. **Εφαρμόζουν** πρακτικά εργαλεία και τεχνικές πράσινης προώθησης, branding και τοποθέτησης προϊόντων στην αγορά, βασισμένα σε αρχές περιβαλλοντικής ηθικής.

6. **Τεκμηριώνουν** την αξία της περιβαλλοντικής υπευθυνότητας ως στοιχείο εταιρικής ταυτότητας και κοινωνικής αποδοχής, με χρήση επιστημονικών δεδομένων και μελετών περιπτώσεων.

Περιεχόμενα Εκπαιδευτικού Προγράμματος

Σκοπός Προγράμματος

Σύντομη Περιγραφή Προγράμματος

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Περιεχόμενα Εκπαιδευτικού Προγράμματος

Ενότητα 1η

Εισαγωγή στο Πράσινο Μάρκετινγκ (Green Marketing)

Σκοπός

Προσδοκώμενα Αποτελέσματα

Λέξεις – Κλειδιά

1.1 Ορισμός, αρχές και αξίες του πράσινου μάρκετινγκ

1.2 Προσεγγίσεις και επίπεδα του πράσινου μάρκετινγκ

1.3 Στρατηγικές πράσινου μάρκετινγκ (B2B και B2C)

1.4 Κανονιστικό πλαίσιο και ηθικές διαστάσεις στο πράσινο μάρκετινγκ

1.5 Τα 5Ι και τα 4Ρ του πράσινου μάρκετινγκ

Σύνοψη

Ερωτήσεις Αυτοαξιολόγησης

Εργασία

Βιβλιογραφία

Περιεχόμενα Εκπαιδευτικού Προγράμματος

Ενότητα 2η

Αρχές Marketing

Σκοπός

Προσδοκώμενα Αποτελέσματα

Λέξεις – Κλειδιά

Εκπαιδευτική 2.1 Η έννοια του marketing

Εκπαιδευτική 2.2 Πελατοκεντρισμός

Εκπαιδευτική 2.3 Το μίγμα marketing (marketing mix) προϊόντων

Εκπαιδευτική 2.4 Σύγχρονες τεχνικές marketing και e-marketing

Σύνοψη

Ερωτήσεις Αυτοαξιολόγησης

Εργασία

Βιβλιογραφία

Περιεχόμενα Εκπαιδευτικού Προγράμματος

Ενότητα 3η

Σύγκριση πράσινου και παραδοσιακού μάρκετινγκ

Σκοπός

Προσδοκώμενα Αποτελέσματα

Λέξεις – Κλειδιά

3.1 Βασικές διαφορές στη φιλοσοφία και στους στόχους των δύο προσεγγίσεων

3.2 Η διαφοροποίηση στη στρατηγική επικοινωνίας και διαφήμισης

3.3 Καταναλωτική συμπεριφορά: παραδοσιακά προϊόντα έναντι πράσινων προϊόντων

3.4 Ενσωμάτωση πράσινων πρακτικών σε παραδοσιακές επιχειρήσεις

Σύνοψη

Ερωτήσεις Αυτοαξιολόγησης

Εργασία

Βιβλιογραφία

Περιεχόμενα Εκπαιδευτικού Προγράμματος

Ενότητα 4η

Στρατηγικές πράσινου μάρκετινγκ επιχειρήσεων

Σκοπός

Προσδοκώμενα Αποτελέσματα

Λέξεις – Κλειδιά

4.1 Ανάπτυξη βιώσιμων προϊόντων και υπηρεσιών

4.2 Πράσινα προϊόντα και υπηρεσίες για τη μείωση αποβλήτων

4.3 Greenwashing: απειλές και κίνδυνοι για το πράσινο μάρκετινγκ

4.4 Διαφάνεια και επικοινωνία μέσω οικολογικών σημάτων

4.5 Εξέταση των κύριων πιστοποιήσεων

4.6 Η σχέση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης με το πράσινο μάρκετινγκ

4.7 Προώθηση πράσινων στρατηγικών και τα οφέλη για τις επιχειρήσεις

4.8 Πράσινο branding

4.9 Πράσινο μάρκετινγκ στον αγροτικό τομέα

4.10 Πράσινο μάρκετινγκ στον τουρισμό

Σύνοψη

Ερωτήσεις Αυτοαξιολόγησης

Εργασία

Βιβλιογραφία

Περιεχόμενα Εκπαιδευτικού Προγράμματος

Ενότητα 5η

Ανάλυση αγοράς και συμπεριφορά πράσινου καταναλωτή

Σκοπός

Προσδοκώμενα Αποτελέσματα

Λέξεις – Κλειδιά

5.1 Πράσινος καταναλωτής - Πράσινη τμηματοποίηση

5.2 Προτιμήσεις καταναλωτών για βιώσιμα και οικολογικά προϊόντα

5.3 Αντίληψη και διαχείριση της πράσινης υποστήριξης από τους καταναλωτές

5.4 Ενδυνάμωση των καταναλωτών μέσω πράσινων πρωτοβουλιών

5.5 Ψυχολογικοί, κοινωνικοί, οικονομικοί παράγοντες που επηρεάζουν τη συμπεριφορά του πράσινου καταναλωτή

5.6 Η τεχνολογία και η καινοτομία στη διαμόρφωση της συμπεριφοράς του πράσινου καταναλωτή

5.7 Συμμετοχή των καταναλωτών σε πράσινες κοινότητες και κινήματα

Σύνοψη

Ερωτήσεις Αυτοαξιολόγησης

Εργασία

Βιβλιογραφία

Περιεχόμενα Εκπαιδευτικού Προγράμματος

Ενότητα 6η

Κυκλική οικονομία και πράσινο μάρκετινγκ

Σκοπός

Προσδοκώμενα Αποτελέσματα

Λέξεις – Κλειδιά

6.1 Κυκλική οικονομία: ορισμός και βασικές αρχές

6.2 Εφαρμογή κυκλικών στρατηγικών στο πράσινο μάρκετινγκ

6.3 Επαναχρησιμοποίηση και ανακύκλωση συσκευασίας

6.4 Κυκλική οικονομία στην Ελλάδα - Επιχειρήσεις με κυκλικές στρατηγικές

Σύνοψη

Ερωτήσεις Αυτοαξιολόγησης

Εργασία

Βιβλιογραφία

Περιεχόμενα Εκπαιδευτικού Προγράμματος

Παράρτημα απαντήσεων

Ενότητα 1η

Ενότητα 2η

Ενότητα 3η

Ενότητα 4η

Ενότητα 5η

Ενότητα 6η