



Στέλεχος πράσινου Μάρκετινγκ/Προϊόντων  
και Συστημάτων Ενεργειακής Αναβάθμισης  
Κτιρίων

Αναλυτική περιγραφή του προγράμματος

# Σκοπός προγράμματος

Μετά το πέρας της εκπαίδευσης οι συμμετέχοντες θα κατανοούν τις αρχές του σύγχρονου marketing και όλες τις δράσεις που συνεπάγεται η εφαρμογή ενός αποτελεσματικού προγράμματος marketing. Θα έχουν τις γνώσεις για τη χρησιμότητα της υιοθέτησης μιας «πράσινης» στρατηγικής μάρκετινγκ, τον προσανατολισμό της στρατηγικής του πράσινου μάρκετινγκ, το μίγμα μάρκετινγκ και πώς επηρεάζει το πράσινο μάρκετινγκ, την ανάπτυξη πράσινων προϊόντων, την απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος μέσω αυτού, την έννοια και τις τεχνολογίες των πράσινων κτιρίων. Επίσης οι συμμετέχοντες να μπορούν να συμμετέχουν στον σχεδιασμό ενός πλάνου μάρκετινγκ πράσινων κτιρίων και ενεργειακής αναβάθμισης κτιρίων.

# Περιγραφή προγράμματος

Το παρόν υλικό με θέμα «Στέλεχος Πράσινου Marketing/ Προϊόντων και Συστημάτων Ενεργειακής Αναβάθμισης Κτιρίων», αποτελεί ένα ολοκληρωμένο εκπαιδευτικό πρόγραμμα για τους εκπαιδευόμενους που θέλουν να γνωρίσουν τις λειτουργίες του σύγχρονου marketing και να εφαρμόζουν, τις νέες στρατηγικές του πράσινου marketing που επιβάλλουν οι περιβαλλοντικές αξίες, αλλά και οι πολιτικές και νομοθεσίες για την προστασία του φυσικού περιβάλλοντος και τη βιώσιμη ανάπτυξη.



# Μαθησιακά Αποτελέσματα

Μετά την ολοκλήρωση της εκπαίδευσης, οι συμμετέχοντες θα κατανοούν σε βάθος τις αρχές του σύγχρονου μάρκετινγκ και τις δράσεις που απαιτούνται για την εφαρμογή ενός αποτελεσματικού προγράμματος μάρκετινγκ. Θα είναι εξοπλισμένοι με τις γνώσεις για τη χρησιμότητα και την εφαρμογή μιας «πράσινης» στρατηγικής μάρκετινγκ, κατανοώντας τον προσανατολισμό της στρατηγικής αυτής, τον αντίκτυπο του μίγματος μάρκετινγκ, καθώς και τη διαδικασία ανάπτυξης πράσινων προϊόντων που ενσωματώνουν περιβαλλοντικές αξίες. Θα γνωρίζουν πώς το πράσινο μάρκετινγκ μπορεί να προσφέρει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και θα είναι ικανοί να εφαρμόσουν τις τεχνολογίες και έννοιες που αφορούν τα πράσινα κτίρια. Επίσης, θα είναι σε θέση να συμμετάσχουν ενεργά στο σχεδιασμό πλάνων μάρκετινγκ για πράσινα κτίρια και την ενεργειακή αναβάθμιση, προωθώντας βιώσιμες και καινοτόμες λύσεις στον τομέα των κτιριακών ανακαινίσεων και της αειφόρου ανάπτυξης.

# Περιεχόμενα Εκπαιδευτικού Προγράμματος

Σκοπός Προγράμματος

Σύντομη Περιγραφή Προγράμματος

Μαθησιακά Αποτελέσματα

## **Ενότητα 1<sup>η</sup> Βασικές Επαγγελματικές Γνώσεις**

Σκοπός

Προσδοκώμενα Αποτελέσματα

Έννοιες – Κλειδιά

1.1 Θέρμανση

1.2 Ψύξη και εξαερισμός

1.3 Θέρμανση νερού

1.4 Τεχνητός και φυσικός φωτισμός

1.5 Θερμική μόνωση

1.6 Ενσωμάτωση Συστημάτων Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας (ΑΠΕ) στο κτίριο και στη γύρω περιοχή (φωτοβολταϊκά, μικρές ανεμογεννήτριες, βιομάζα κ.λπ.)

Σύνοψη

Ερωτήσεις Αυτοαξιολόγησης

Άσκηση-Εργασία

Βιβλιογραφία

# Περιεχόμενα Εκπαιδευτικού Προγράμματος

## Ενότητα 2<sup>η</sup> Αρχές Marketing

Σκοπός

Προσδοκώμενα Αποτελέσματα

Έννοιες – Κλειδιά

2.1 Η έννοια του Marketing

2.2 Πελατοκεντρισμός

2.3 Το Μίγμα Marketing (Marketing Mix) προϊόντων

2.4 Σύγχρονες τεχνικές Marketing και e-Marketing

Σύνοψη

Ερωτήσεις Αυτοαξιολόγησης

Άσκηση-Εργασία

Βιβλιογραφία

# Περιεχόμενα Εκπαιδευτικού Προγράμματος

## Ενότητα 3<sup>η</sup> Τμηματοποίηση της Αγοράς, στόχευση και τοποθέτηση προϊόντος

Σκοπός

Προσδοκώμενα Αποτελέσματα

Έννοιες – Κλειδιά

3.1 Αρχές τμηματοποίησης αγοράς

3.2 Ανάπτυξη αγορών προϊόντων και υπηρεσιών

3.3 Στόχευση αγοράς-στόχου (target group)

3.4 Τεχνικές τοποθέτησης προϊόντος (positioning)

3.5 Αναζήτηση δυνητικών και υποψήφιων πελατών

Σύνοψη

Ερωτήσεις Αυτοαξιολόγησης

Άσκηση-Εργασία

Βιβλιογραφία

# Περιεχόμενα Εκπαιδευτικού Προγράμματος

## Ενότητα 4<sup>η</sup> Αγοραστική συμπεριφορά πελατών

Σκοπός

Προσδοκώμενα Αποτελέσματα

Έννοιες – Κλειδιά

4.1 Αγοραστική συμπεριφορά πελατών

4.2 Ανάγκες και προσδοκίες πελατών

4.3 Διαδικασία λήψης απόφασης αγοράς

Σύνοψη

Ερωτήσεις Αυτοαξιολόγησης

Άσκηση-Εργασία

Βιβλιογραφία

# Περιεχόμενα Εκπαιδευτικού Προγράμματος

## Ενότητα 5<sup>η</sup> Green Marketing

Σκοπός

Προσδοκώμενα Αποτελέσματα

Έννοιες – Κλειδιά

5.1 Βασικές έννοιες και αρχές του Green Marketing

5.2 Τα 4P του Green Marketing

5.5 Πράσινο Branding

5.6 Greenwashing

5.7 Πράσινα προϊόντα και υπηρεσίες

5.8 Πράσινος καταναλωτής

5.9 Πιστοποιήσεις

5.10 Green Marketing, Επιχειρηματικότητα και Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

Σύνοψη

Ερωτήσεις Αυτοαξιολόγησης

Άσκηση-Εργασία

Βιβλιογραφία

# Περιεχόμενα Εκπαιδευτικού Προγράμματος

## Ενότητα 6<sup>η</sup> Πράσινα Κτίρια

Σκοπός

Προσδοκώμενα Αποτελέσματα

Έννοιες – Κλειδιά

6.1 Εισαγωγικές έννοιες

6.2 Τεχνολογίες πράσινων κτιρίων

6.3 Marketing πράσινων κτιρίων

Σύνοψη

Ερωτήσεις Αυτοαξιολόγησης

Άσκηση-Εργασία

Βιβλιογραφία

ΣΩΣΤΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ ΣΤΙΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΑΥΤΟΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ