

ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΣΧΟΛΗ ΜΙΤΣΗ
ΣΧΟΛΙΚΗ ΧΡΟΝΙΑ 2023-2024
ΠΛΑΙΣΙΟ ΜΑΘΗΣΗΣ Γ΄ ΛΥΚΕΙΟΥ – Β΄ ΤΕΤΡΑΜΗΝΟ

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ – ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	
ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΠΕΡΙΟΔΟΙ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ: 3	ΜΗ ΕΞΕΤΑΖΟΜΕΝΟ ΣΤΗΝ 4^Η ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ
Διδακτικά εγχειρίδια-Βιβλιογραφία: Βιβλίο Μάρκετινγκ Γ΄ Λυκείου, ΥΑΠ, έκδ. 2022 (με μικροδιορθώσεις)	
Υλικά και μέσα που θα χρησιμοποιήσουν οι μαθητές κατά τη διδασκαλία του μαθήματος: Τετράδιο.	
ΓΕΝΙΚΟΣ ΣΚΟΠΟΣ (ΓΕΝΙΚΟΣ ΔΕΙΚΤΗΣ ΕΠΙΤΥΧΙΑΣ)	
Ο Γενικός σκοπός του μαθήματος του Μάρκετινγκ περιγράφεται αναλυτικά στην ιστοσελίδα του Υπουργείου Παιδείας, Αθλητισμού και Νεολαίας (ΥΠΑΝ): http://archeia.moec.gov.cy/sm/375/ap_genikos_skopos_mathimatos.pdf Ο σκοπός του μαθήματος του Μάρκετινγκ στο Λύκειο αναπτύσσεται στην ιστοσελίδα: http://archeia.moec.gov.cy/sm/375/ap_genikos_skopos_kata_taxi.pdf	
ΑΝΑΜΕΝΟΜΕΝΑ ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ (ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΠΙΤΥΧΙΑΣ)	
Οι μαθητές με την ολοκλήρωση του μαθήματος θα πρέπει να είναι σε θέση να ικανοποιούν τους Δείκτες Επιτυχίας και να αποκτήσουν τις απαραίτητες ικανότητες, δεξιότητες και τάσεις όπως αυτές περιγράφονται στον προγραμματισμό του Μάρκετινγκ της Γ΄ Λυκείου στην ιστοσελίδα του ΥΠΑΝ: http://oikopm.schools.ac.cy/index.php/el/oikonomiki-paideia/programmatismoι	
ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΠΑΡΚΕΙΑΣ – ΕΝΟΤΗΤΕΣ	
Κεφ. 6 Στρατηγική προϊόντος και υπηρεσιών και ο κύκλος ζωής του προϊόντος I. Το προϊόν 6.1 Ορισμός προϊόντος 6.2 Κατηγοριοποιήσεις προϊόντων III. Κύκλος ζωής του προϊόντος Κεφ. 9 Επικοινωνίες μάρκετινγκ	
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ – ΜΟΡΦΕΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ	
Ένα (1) 40λεπτο/ 45λεπτο διαγώνισμα	<ul style="list-style-type: none">– Εκπόνηση γραπτής εργασίας - πρότζεκτ και παρουσίασή της στην τάξη– Προφορική επίδοση– Εναλλακτικές μορφές αξιολόγησης