

ΣΧΟΛΙΚΗ ΧΡΟΝΙΑ 2023-2024
ΠΛΑΙΣΙΟ ΜΑΘΗΣΗΣ Γ΄ ΕΤΟΣ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΣΧΟΛΩΝ – Α΄ ΤΕΤΡΑΜΗΝΟ
ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ – ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	
ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΠΕΡΙΟΔΟΙ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ: 5	ΕΞΕΤΑΖΟΜΕΝΟ ΣΤΙΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ: ΥΤ
Διδακτικά εγχειρίδια-Βιβλιογραφία: Βιβλίο Μάρκετινγκ Γ΄ Λυκείου	
Υλικά και μέσα που θα χρησιμοποιήσουν οι μαθητές κατά τη διδασκαλία του μαθήματος: Υπολογιστική μηχανή, 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 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 Γ΄ Τεχνικών Σχολών στην ιστοσελίδα του ΥΠΑΝ: http://oikopm.schools.ac.cy/index.php/el/oikonomiki-paideia/programmatismoi	
ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΠΑΡΚΕΙΑΣ – ΕΝΟΤΗΤΕΣ	
Κεφ. 1 Ο ρόλος του Μάρκετινγκ στις σύγχρονες επιχειρήσεις Κεφ. 2 Το περιβάλλον του Μάρκετινγκ Κεφ. 3 Έρευνα Μάρκετινγκ Κεφ. 4 Η αγοραστική συμπεριφορά των καταναλωτών και των οργανωτικών αγοραστών Κεφ. 5 Τμηματοποίηση, Στόχευση και Χωροθέτηση Αγοράς Κεφ. 6 Στρατηγική προϊόντος & υπηρεσιών και ο κύκλος ζωής του προϊόντος I. Προϊόν 6.1 Ορισμός του προϊόντος 6.2 Κατηγοροποιήσεις προϊόντων 6.3 Αποφάσεις για ατομικά προϊόντα 6.4 Αποφάσεις για τη σειρά προϊόντων	
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ – ΜΟΡΦΕΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ	
Δύο (2) 40λεπτα/ 45λεπτα διαγωνίσματα	<ul style="list-style-type: none">– Εκπόνηση γραπτής εργασίας - πρότζεκτ και παρουσίασή της στην τάξη– Προφορική επίδοση– Εναλλακτικές μορφές αξιολόγησης