



ΕΞ ΑΠΟΣΤΑΣΕΩΣ MBA

Κωδικός Μαθήματος	Τίτλος Μαθήματος	Πιστωτικές Μονάδες (ECTS)
MBAN 805DG	Οικονομική της (Παγκόσμιας) Αγοράς Τροφίμων και Γεωργικών Προϊόντων	7.5
Τμήμα Σχολή Διοίκησης Επιχειρήσεων	Εξάμηνα Φθινοπωρινό, Εαρινό, Καλοκαιρινό	
Επίπεδο Μαθήματος Μεταπτυχιακό	Γνωστική Περιοχή Οικονομικά, Διεθνές Εμπόριο & Μάρκετινγκ	Γλώσσα Διδασκαλίας Ελληνικά

Στόχοι του Μαθήματος:

Ο τομέας της γεωργίας και των τροφίμων, έχει παγκοσμιοποιηθεί πλήρως σήμερα, ενώ το διεθνές εμπόριο γεωργικών προϊόντων και τροφίμων αυξάνεται συνεχώς. Το μάθημα εξετάζει την επιχείρηση στην παγκοσμιοποιημένη αγορά, όπου συναντά πληθώρα ευκαιριών αλλά και απειλών. Αναλύει την παραγωγή, την προσφορά και τη ζήτηση γεωργικών προϊόντων και τροφίμων σε παγκόσμιο επίπεδο και διερευνά θέματα όπως, η πολιτική διεθνούς εμπορίου και οι διεθνείς συμφωνίες, ο παγκόσμιος ανταγωνισμός, οι στρατηγικές των επιχειρήσεων, οι περιβαλλοντικοί και επενδυτικοί κίνδυνοι, οι εξαγωγές και εισαγωγές, η παγκόσμια ασφάλεια τροφίμων.

Ο κύριος στόχος του μαθήματος είναι να παρέχει στους φοιτητές τις απαραίτητες γνώσεις και δεξιότητες για ανταποκριθούν στο έργο μιας επιχείρησης τροφίμων που δραστηριοποιείται σε διεθνές επίπεδο, το μάθημα χωρίζεται σε 5 μέρη, όπως περιγράφεται παρακάτω :

Μέρος 1ο : Διεθνή Οικονομικά και Διεθνές Εμπόριο

Το τμήμα αυτό παρουσιάζει τις πολιτικές εμπορίου και επενδύσεων που απαιτούνται για την ανάπτυξη του παγκόσμιου εμπορίου, καθώς και το πώς και γιατί το διεθνές εμπόριο βελτιώνει την ευημερία όλων των χωρών. Εξετάζεται επίσης η κριτική που έχει ασκηθεί στη κλασική θεωρία του εμπορίου και παρουσιάζει εναλλακτικές απόψεις για τις επιχειρηματικές και οικονομικές δυνάμεις που καθορίζουν τα εμπορικά ρεύματα μεταξύ των χωρών. Επίσης, αξιολογεί τις θεωρίες τόσο του Paul Krugman και του Michael Porter και τη σχέση τους με τις επιχειρήσεις όσο και των κυβερνητικών προσεγγίσεων για την πολιτική του διεθνούς εμπορίου. Τέλος, παρουσιάζονται, μέσα από παραδείγματα, τα εμπόδια που αναπτύχθηκαν για το διεθνές εμπόριο των γεωργικών προϊόντων

Μέρος 2ο : Περιβάλλον

Αυτή η ενότητα εξετάζει την επίδραση του περιβάλλοντος στις δραστηριότητες των επιχειρήσεων. Παρουσιάζονται τρόποι με τους οποίους το πολιτιστικό περιβάλλον μπορεί να αποτελέσει πρόκληση για την αποτελεσματική επικοινωνία μεταξύ των επιχειρήσεων και των συναλλαγών τους. Αναλύονται οι διαθέσιμες στρατηγικές των επιχειρήσεων προκειμένου να ξεπεραστούν οι πολιτιστικές διαφορές και να

επεκταθούν οι δραστηριότητες τους σε διεθνές επίπεδο. Εξετάζονται οι διαφορετικές νομοθεσίες, τόσο στις χώρες προέλευσης, όσο και υποδοχής, καθώς και οι ρυθμίσεις του διεθνούς εμπορίου και το πώς οι κυβερνήσεις μπορούν να επηρεάσουν τις επιχειρήσεις μέσω της νομοθεσίας και των κανονισμών. Τέλος, οι πολιτικές ενέργειες των χωρών είναι πιθανόν να εκθέσουν τις επιχειρήσεις σε διεθνείς κινδύνους. Αντικείμενο μελέτης αποτελούν και οι διαφορετικές μορφές οικονομικής ολοκλήρωσης μεταξύ των χωρών ώστε να συγκριθεί το κόστος και τα οφέλη για την προώθηση της οικονομικής ολοκλήρωσης. Τέλος ερευνώνται οι τεράστιες ευκαιρίες που προσφέρονται για το διεθνές εμπόριο από τις αναδυόμενες οικονομίες της αγοράς.

3ο Μέρος : Στρατηγική Μάρκετινγκ

Εδώ παρουσιάζονται τα οφέλη των εξαγωγών ιδίως για τις μικρές επιχειρήσεις και γίνονται προτάσεις για την επιλογή συγκεκριμένων αγορών για διεθνή επέκταση σε συνδυασμό με τις κατάλληλες στρατηγικές για την ανάπτυξή τους. Επίσης περιγράφεται πώς οι περιβαλλοντικές διαφορές δημιουργούν νέες προκλήσεις για τη διεύθυνση του τμήματος μάρκετινγκ. Γίνεται ακόμη αναφορά στα πλεονεκτήματα της διαφοροποίησης μεταξύ των στρατηγικών των εσωτερικών αγορών και των διεθνών. Τέλος επισημαίνονται σε συγκεκριμένες αγορές, οι παγκόσμιες προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι λειτουργίες του μάρκετινγκ σε θέματα προϊόντων, επιλογής τιμών, θεμάτων διανομής και προώθησης τόσο εντός του παραδοσιακού μοντέλου επιχειρήσεων όσο και του ηλεκτρονικού επιχειρείν

4ο Μέρος : Λειτουργίες Logistics

Αυτό το μέρος παρουσιάζει τις κύριες αποφάσεις που είναι διαθέσιμες για τις βασικές αποφάσεις διανομής και τροφοδοσίας σε μια διεθνή επιχείρηση. Παρουσιάζονται επίσης οι στρατηγικές απόφασης για την επιλογή τοποθεσίας δραστηριοτήτων. Παρουσιάζονται οι τεχνικές του γραμμικού προγραμματισμού και το σύστημα βαθμολόγησης παραγόντων. Εδώ εξετάζονται οι στρατηγικές προμηθειών και πιο συγκεκριμένα το εξωτερικό outsourcing (ανάθεση υπεργολαβιών). εξετάζονται επίσης μια σειρά μεθόδων διαχείρισης της ζήτησης καθώς και τεχνικές πρόβλεψης της. Έτσι, παρουσιάζεται η ανάλυση χρονοσειρών μαζί με άλλες τεχνικές πρόβλεψης της ζήτησης και αναλύεται η ικανότητά πρόβλεψης τους.

5ο Μέρος: Ειδικό Θέμα: Η επίδραση των παγκόσμιων διατροφικών κρίσεων

Αυτό το μέρος διευκρινίζει ζητήματα που αφορούν την επισιτιστική ασφάλεια, την ασφάλεια των τροφίμων σε σχέση με την ποιότητα των τροφίμων, ενώ εξετάζει επίσης τον αντίκτυπο των διατροφικών κρίσεων τόσο στο επίπεδο μιας επιχείρησης όσο και σε επίπεδο χώρας.

Μαθησιακά Αποτελέσματα:

Με την ολοκλήρωση του μαθήματος ο φοιτητής θα πρέπει ανά τμήμα να μπορεί να:

Μέρος 1ο : Διεθνή Οικονομικά και Διεθνές Εμπόριο

Γι' αυτό το μέρος οι φοιτητές θα πρέπει να είναι σε θέση να :

- Αναλύουν εμπορικές και επενδυτικές πολιτικές και να εξηγήσουν εάν και γιατί το διεθνές εμπόριο βελτιώνει την ευημερία των χωρών.
- Προσδιορίζουν τις επικρίσεις της κλασικής θεωρίας του εμπορίου και να επιχειρηματολογήσουν για τις εναλλακτικές απόψεις που εξετάζουν τις επιχειρηματικές και οικονομικές δυνάμεις που καθορίζουν τα εμπορικά ρεύματα μεταξύ των χωρών.
- Περιγράφουν τις θεωρίες του Paul Krugman και του Michael Porter.
- Αναλύουν και να αξιολογήσουν τα αποτελέσματα των επιβαλλόμενων εμποδίων στο εμπόριο των γεωργικών προϊόντων

Μέρος 2ο : Περιβάλλον

Γι' αυτό το μέρος οι φοιτητές θα πρέπει να είναι σε θέση να :

- Εξετάζουν την επίδραση του πολιτιστικού περιβάλλοντος στις επιχειρήσεις
- Παρουσιάζουν τους τρόπους με τους οποίους το πολιτισμικό περιβάλλον αποτελεί πρόκληση για την αποτελεσματική συναλλαγή και επικοινωνία μεταξύ των επιχειρήσεων
- Αναλύουν τις στρατηγικές συνεργασίας ανάμεσα σε πολιτιστικά διαφορετικές χώρες
- Αξιολογούν τους νόμους που διέπουν το διεθνές εμπόριο
- Προσδιορίζουν τις πολιτικές ενέργειες των χωρών που μπορεί να εκθέσουν τις επιχειρήσεις σε διεθνείς κινδύνους.
- Εντοπίζουν και διαχειρίζονται τις εμπορικές ευκαιρίες που προσφέρονται από τις αναδυόμενες οικονομίες της αγοράς

3ο Μέρος : Στρατηγική Μάρκετινγκ

Γι' αυτό το μέρος οι φοιτητές θα πρέπει να είναι σε θέση να :

- Εντοπίζουν τα οφέλη ειδικά για τις μικρές επιχειρήσεις από τις εξαγωγές,
- Προτείνουν μεθόδους για την επιλογή κατάλληλων αγορών για διεθνή επέκταση,
- Προσδιορίζουν την κατάλληλη στρατηγική για την επέκταση σε διεθνείς αγορές,
- Αναλύουν και να αξιολογούν τις στρατηγικές των τυπικών και παγκόσμιων προσπαθειών μάρκετινγκ.
- Να αναλύουν τις παραμέτρους διαχείρισης για τις λειτουργίες μάρκετινγκ : προϊόν, τιμή, τη διανομή και την προώθηση των περιφερειακών και παγκόσμιων αγορών

4ο Μέρος : Λειτουργίες Logistics

Σε αυτό το μέρος οι φοιτητές θα πρέπει να είναι σε θέση να :

- Ερμηνεύουν και να διαχειρίζονται τις κύριες αποφάσεις logistics για μια επιχείρηση
- Εφαρμόζουν την κατάλληλη μεθοδολογία και να αποφασίσουν σχετικά με την τοποθεσία εγκατάστασης μιας δραστηριότητας της επιχείρησης.
- Να αναλύουν τις στρατηγικές εφοδιασμού λειτουργιών και πιο συγκεκριμένα το εξωτερικό outsourcing.
- Χρησιμοποιούν τις κατάλληλες μεθόδους διαχείρισης της ζήτησης για να κάνουν προβλέψεις.

5ο Μέρος : Ειδικό θέμα: Παγκόσμιες διατροφικές κρίσεις

Σε αυτό το μέρος οι φοιτητές θα πρέπει να είναι σε θέση να :

- Να μπορούν να προσδιορίζουν τις επιπτώσεις μια διατροφικής κρίσης σε μια επιχείρηση και σε επίπεδο χώρας

Περιεχόμενα του Μαθήματος:

Μέρος 1ο : Διεθνή Οικονομικά και Διεθνές Εμπόριο

Πολιτικές Διεθνούς Εμπορίου και Επενδύσεων:

- Στόχοι διεθνούς εμπορίου και Επενδυτικές Πολιτικές
- Παγκόσμιος κανονισμός Εμπορίου
- Αλλαγές στην Παγκόσμια Πολιτική για το περιβάλλον
- πολιτικές προσαρμογές στις μεταβαλλόμενες συνθήκες
- Μια Στρατηγική θεώρηση για το εμπόριο και Επενδυτικές Πολιτικές

Η θεωρία του Εξαγωγικού Εμπορίου και Επενδύσεων :

- Η εποχή του Mercantilism
- Κλασική Θεωρία Εμπορίου
- Διεθνείς Επενδύσεις και Θεωρία του Κύκλου των προϊόντων
- Η Νέα Θεωρία Εμπορίου : Στρατηγική Εμπορίου
- Η Θεωρία των Διεθνών Επενδύσεων

Διεθνές εμπόριο γεωργικών προϊόντων:

- Εμπόδια στο εμπόριο αγροτικών προϊόντων
- Διεθνής ισορροπία της αγοράς
- Ένα παράδειγμα παγκόσμιου εμπορίου αγροτικών προϊόντων

Μέρος 2ο : Περιβάλλον

Πολιτιστικό Περιβάλλον:

- τι ορίζεται ως πολιτισμικό περιβάλλον
- Τα στοιχεία του πολιτισμού
- Πηγές πολιτισμικής γνώσης
- Πολιτιστική ανάλυση
- Πως το πολιτισμικό περιβάλλον μπορεί να συμβάλει στην επιχειρηματική επιτυχία

Πολίτικο και Νομοθετικό Περιβάλλον:

- Η οπτική της χώρας προέλευσης
- πολιτικό και νομικό περιβάλλον της χώρας υποδοχής
- Διεθνείς σχέσεις και νόμοι

Οικονομική Ολοκλήρωση και Αναδυόμενες Αγορές :

- Επίπεδα Οικονομικής Ολοκλήρωσης
- Επιχειρήματα για την Οικονομικής Ολοκλήρωσης
- περιφερειακές ομάδες
- Συμπράξεις και τις συμφωνίες για τις τιμές των εμπορευμάτων
- Αναδυόμενες Αγορές
- Εμπόδια στις επιχειρήσεις
- Οικονομίες Μετάβασης
- Οι Αναπτυσσόμενες Αγορές
- Οικονομική Ολοκλήρωση από την πλευρά του μάρκετινγκ

3ο Μέρος : Στρατηγική Μάρκετινγκ

Ξεκινώντας δραστηριότητες Διεθνούς Μάρκετινγκ:

- Τα οφέλη των εξαγωγών για μια μικρή επιχείρηση;
- Διεθνής Έρευνα Αγοράς

- Επιλογή Αγοράς Στόχου

Γκάμα προϊόντων και τιμές :

- Διεθνής προσαρμογή του προϊόντος
- Στρατηγικές διεθνούς τιμολόγησης

Τη διεθνή προώθηση και διανομή :

- Διεθνείς διαπραγματεύσεις
- Στρατηγική Μάρκετινγκ Επικοινωνίας & Εργαλεία
- Κανάλια διανομής Δομή & Σχεδιασμός
- Επιλογής Ενδιάμεσοι
- Διαχείριση καναλιών διανομής

4ο Μέρος : Λειτουργίες Logistics

Διεθνείς Εφοδιασμός και Προμήθειες :

- Εξωτερική ανάθεση (υπεργολαβία) και υπεράκτια
- Στρατηγικός Εφοδιασμός

Τόπος εγκατάστασης, Logistics και Διανομή:

- Βασικές αποφάσεις logistics
- Ζητήματα επιλογής Τόπου εγκατάστασης
- Μέθοδος για να επιλέξετε τη θέση

Διαχείριση και πρόβλεψη της ζήτησης :

- Η διαχείριση της ζήτησης
- Ανάλυση Χρονοσειρών
- πρόβλεψη σχέση
- Άλλες εμπειρικές μέθοδοι πρόβλεψης της ζήτησης

5ο Μέρος: Ειδικό θέμα: Παγκόσμιες διατροφικές κρίσεις

- Ποιότητα των Τροφίμων, Ασφάλεια Τροφίμων και την επισιτιστική ασφάλεια
- Παρακολούθηση και αξιολόγηση του αντίκτυπου της κρίσης των τροφίμων

Μέθοδοι διδασκαλίας:

Διαφάνειες Power point και οπτικοακουστικές παρουσιάσεις, συμβουλευτικές συναντήσεις, μελέτες περιπτώσεων, επιστημονικά άρθρα, ασκήσεις, forum, και chats

Μέθοδοι αξιολόγησης:

Ασκήσεις (2)	20%
Εργασία (1)	20%
Τελική εξέταση	60%

Το μάθημα περιλαμβάνει έξι (6) ώρες συμβουλευτικών συνεργασιών. Ο διδάσκων που είναι ο σύμβουλος συνεννοείται με τους φοιτητές κατά τη διάρκεια του εξαμήνου. Η συμμετοχή των φοιτητών ενδείκνυται επειδή βοηθά τους φοιτητές να ολοκληρώσουν με επιτυχία τις σπουδές. Πραγματοποιούνται τρεις δίωρες συναντήσεις κατά τη διάρκεια του εξαμήνου.

Οι ειδικές συμβουλευτικές συναντήσεις γίνονται δια ζώσης και μεταδίδονται ζωντανά δια μέσου Web-Ex. Οι ειδικές συναντήσεις μπορεί να καταγράφονται και να είναι διαθέσιμες κατά τη διάρκεια του εξαμήνου, προκειμένου να γίνονται βελτιωτικές αναθεωρήσεις.

Υποχρεωτική Βιβλιογραφία (Ελληνικά):

Συντάκτες	Τίτλος	Εκδότης	Έτος	ISBN
Θανοπουλος Γιάννης,	<i>Διεθνής Επιχείρηση (β' έκδοση), περιβάλλον, δομή και προκλήσεις</i>	Εκδόσεις Interbooks	2012	978-960-390-228-7

Ενδεικτική Βιβλιογραφία (Ελληνικά/Αγγλικά):

Συντάκτες	Τίτλος	Εκδότης	Έτος	ISBN
Krugman P. & Obstfeld M.	Διεθνής Οικονομική: Θεωρία και Πολιτική	Αθήνα, Εκδόσεις Κριτική	2011	978-960-218-738-8
Αλογοσκούφης Γ.	<i>Διεθνής Οικονομική και Παγκόσμια Οικονομία</i>	Εκδόσεις Gutenberg	2013	978-960-01-1606-9
Μάττας, Κ., Ρεζίτης, Α., Τσακιρίδου, Ε., Βλάχος, Η., και Καφούσιος, Δ. (επιμ.)	<i>Μάρκετινγκ και Τιμές Αγροτικών Προϊόντων</i>	Nicosia: Broken Hill Publishers	2013	978-996-371-600-5
Robert Jacobs F., Richard B,	<i>Διοίκηση Λειτουργιών Και Εφοδιαστικής Αλυσίδας</i>	Ιατρικές Εκδόσεις Π. Χ. Πασχαλίδης,	2012	978 -960 489 - 149 8
Πανηγυράκης Γεώργιος	<i>Διεθνές Μάρκετινγκ</i>	ΣΤΑΜΟΥΛΗΣ, Αθήνα	2013	978 960 351 914 0
<i>Michael Czinkota, Iikka A. Ronkainen, Michael H. Moffett</i>	<i>International Business 8th Edition</i>	John Wiley & Sons, Inc	2011	978-0- 470- 53065-8
Czinkota, Michael R., & Ronkainen, Ilkka A.	International Marketing 10th (tenth) Edition	Cengage Learning	2012	978-113- 362-751- 7

Διάρθρωση διαλέξεων και αξιολόγηση φοιτητών:

13 εβδομάδες, δύο ασκήσεις, μια γραπτή εργασία και τελική εξέταση.