



powered by **/// Piraeus**

ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ-
ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗ ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ-MBA in SUSTAINABILITY

ΠΕΡΙΓΡΑΦΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ: GREEN MARKETING AND GREEN WASHING

ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ:

ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ:

ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ: -

ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ ΚΑΙ ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ: Ελληνική

ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Οι φοιτήτριες και οι φοιτητές μετά την ολοκλήρωση του μαθήματος θα πρέπει να έχουν αναπτύξει τις ακόλουθες δεξιότητες και ικανότητες:

- Να κατανοούν τις θεμελιώδεις έννοιες του Green Marketing.
- Να αξιολογούν τα κίνητρα, τις στάσεις και τις προθέσεις των καταναλωτών έναντι του Green Marketing.
- Να σχεδιάζουν στρατηγικές Green Marketing μέσω της αλληλουχίας της τμηματοποίησης, στόχευσης και τοποθέτησης.
- Να αναλύουν το σχεδιασμό μίγματος Green Marketing με έμφαση στα καινοτόμα - και φιλικά προς το περιβάλλον - προϊόντα, στις στρατηγικές τιμολόγησης, στις βιώσιμες αλυσίδες εφοδιασμού και στην αποτελεσματική επικοινωνία μάρκετινγκ.
- Να αναγνωρίζουν πρακτικές Green Washing και να αναλύουν τον αντίκτυπό τους.
- Να αξιολογούν περιβαλλοντικές δηλώσεις και ισχυρισμούς των επιχειρήσεων.
- Να αναπτύσσουν βιώσιμες στρατηγικές μάρκετινγκ που συνδέονται με την επιχειρηματική ηθική.
- Να εφαρμόζουν πρακτικές πράσινης επικοινωνίας στις επιχειρήσεις.

ΓΕΝΙΚΕΣ ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ

Οι φοιτήτριες και οι φοιτητές θα αποκτήσουν τα απαραίτητα θεωρητικά και πρακτικά εργαλεία για να κατανοούν και να εφαρμόζουν στρατηγικές βιωσιμότητας στο σύγχρονο επιχειρηματικό περιβάλλον.

Το μάθημα Green Marketing & Green Washing έχει σχεδιαστεί για να προσφέρει στις φοιτήτριες και τους φοιτητές μια ολοκληρωμένη κατανόηση της σχέσης μεταξύ μάρκετινγκ και βιωσιμότητας στο σύγχρονο επιχειρηματικό περιβάλλον. Στόχος είναι να εξοπλίσει τις φοιτήτριες και τους φοιτητές με τις απαραίτητες γνώσεις και δεξιότητες, ώστε να σχεδιάζουν και να υλοποιούν στρατηγικές μάρκετινγκ που ευθυγραμμίζονται με τις αρχές της βιωσιμότητας και να αναγνωρίζουν πρακτικές που υπονομεύουν την εμπιστοσύνη καταναλωτών και φορέων μέσω της παραπλανητικής περιβαλλοντικής επικοινωνίας.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Το μάθημα επικεντρώνεται σε δύο βασικούς άξονες:

- ❖ Green Marketing:

- Green Marketing: Ορισμός και Σχετικές Έννοιες
 - Αγοραστική Συμπεριφορά και Green Marketing (Κίνητρα, Στάσεις και Προθέσεις)
 - Στρατηγική Green Marketing (Τμηματοποίηση, Στόχευση και Τοποθέτηση)
 - Μίγμα Green Marketing (Προϊόν, Τιμή, Διανομή και Επικοινωνία)
- ❖ Green Washing:
- Ορισμός και οι Βασικές Έννοιες
 - Μορφές και Τεχνικές Green Washing
 - Ανάλυση Παραδειγμάτων όπου Επιχειρήσεις χρησιμοποίησαν Παραπλανητικές Περιβαλλοντικές Δηλώσεις, προκαλώντας Απώλεια Εμπιστοσύνης και Νομικές Συνέπειες
 - Εξέταση του Ρόλου της Νομοθεσίας, των Κανονισμών και των Ηθικών Επιχειρηματικών Πρακτικών
 - Επιπτώσεις του Green Washing
 - Αντιμετώπιση και Αποφυγή του Green Washing

ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:

- *Journal of Marketing*
- *Journal of Marketing Research*
- *European Journal of Marketing*
- *Journal of Advertising*
- *Journal of Advertising Research*
- *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*
- *International Journal of Innovation and Sustainable Development*
- *International Journal of Technology Management and Sustainable Development*
- *Journal of Cleaner Production*
- *Business Strategy and the Environment*