

Τίτλος Προγράμματος:

Πρώθηση Εξαγωγών & Μάρκετινγκ Αγροδιατροφικών Προϊόντων

Περιγραφή Προγράμματος

Το πρόγραμμα κατάρτισης στοχεύει στην ενίσχυση των γνώσεων και δεξιοτήτων των καταρτιζόμενων στον τομέα της πρώθησης εξαγωγών και της εφαρμογής σύγχρονων πρακτικών μάρκετινγκ, με ειδική εστίαση στον αγροδιατροφικό τομέα. Ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις των ελληνικών επιχειρήσεων για εξωστρέφεια, ανταγωνιστικότητα και πρόσβαση σε διεθνείς αγορές, με προτεραιότητα στα ποιοτικά τοπικά προϊόντα του πρωτογενούς και μεταποιημένου τομέα.

Μέσα από θεωρητική και πρακτική προσέγγιση, οι συμμετέχοντες θα εξοικειωθούν με τις βασικές μεθόδους εξαγωγών (άμεσες και έμμεσες), τις τεχνικές πρώθησης σε ξένες αγορές, τις απαιτήσεις συσκευασίας, επισήμανσης και πιστοποίησης, καθώς και τη χρήση σύγχρονων εργαλείων ψηφιακού μάρκετινγκ, e-commerce και branding προϊόντων με γεωγραφική ταυτότητα (π.χ. ΠΟΠ, ΠΓΕ, βιολογικά).

Το πρόγραμμα ενισχύει τις δεξιότητες στρατηγικού σχεδιασμού, αξιολόγησης αγορών-στόχων, διαμόρφωσης εξαγωγικού πλάνου και δημιουργίας εξωστρεφούς εταιρικής ταυτότητας, δίνοντας έμφαση στις ιδιαιτερότητες των ΜΜΕ και των αγροτικών συνεταιρισμών.

Εκπαιδευτικοί Στόχοι:

- Κατανόηση των βασικών εννοιών και στρατηγικών που διέπουν το διεθνές εμπόριο και τις εξαγωγές αγροδιατροφικών προϊόντων.
- Ανάλυση και επιλογή κατάλληλων μεθόδων εξαγωγών, ανάλογα με τον τύπο επιχείρησης, το προϊόν και την αγορά-στόχο.
- Εντοπισμός και αντιμετώπιση εμποδίων εξαγωγών (δασμοί, τεχνικά πρότυπα, logistics, θεσμικά εμπόδια).



- Εφαρμογή σύγχρονων μεθόδων μάρκετινγκ και branding για την ανάδειξη της ταυτότητας και της ποιότητας των προϊόντων.
- Ανάπτυξη δεξιοτήτων χρήσης ψηφιακών εργαλείων (e-shop, marketplaces, διεθνείς πλατφόρμες, social media) για την προώθηση εξαγωγών.
- Κατανόηση του ρόλου των πιστοποιήσεων, των γεωγραφικών ενδείξεων και των κανονισμών ασφάλειας τροφίμων στις εξαγωγές.

Προσδοκώμενα Μαθησιακά Αποτελέσματα:

Με την ολοκλήρωση του προγράμματος, οι καταρτιζόμενοι θα είναι σε θέση να:

- Σχεδιάζουν και να εφαρμόζουν εξαγωγική στρατηγική για προϊόντα του αγροδιατροφικού τομέα.
- Επιλέγουν και να διαχειρίζονται δίκτυα διανομής, εκπροσώπησης ή συνεργασιών σε αγορές του εξωτερικού.
- Επικοινωνούν αποτελεσματικά την προστιθέμενη αξία των προϊόντων τους σε ξένους πελάτες και αγορές.
- Χρησιμοποιούν τεχνολογικά μέσα και ψηφιακά εργαλεία για την προβολή και πώληση προϊόντων.
- Διασφαλίζουν τη συμμόρφωση με τις απαιτήσεις εξαγωγής (πιστοποιήσεις, πρότυπα, συσκευασία, traceability).
- Υποστηρίζουν την εξωστρέφεια της επιχείρησης ή του συνεταιρισμού τους, με όρους βιωσιμότητας και ποιοτικής διαφοροποίησης.