

ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ- MARKETING

Σκοπός -Μαθησιακά Αποτελέσματα

Το συγκεκριμένο μάθημα έχει ως σκοπό να εισάγει τους καταρτιζόμενους στις βασικές έννοιες της οργάνωσης καταστήματος και των τεχνικών προώθησης προϊόντων και υπηρεσιών, προκειμένου

να κατανοήσουν τη σημασία τους

και να αξιοποιήσουν τις γνώσεις αυτές στην αποτελεσματική οργάνωση, τη σωστή διαρρύθμιση και τον πλήρη εξοπλισμό ενός επαγγελματικού χώρου υπηρεσιών Αισθητικής και Μακιγιάζ

και στην προώθηση και πώληση σχετικών προϊόντων και υπηρεσιών.

Περιεχόμενο του Μαθήματος

ΣΧΕΔΙΑΣΗ ΧΩΡΩΝ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Απαιτούμενοι χώροι

- Χώρος υποδοχής
- Χώρος αναμονής
- Τμήμα περιποίησης προσώπου
- Τμήμα περιποίησης σώματος
- Αποδυτήρια
- WC

Αρχιτεκτονική

- Διαστάσεις χώρων
- Διαμόρφωση χώρων
- Διάδρομοι - Οδεύσεις
διαφυγής

Γενικός Εξοπλισμός

- ▣ Εξοπλισμός Γραφείου
- ▣ Έπιπλα - Προθήκες

ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΧΩΡΩΝ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

- Χαρακτηρισμός και κατάταξη
- Έπιπλα
- Μηχανήματα και συσκευές

Εργονομία

- ▣ Επιλογή - Διάταξη επίπλων και μηχανημάτων
- ▣ Κατάλληλες συνθήκες εργασίας
- ▣ Ατομικά είδη προστασίας και χρήση τους
- ▣ Κανόνες ασφάλειας μηχανημάτων
- ▣ Απορρίμματα

Πυρκαγιά

- Πρόληψη- Ανίχνευση- Καταστολή

MARKETING

- Έννοια και περιεχόμενο του marketing
- Η φιλοσοφία του marketing

Η οικονομική σημασία του marketing

- Η σχέση marketing με την παραγωγή
- Η συμβολή του marketing στην οικονομική ανάπτυξη

Κατηγορίες του marketing

- Οι νέες τάσεις του marketing

ΕΝΝΟΙΑ ΚΑΙ ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

- Ορισμός της αγοράς
 - Διακρίσεις της αγοράς
- Καταναλωτική αγορά
- Επιλογή αγοράς - στόχου
 - Έρευνα αγοράς
- Σχεδιασμός της έρευνας
- Μέθοδοι συλλογής στοιχείων
- Πολιτική πωλήσεων

ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ

- Το γενικό πρότυπο της συμπεριφοράς του καταναλωτή.

Παράγοντες που επηρεάζουν τη συμπεριφορά του

- Ατομικοί παράγοντες
- Η ιεράρχηση των αναγκών
- Η οικονομική δυνατότητα
- Η ψυχολογία του καταναλωτή

Εξωτερικοί παράγοντες

- Κοινωνικοί παράγοντες
- Πολιτιστικοί παράγοντες
- Η διαδικασία της λήψης απόφασης του καταναλωτή

ΤΟ ΠΡΟΪΟΝ

- Η έννοια του προϊόντος
- Το νέο προϊόν και η διαδικασία ανάπτυξής του
- Το όνομα, η συσκευασία και η ετικέτα του προϊόντος

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

- Προώθηση προϊόντων

Επικοινωνία

- Ανάπτυξη των στόχων της επικοινωνίας
- Μορφές επικοινωνίας

Διαφήμιση

- Το διαφημιστικό μήνυμα
- Η επίδραση του διαφημιστικού μηνύματος στους καταναλωτές
- Κόστος διαφήμισης
- Εργασίες στο marketing σχετικά με την προώθηση και πώληση προϊόντος και υπηρεσίας στην Αισθητική

ΤΕΛΟΣ Β ΕΞΑΜΗΝΟΥ
ΚΑΛΕΣ ΔΙΑΚΟΠΕΣ