

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ,
ΤΜΗΜΑ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΧΩΡΟΤΑΞΙΑΣ, ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

ΜΑΘΗΜΑ: ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΟΥ ΤΟΠΟΥ

ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2018/2019

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ 3^{ης} ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΗΣ ΔΙΟΡΘΩΣΗΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ

ΤΕΤΑΡΤΗ 16/01/19, ΑΙΘΟΥΣΑ Α3, 2.00-5.00

ΟΜΑΔΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ		ΘΕΜΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	ΩΡΑ	ΔΙΔΑΣΚΩΝ
1	ΜΙΧΑΛΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΜΟΛΩΝΗ ΠΕΛΑΓΙΑ ΠΑΝΑΓΟΥ-ΧΟΝΔΡΟΝΑΣΙΟΥ ΕΙΡΗΝΗ ΠΑΝΤΕΛΑΙΟΣ ΚΟΣΜΑΣ	Πολιτιστικό προφίλ και μάρκετινγκ/ branding. Η περίπτωση του Ναυπλίου.	2.00	ΘΜ
2	ΑΛΚΙΔΗΣ ΒΑΛΕΡΙΟΣ ΚΥΡΙΑΚΟΥ ΘΩΜΑΣ ΜΠΑΛΛΑΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΡΕΠΠΑΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ	Στρατηγικό Προσχέδιο Μάρκετινγκ για τη Νάουσα	2.20	ΘΜ
4	ΓΙΑΝΝΑΚΙΔΟΥ ΧΡΙΣΤΙΝΑ ΠΑΠΠΑΣ ΑΡΙΣΤΕΙΔΗΣ	Μάρκετινγκ/ Branding τόπου στη Σαλαμάνκα	2.40	ΘΜ
7	ΓΑΛΑΝΗ ΕΙΡΗΝΗ ΚΕΡΑΣΙΝΑ ΔΗΜΟΚΑΣ ΧΡΗΣΤΟΣ ΔΟΥΚΑ ΑΛΕΞΙΑ ΠΛΑΪΤΗΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ	Διαμόρφωση ενός μικρού προγράμματος διαφήμισης για την Τήνο	3.00	ΘΜ
10	ΚΑΡΑΜΑΝΩΛΗΣ ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ ΣΙΑΠΑΤΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ	Μάρκετινγκ/ Branding τόπου στην Πράγα	3.20	ΘΜ
16	ΓΩΓΟΣ ΕΥΑΓΓΕΛΟΣ ΠΑΠΑΔΗΜΗΤΡΙΟΥ ΗΛΙΑΣ ΣΑΚΕΛΛΑΡΙΟΥ ΘΕΟΔΩΡΟΣ	Μάρκετινγκ/ Branding τόπου στη Βουδαπέστη	3.40	ΘΜ
11	ΜΑΤΡΑΚΑ ΕΛΕΝΗ ΜΕΡΑΜΒΕΛΙΩΤΑΚΗ ΦΕΒΡΩΝΙΑ- ΝΙΚΗ	Διαμόρφωση ενός μικρού προγράμματος διαφήμισης για την Αλόνησο	4.00	ΘΜ
14	ΝΑΣΙΑΚΟΥ ΑΓΓΕΛΙΚΗ-ΚΕΡΑΣΙΑ ΤΣΙΑΛΤΑΣ ΧΡΥΣΟΒΑΛΑΝΤΗΣ	Διαμόρφωση ενός μικρού προγράμματος διαφήμισης για το Καρπενήσι	4.20	ΘΜ
17	ΚΑΛΟΓΗΡΟΥ ΡΑΦΑΕΛΑ ΛΑΖΑΡΟΠΟΥΛΟΥ ΠΕΛΑΓΙΑ ΠΑΝΤΕΛΙΔΟΥ ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ ΠΑΠΑΘΑΝΑΣΙΟΥ ΜΑΡΙΝΑ	Διαμόρφωση Προσχεδίου Μάρκετινγκ για τον τομέα της γαστρονομίας στο Βόλο	4.40	ΘΜ

ΟΜΑΔΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ		ΘΕΜΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	ΩΡΑ	ΔΙΔΑΣΚΩΝ
3	ΖΑΜΠΕΚΟΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ ΚΕΡΑΜΙΔΑΣ ΘΕΟΦΑΝΗΣ-ΧΡΗΣΤΟΣ ΛΕΚΚΑΣ ΧΡΗΣΤΟΣ ΣΤΑΜΑΤΙΑΔΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ	Μάρκετινγκ/ Branding του Βερολίνου	2.00	ΕΨ
5	ΠΑΪΠΑΝΣ ΦΙΛΙΠΠΟΣ ΡΗΓΑΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ ΤΣΟΛΚΑΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ	Μάρκετινγκ/ Branding του Las Vegas	2.20	ΕΨ

6	ΚΟΥΡΚΟΥΒΑΤΗΣ ΑΝΤΩΝΙΟΣ ΤΣΟΥΚΑΡΕΛΛΗΣ ΠΡΟΚΟΠΙΟΣ	Πολιτιστικό προφίλ και Μάρκετινγκ/ Branding. Η περίπτωση της Ρόδου	2.40	ΕΨ
8	ΜΑΡΑΓΚΟΥ ΒΑΣΙΛΙΚΗ	Μάρκετινγκ/ Branding της Βαρκελώνης	3.00	ΕΨ
9	ΓΚΑΝΙΑΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ ΚΑΒΒΑΘΑΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΚΑΡΑΪΣΚΟΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΝΟΥΤΣΟΥ ΘΕΟΔΩΡΑ	Μάρκετινγκ/ Branding του Δουβλίνου	3.20	ΕΨ
12	ΚΩΣΤΟΥΛΑ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΑ ΦΑΦΟΥΛΑΣ ΚΑΣΣΙΑΝΟΣ ΧΑΤΖΗΜΙΧΟΥ ΜΑΡΙΑ ΔΕΣΠΟΙΝΑ	Στρατηγικό Προσχέδιο Μάρκετινγκ για μια περιοχή υπό ανάπλαση. Η περίπτωση του Ελληνικού	3.40	ΕΨ
13	ΠΑΡΑΣΚΕΥΑ ΓΑΒΡΙΕΛΛΑ	Το Demarketing Τόπου ως εργαλείο τουριστικής και περιβαλλοντικής διαχείρισης	4.00	ΕΨ
15	ΚΑΡΑΓΙΑΝΝΟΥΔΗ ΒΑΪΑ ΜΑΝΘΟΓΙΑΝΝΗ ΧΡΥΣΟΥΛΑ ΡΗΓΑ ΜΑΡΙΑ ΑΝΝΑ	Διαμόρφωση ενός μικρού προγράμματος διαφήμισης για την περιοχή της Πλατείας Θεάτρου	4.20	ΕΨ
18	ΣΙΜΟΠΟΥΛΟΥ ΙΣΙΔΩΡΑ	Πολιτιστικό προφίλ και Μάρκετινγκ/ Branding. Η περίπτωση της Βέροιας	4.40	ΕΨ