

오프라인 유통 마스터 과정

| | | | | | | | | |
|------|--|--|--|------|--------|----|----|----------|
| 교육목표 | ○ 다양한 오프라인 유통채널별 특성을 이해하고 적합한 활용 전략 수립 | | | | | | | |
| 교육대상 | 1. 농업인 2. 교육희망자 | | | 교육인원 | 기당 28명 | | | |
| 교육기간 | ○ 2026. 3. 26. ~ 3. 27.(2일) | | | 교육시간 | 12시간 | | | |
| 교육내용 | 교육영역 | 프로그램 | | | 이론 | 사례 | 토론 | 실습 경험 |
| | 농식품 소비 트렌드 | ○ 농산물 소비 트렌드 변화(2시간) - 농산물 유통환경 및 농산물 소비 트렌드 | | | ○ | ○ | ○ | |
| | 유통채널별 특성 | ○ 오프라인 유통채널별 특성(2시간) - 농산물 오프라인 유통채널 특성 | | | ○ | ○ | ○ | |
| | 오프라인 마케팅 전략 | ○ 오프라인 유통채널별 활용 전략(3시간) - 도매시장 - 로컬푸드 - 직거래 장터 - 학교급식 등 ○ 오프라인 유통 성공사례(4시간) | | | ○ | ○ | ○ | ○ |
| | 기타 | ○ 교육생 네트워크 형성(0.5시간) 및 교육 설문(0.5시간) | | | | | ○ | |
| 기타사항 | ○ 교재 등 : 강사제공 자료 ○ 기타사항 : 교육내용 등은 사정에 따라 변경될 수 있음 | | | | | | | |