

ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ

ΠΕΡΙΓΡΑΦΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

(1) ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ, ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ & ΔΙΕΘΝΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ & ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΜΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΟΛΙΚΗ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΜΕ ΔΙΕΘΝΗ ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΟΠ208-1	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	1 ^ο ή 3 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ <i>σε περίπτωση που οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται σε διακριτά μέρη του μαθήματος π.χ. Διαλέξεις, Εργαστηριακές Ασκήσεις κ.λπ. Αν οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται ενιαία για το σύνολο του μαθήματος αναγράψτε τις εβδομαδιαίες ώρες διδασκαλίας και το σύνολο των πιστωτικών μονάδων</i>		ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
		3	3,5
<i>Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο (δ).</i>			
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ <i>γενικού υποβάθρου, ειδικού υποβάθρου, ειδίκευσης, γενικών γνώσεων, ανάπτυξης δεξιοτήτων</i>	ΓΕΝΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΟΧΙ		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΚΑΙ ΑΓΓΛΙΚΑ		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	https://mbatqm.unipi.gr/%ce%bc%ce%ac%cf%81%ce%ba%ce%b5%cf%84%ce%b9%ce%bd%ce%b3%ce%ba-%ce%bc%ce%ac%ce%bd%ce%b1%cf%84%ce%b6%ce%bc%ce%b5%ce%bd%cf%84/		

(2) ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Περιγράφονται τα μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος οι συγκεκριμένες γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες καταλλήλου επιπέδου που θα αποκτήσουν οι φοιτητές μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος.

Συμβουλευτείτε το Παράρτημα Α

- Περιγραφή του Επιπέδου των Μαθησιακών Αποτελεσμάτων για κάθε ένα κύκλο σπουδών σύμφωνα με το Πλαίσιο Προσόντων του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανώτατης Εκπαίδευσης
- Περιγραφικοί Δείκτες Επιπέδων 6, 7 & 8 του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων Διά Βίου Μάθησης και το Παράρτημα Β
- Περιληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων

Το μάθημα στοχεύει να παρουσιάσει την έννοια, τον ρόλο και τις βασικές αρχές του μάρκετινγκ καθώς και να αναλύσει τη διαδικασία σχεδιασμού στρατηγικών σχεδίων μάρκετινγκ. Για το σκοπό αυτό, το μάθημα δίνει ιδιαίτερη έμφαση σε βασικές έννοιες και διαδικασίες του μάρκετινγκ όπως έρευνα αγοράς και κατανόηση καταναλωτή, τμηματοποίηση και τοποθέτηση στην αγορά, ανάλυση περιβάλλοντος και ανάπτυξη στρατηγικών μάρκετινγκ με βάση τα 4Π. Το μάθημα τονίζει την ανάγκη σχεδιασμού και υλοποίησης στρατηγικών μάρκετινγκ που συμβάλουν στη βιωσιμότητα συν-δημιουργώντας κοινωνική και ηθική αξία.

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος, ο φοιτητής θα είναι ικανός να:

- Εξηγήσει τη φιλοσοφία και το εννοιολογικό περιεχόμενο του μάρκετινγκ
- Χρησιμοποιήσει τα κατάλληλα εργαλεία έρευνας αγοράς για την κατανόηση της συμπεριφοράς του καταναλωτή και της αγοραστικής του συμπεριφοράς
- Να εφαρμόσει τη διαδικασία τμηματοποίησης της αγοράς, να επιλέξει αγορές-στόχους και να σχεδιάσει στρατηγικές τοποθέτησης στην αγορά
- Να εφαρμόσει την ανάλυση SWOT στη μελέτη του εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος μίας επιχείρησης ή ενός προϊόντος
- Να ακολουθήσει τη διαδικασία ανάπτυξης στρατηγικών σχεδίων μάρκετινγκ και να σχεδιάσει στρατηγικές μάρκετινγκ για κάθε ένα από τα 4Π

Γενικές Ικανότητες

Λαμβάνοντας υπόψη τις γενικές ικανότητες που πρέπει να έχει αποκτήσει ο πτυχιούχος (όπως αυτές αναγράφονται στο Παράρτημα Διπλώματος και παρατίθενται ακολούθως) σε ποια / ποιες από αυτές αποσκοπεί το μάθημα;

Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών

Σχεδιασμός και διαχείριση έργων

Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα

Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις

Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον

Λήψη αποφάσεων

Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου

Αυτόνομη εργασία

Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής

Ομαδική εργασία

Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

Εργασία σε διεθνές περιβάλλον

.....

Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον

Άλλες...

Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών

Λήψη αποφάσεων

Αυτόνομη εργασία

Ομαδική εργασία

Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον

Σχεδιασμός και διαχείριση ερευνητικών σχεδίων

Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον

Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου

Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής

Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

Συλλογή, επεξεργασία / ανάλυση και ερμηνεία πρωτογενών στοιχείων για τη λήψη αποφάσεων

(3) ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

- Μάρκετινγκ: δημιουργία και δέσμευση αξίας πελατών
- Κατανόηση της αγοράς και των καταναλωτών
- Κατανόηση της αγοραστικής συμπεριφοράς καταναλωτών
- Έρευνα μάρκετινγκ και διαχείριση πληροφοριών μάρκετινγκ
- Στρατηγική μάρκετινγκ
 - Τμηματοποίηση, στόχευση και τοποθέτηση στην αγορά
 - Στρατηγική Προϊόντος
 - ανάπτυξη νέου προϊόντος
 - διαχείριση μάρκας
 - Στρατηγική Τιμολόγησης
 - Στρατηγική Τοποθέτησης: κανάλια διανομής
 - Στρατηγική Επικοινωνίας/προώθησης
 - Παραδοσιακή επικοινωνία
 - Ηλεκτρονική επικοινωνία – η-μάρκετινγκ
- Βιώσιμο/κοινωνικό μάρκετινγκ: ηθική και κοινωνική ευθύνη

(4) ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.	Πρόσωπο με πρόσωπο																						
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές	Οι τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών θα αξιοποιηθούν ως ακολούθως: ✦ Κατά τη διάρκεια των διαλέξεων θα προβάλλεται οπτικοακουστικό υλικό. ✦ Οι φοιτητές θα παρακολουθήσουν βιντεοσκοπημένες παρουσιάσεις άλλων καθηγητών ή ομιλητών ✦ Διδακτικό υλικό θα είναι διαθέσιμο μέσω του διαδικτύου στην ιστοσελίδα του μαθήματος ✦ Οι φοιτητές θα μάθουν να χρησιμοποιούν το διαδίκτυο και βάσεις δεδομένων για την αναζήτηση βιβλιογραφίας ✦ Οι φοιτητές θα κατανοήσουν τη χρήση του διαδικτύου για το σχεδιασμό και υλοποίηση στρατηγικών μάρκετινγκ																						
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη & ανάλυση βιβλιογραφίας, Φροντιστήριο, Πρακτική (Τοποθέτηση), Κλινική Άσκηση, Καλλιτεχνικό Εργαστήριο, Διαδραστική διδασκαλία, Εκπαιδευτικές επισκέψεις, Εκπόνηση μελέτης (project), Συγγραφή εργασίας / εργασιών, Καλλιτεχνική δημιουργία, κ.λπ. Αναγράφονται οι ώρες μελέτης του φοιτητή για κάθε μαθησιακή δραστηριότητα καθώς και οι ώρες μη καθοδηγούμενης μελέτης σύμφωνα με τις αρχές του ECTS	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Δραστηριότητα</th><th>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Διαλέξεις</td><td>28</td></tr> <tr> <td>Προσκεκλημένοι ομιλητές</td><td>2</td></tr> <tr> <td>Εκπόνηση ατομικής εργασίας</td><td>45</td></tr> <tr> <td>Μελέτη για τελική εξέταση</td><td>20</td></tr> <tr> <td>Τελική εξέταση</td><td>3</td></tr> <tr> <td></td><td></td></tr> <tr> <td></td><td></td></tr> <tr> <td></td><td></td></tr> <tr> <td></td><td></td></tr> <tr> <td>Σύνολο Μαθήματος</td><td>98</td></tr> </tbody> </table>	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου	Διαλέξεις	28	Προσκεκλημένοι ομιλητές	2	Εκπόνηση ατομικής εργασίας	45	Μελέτη για τελική εξέταση	20	Τελική εξέταση	3									Σύνολο Μαθήματος	98
Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου																						
Διαλέξεις	28																						
Προσκεκλημένοι ομιλητές	2																						
Εκπόνηση ατομικής εργασίας	45																						
Μελέτη για τελική εξέταση	20																						
Τελική εξέταση	3																						
Σύνολο Μαθήματος	98																						

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	- Γλώσσα αξιολόγησης ελληνική
Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης Γλώσσα Αξιολόγησης, Μέθοδοι αξιολόγησης, Διαμορφωτική ή Συμπερασματική, Δοκιμασία Πολλαπλής Επιλογής, Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης, Ερωτήσεις Ανάπτυξης Δοκιμίων, Επίλυση Προβλημάτων, Γραπτή Εργασία, Έκθεση / Αναφορά, Προφορική Εξέταση, Δημόσια Παρουσίαση, Εργαστηριακή Εργασία, Κλινική Εξέταση Ασθενούς, Καλλιτεχνική Ερμηνεία, Άλλη / Άλλες Αναφέρονται ρητά προσδιορισμένα κριτήρια αξιολόγησης και εάν και που είναι προσβάσιμα από τους φοιτητές.	Η αξιολόγηση του μαθήματος γίνεται ως εξής: ✦ Ατομική εργασία (εθελοντική): ο φοιτητής μπορεί να αποκτήσει μέχρι και 2 βαθμούς επιπλέον του τελικού του βαθμού (μόνο και εφόσον έχει πετύχει τουλάχιστον 5/10 στις τελικές εξετάσεις) ✦ Γραπτές τελικές εξετάσεις, που φέρουν το 100% του τελικού βαθμού του μαθήματος

(5) ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Προτεινόμενη Βιβλιογραφία: ● Kerin, R. & Hartley, S. (2023). Marketing. 7th Edition. McGraw Hill ● Solomon, M., Marshall, G. & Stuart, E. (2021). Μάρκετινγκ. Εκδόσεις Τζιόλα ● Armstrong, G. & Kotler, P. (2022). Εισαγωγή στο μάρκετινγκ. Εκδόσεις Επίκεντρο. ● Grewal, L. (2022). Marketing. Eight edition. McGrawHill - Συναφή επιστημονικά περιοδικά: - Journal of Marketing - Journal of Marketing Theory & Practice - Journal of the Academy of Marketing - Marketing of Services Marketing - Services Marketing Quarterly - Journal of Financial Services Marketing - Journal of Bank Marketing - Journal of Hospitality Marketing & Management - Journal of Travel & Tourism Marketing - Journal of Destination Management & Marketing
--