

## ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

### 1. ΓΕΝΙΚΑ

<b>ΣΧΟΛΗ</b>	ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΩΝ, ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
<b>ΤΜΗΜΑ</b>	ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
<b>ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	Μεταπτυχιακό/ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗ (MBA) Κατεύθυνση Digital Business		
<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	18005	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	B
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Διοίκηση Μάρκετινγκ (Marketing Management)		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>		<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>
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			
Διαλέξεις		3	7,5
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.			
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Επιστημονικής Περιοχής		
	<i>Υποβάθρου, Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων</i>		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	Ελληνική		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="https://moodle.uniwa.gr/enrol/index.php?id=284">https://moodle.uniwa.gr/enrol/index.php?id=284</a>		

### 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 Πλαίσιο Προσόντων του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανώτατης Εκπαίδευσης
- Περιγραφικοί Δείκτες Επιπέδων 6, 7 & 8 του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων Διά Βίου Μάθησης και Παράρτημα Β
- Περιληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων

Το συγκεκριμένο μάθημα παρέχει στους φοιτητές ένα εισαγωγικό πλαίσιο για την αξιοποίηση και εφαρμογή της έννοιας του Μάρκετινγκ σε επιχειρηματικό επίπεδο. Οι διαλέξεις αυτές έχουν δομηθεί με τέτοιο τρόπο ώστε οι φοιτητές να εξοικειωθούν με τις θεμελιώδεις έννοιες του Μάρκετινγκ αλλά και τα εργαλεία που αυτό χρησιμοποιεί, όπως: η Διοίκηση Μάρκετινγκ, η στρατηγική Μάρκετινγκ, η τμηματοποίηση της αγοράς, η τιμολόγηση, η προώθηση, οι πωλήσεις, ο κύκλος ζωής του προϊόντος, η συμπεριφορά του καταναλωτή, η έρευνας αγοράς και μάρκετινγκ και τέλος το σχέδιο Μάρκετινγκ. Τα στοιχεία που εξετάζονται σε αυτό το μάθημα συνθέτονται και υλοποιούνται στο πλαίσιο ενός ευρύτερου προγραμματισμού Μάρκετινγκ. Ένας από τους σημαντικότερους στόχους είναι η κατανόηση του κρίσιμου ρόλου που παίζει το Μάρκετινγκ για την ευημερία και την ανάπτυξη της εκάστοτε επιχείρησης. Θα δοθεί τέλος έμφαση στην πρακτική εφαρμογή του Μάρκετινγκ, όπου θα συνδυαστεί η θεωρία με την πράξη.

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές θα πρέπει να:

1. Να κατανοήσουν τις ιδιαιτερότητες της Διοίκησης Μάρκετινγκ.
2. Να αναγνωρίζουν και να προσδιορίζουν Αγορές και Πελάτες, τόσο υφιστάμενων όσο και πιθανών.
3. Να χρησιμοποιούν τα εργαλεία του μίγματος Marketing με ουσιαστικό τρόπο, με στόχο να προσφέρουν μεγαλύτερη αξία στους πελάτες.  
Να αναγνωρίζουν τη σημασία της εμπιστοσύνης των πελατών (customer loyalty) και να γνωρίσουν τους διαφορετικούς τρόπους που υπάρχουν στην ικανοποίηση των αναγκών των πελατών.

#### **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*

*Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις*

*Λήψη αποφάσεων*

*Αυτόνομη εργασία*

*Ομαδική εργασία*

*Εργασία σε διεθνές περιβάλλον*

*Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον*

*Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών*

*Σχεδιασμός και διαχείριση έργων*

*Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα*

*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*

- Ομαδική Εργασία
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης
- Λήψη αποφάσεων

### **3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ**

Ενδεικτικές ενότητες:

1. Έννοια και φιλοσοφία του Μάρκετινγκ (ορισμοί, ιδέες, ηθική κλπ.)
2. Το Περιβάλλον του Μάρκετινγκ
3. Εισαγωγή στη Συμπεριφορά του Αγοραστή (Καταναλωτική και Οργανωσιακή)
4. Τμηματοποίηση της αγοράς, επιλογή θέσεων και στόχων (segmentation-targeting-positioning)
5. Εισαγωγή στο Συνδυαστικό Μάρκετινγκ για προϊόντα και υπηρεσίες
6. Μείγμα Μάρκετινγκ
  - Προϊόν
  - Τιμή
  - Διανομή
  - Προώθηση

#### 4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

<p><b>ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ</b> Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.</p>	Πρόσωπο με πρόσωπο																			
<p><b>ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ</b> Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</p>	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας Moodle και E-class																			
<p><b>ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b> Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη &amp; ανάλυση βιβλιογραφίας, Φροντιστήριο, Πρακτική (Τοποθέτηση), Κλινική Άσκηση, Καλλιτεχνικό Εργαστήριο, Διαδραστική διδασκαλία, Εκπαιδευτικές επισκέψεις, Εκπόνηση μελέτης (project), Συγγραφή εργασίας / εργασιών, Καλλιτεχνική δημιουργία, κ.λπ.</p> <p>Αναγράφονται οι ώρες μελέτης του φοιτητή για κάθε μαθησιακή δραστηριότητα καθώς και οι ώρες μη καθοδηγούμενης μελέτης ώστε ο συνολικός φόρτος εργασίας σε επίπεδο εξαμήνου να αντιστοιχεί στα standards του ECTS</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="703 461 1031 528"><b>Δραστηριότητα</b></th> <th data-bbox="1031 461 1361 528"><b>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</b></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="703 528 1031 562">Διαλέξεις</td> <td data-bbox="1031 528 1361 562">36</td> </tr> <tr> <td data-bbox="703 562 1031 757">Ασκήσεις Πράξης που εστιάζουν στην εφαρμογή εννοιών και ανάλυση μελετών περίπτωσης σε μικρότερες ομάδες φοιτητών</td> <td data-bbox="1031 562 1361 757">24</td> </tr> <tr> <td data-bbox="703 757 1031 790">Ομαδική Εργασία</td> <td data-bbox="1031 757 1361 790">50</td> </tr> <tr> <td data-bbox="703 790 1031 824">Αυτοτελής Μελέτη</td> <td data-bbox="1031 790 1361 824">50</td> </tr> <tr> <td data-bbox="703 824 1031 857">Ατομική Εργασία</td> <td data-bbox="1031 824 1361 857">40</td> </tr> <tr> <td data-bbox="703 857 1031 891"></td> <td data-bbox="1031 857 1361 891"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="703 891 1031 925"></td> <td data-bbox="1031 891 1361 925"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="703 925 1031 981"><b>Σύνολο Μαθήματος</b></td> <td data-bbox="1031 925 1361 981"><b>200</b></td> </tr> </tbody> </table>		<b>Δραστηριότητα</b>	<b>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</b>	Διαλέξεις	36	Ασκήσεις Πράξης που εστιάζουν στην εφαρμογή εννοιών και ανάλυση μελετών περίπτωσης σε μικρότερες ομάδες φοιτητών	24	Ομαδική Εργασία	50	Αυτοτελής Μελέτη	50	Ατομική Εργασία	40					<b>Σύνολο Μαθήματος</b>	<b>200</b>
<b>Δραστηριότητα</b>	<b>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</b>																			
Διαλέξεις	36																			
Ασκήσεις Πράξης που εστιάζουν στην εφαρμογή εννοιών και ανάλυση μελετών περίπτωσης σε μικρότερες ομάδες φοιτητών	24																			
Ομαδική Εργασία	50																			
Αυτοτελής Μελέτη	50																			
Ατομική Εργασία	40																			
<b>Σύνολο Μαθήματος</b>	<b>200</b>																			
<p><b>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ</b> Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης</p> <p>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</p> <p>Αναφέρονται ρητά προσδιορισμένα κριτήρια αξιολόγησης και εάν και που είναι προσβάσιμα από τους φοιτητές.</p>	<p>1.Ομαδική Εργασία (50%) με δημόσια παρουσίασής της.</p> <p>Σκοπός αξιολόγησης: Ο έλεγχος των δεξιοτήτων που ανέπτυξαν οι φοιτητές και η ικανότητά τους να σχεδιάζουν και να υλοποιούν μία εργασία ομαδικά. Κριτήρια αξιολόγησης: Ο βαθμός ικανοποίησης των προδιαγραφών που τέθηκαν, η ταξινόμηση, οργάνωση και προσαρμογή του διαθέσιμου υλικού, η δομή και σαφήνεια του γραπτού κειμένου, η οργάνωση και διαχείριση της ομαδικής εργασίας και η παρουσίασή της.</p> <p>2.Γραπτή εξέταση 50%</p>																			

#### 5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

**Ελληνική**

- Πανηγυράκης Γ. (2003) *Στρατηγική Διοίκηση Επώνυμου Προϊόντος, Σταμούλης.*

#### **Ξενόγλωσση**

- *Pride, W., & Odies, C. F. (2014) Foundations of marketing. Cengage Learning.*
- *Kotler, P. & Armstrong, G. (2013). Principles of Marketing 15th Global Edition. Pearson.*
- *Lamb, C., Hair, J. & McDaniel, C. (2010) Marketing. Cengage Learning.*

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά: