**ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ**

1. **ΓΕΝΙΚΑ**

|  |  |
| --- | --- |
| **ΣΧΟΛΗ** | ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ |
| **ΤΜΗΜΑ** | ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ |
| **ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ**  | ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ |
| **ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ** | **305** | **ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ** | **3ο**  |
| **ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ** | ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ |
| **ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ** *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* | **ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ** | **ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ** |
| Διαλέξεις και Ασκήσεις Πράξης | 5 | 5 |
|  |  |  |
|  |  |  |
| *Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο (δ).* |  |  |
| **ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ***γενικού υποβάθρου, ειδικού υποβάθρου, ειδίκευσης* *γενικών γνώσεων, ανάπτυξης δεξιοτήτων* | ΜΕΥ |
| **ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:** |  |
| **ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:** | ΕΛΛΗΝΙΚΗ |
| **ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS**  | Ναι (στην αγγλική) |
| **ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)** |  |

1. **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 αποτελεί βασικό μάθημα των αρχών μάρκετινγκ. Σκοπός του μαθήματος είναι να μυήσει τους σπουδαστές στις έννοιες και τον ρόλο του Μάρκετινγκ σε μια οικονομία αγοράς. Αφετηρία είναι η κατανόηση των εννοιών και η συνέχεια η ως ένα σημείο η εμβάθυνση των διαδικασιών του μάρκετινγκ στην επιχείρηση, στον οργανισμό και εν γένει στην κοινωνία.Περιλαμβάνει θέματα σχετικά με ρόλο του μάρκετινγκ στην κοινωνία αλλά και στις επιχειρήσεις, τη στρατηγικής μάρκετινγκ, με την τμηματοποίηση αγορών, με τη στόχευση αγορών, με την χωροθέτηση προϊόντων, με το άμεσο μάρκετινγκ, με την έρευνα μάρκετινγκ, με τη διαφοροποίηση και καινοτομία. Με την επιτυχή ολοκλήρωση της ενότητας αυτής ο φοιτητής/τρια θα είναι σε θέση: * Να προσδιορίζει το ρόλο του Μάρκετινγκ και να αποτελέσει έναυσμα για περαιτέρω ενασχόληση με το χώρο αυτό.
* Να παράγει αναλυτικές και δημιουργικές δεξιότητες στον τομέα του marketing.
* Να δηλώνει γνώση και κατανόηση θεωρητικών εννοιών.
* Να αναπτύσσει επικοινωνιακές ικανότητες.
* Να αξιολογεί το περιβάλλον του marketing
* Να διακρίνει την κατάλληλη στρατηγική προσέγγιση.
* Να συνθέτει προσωπικές ικανότητες σχετικές με το marketing
* Να συνθέτει και να αξιοποιεί θεμελιώδεις ικανότητες για να αναπτύξει ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα
* Να δημιουργεί τους τρόπους με τους οποίους θα μπορέσει να επιτύχει διατηρήσιμο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην αγορά
* Να δημιουργεί μια επιχείρηση ευέλικτη και ικανή να προσαρμόζεται στις αλλαγές
 |
| **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**……**Άλλες…**…….* |
| * Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις
* Λήψη αποφάσεων
* Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα
* Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης
* Ομαδική εργασία
* Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών
 |

|  |
| --- |
| 1. **ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ**
 |
| * Κατανόηση του ρόλου του Μάρκετινγκ στους οργανισμούς και στην κοινωνία
* Το πακέτο προσφοράς Μάρκετινγκ
* Φιλοσοφία του Μάρκετινγκ
* Έρευνα Μάρκετινγκ, Επικοινωνία Μάρκετινγκ
* Στρατηγικός Σχεδιασμός Εταιρίας και Μάρκετινγκ
* Καταναλωτική συμπεριφορά
* Προσωπική Πώληση
* Άμεσο Μάρκετινγκ
* Τμηματοποίηση αγοράς και αγορά στόχος
* Διαφοροποίηση & Χωροθέτηση στο Μάρκετινγκ
* Παραγωγή νέων προϊόντων
* Γκάμα, μάρκα και συσκευασία προϊόντος
 |

1. **ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ**

|  |  |
| --- | --- |
| **ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ***Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.* | Διδασκαλία στην τάξη και υποστήριξη φοιτητών μέσα από το σύστημα e-learning του Τμήματος |
| **ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ***Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές* | Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία: Λογισμικό Επεξεργασία Κειμένου, Παρουσιάσεων, Υπολογιστικών Φύλλων. Για τη διεξαγωγή των παρουσιάσεων γίνεται χρήση Video projector.Χρήση Τ.Π.Ε. στην Επικοινωνία: Η επικοινωνία με τους φοιτητές επιτυγχάνεται μέσω Ηλεκτρονικού Ταχυδρομείου και της πλατφόρμας e-learning του Τμήματος. |
| **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* |

|  |  |
| --- | --- |
| ***Δραστηριότητα*** | ***Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου*** |
| Διαλέξεις | 20 |
| Ασκήσεις πράξης  | 26 |
| Συγγραφή εργασίας (εργασιών) | 33 |
| Άσκηση πεδίου ή εκπόνηση μελέτης (project) | 13 |
| Αυτοτελής Μελέτη | 33 |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
| Σύνολο Μαθήματος  | ***125*** |

 |
| **ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ** *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.* | Γλώσσα Αξιολόγησης : ΕλληνικάΓραπτή τελική εξέταση (60%) η οποία μπορεί να περιλαμβάνει:Ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής ή σωστού‐λάθους.Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης, και Επίλυση Προβλημάτων.Ερωτήσεις ανάπτυξης.Εξέταση μελέτης περίπτωσης.Σκοπός αξιολόγησης: Ο έλεγχος κατανόησης των βασικών στοιχείων του μαθήματος.Κριτήρια αξιολόγησης: Η ορθότητα, η πληρότητα, η σαφήνεια και η κριτική αξιολόγηση των απαντήσεων.Εργασία (30 %). Επιλογή ενός εκ των διδασκόντων πεδίων του Μάρκετινγκ.Σκοπός αξιολόγησης: Ο έλεγχος των δεξιοτήτων που ανέπτυξαν οι σπουδαστές σε εργαλεία και υπηρεσίες που σχετίζονται με το Μαρκετινγκ και η ικανότητά τους να σχεδιάζουν και να υλοποιούν ένα έργο.Κριτήρια αξιολόγησης: o βαθμός ικανοποίησης των παρακάτω : Ανάπτυξη των διαπραγματευτικών και ηγετικών ικανοτήτων, επίδειξη δημιουργικής σκέψης στην επίλυση των προβλημάτων, στοιχεία αμφίδρομης επικοινωνίας, κατάλληλη οργάνωση και διαχείριση του χρόνου και των προδιαγραφών που τέθηκαν, η γραπτή έκθεση, το περιεχόμενο, ο σχεδιασμός και η παρουσίαση αυτής.Παρουσίαση Εργασίας (10 %).Σκοπός αξιολόγησης: Η δημόσια παρουσίαση της εργασίας σε κοινό Κριτήρια αξιολόγησης: Η χρήση σύγχρονου λογισμικού παρουσιάσεων, συμπεράσματα και θέσεις ομάδας σε ερευνητικά ερωτήματα, ορθό τόνο και σαφή ειρμό κατάλληλα για παρουσίαση, ετοιμότητα και πληρότητα απαντήσεων στις ερωτήσεις και τα σχόλια του κοινού. |

1. **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

|  |
| --- |
| *- Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:** Δ. Πασχαλούδης «Μάρκετιγκ. Όσα πρέπει να γνωρίζετε και δεν έχετε ρωτήσει», εκδόσεις Κριτική
* Τζωρτζάκης Κώστας , Τζωρτζάκη Αλεξία Μαίρη**,** Αρχές Μάρκετινγκ, Εκδόσεις Rosili, 2008

*- Συναφή επιστημονικά περιοδικά:** Marketing strategy/methods
* Pricing
* Distribution channels & markets
* Internationalmarketing
* European Journal of marketing
* Marketing intelligence & Planning
* Australian Marketing Journal
* Harvard Business Review
* Management Decision
 |