

**DLABSM457-ΠΡΟΧΩΡΗΜΕΝΑ ΘΕΜΑΤΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ**

Τίτλος μαθήματος	<b>ΠΡΟΧΩΡΗΜΕΝΑ ΘΕΜΑΤΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ</b>				
Κωδικός μαθήματος	<b>DLABSM457</b>				
Κατηγορία μαθήματος	<b>Υποχρεωτικό</b>				
Επίπεδο	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ				
Έτος/ Εξάμηνο	1 <sup>ο</sup> Εξάμηνο / Εαρινό				
Όνομα διδάσκοντα					
ECTS	10	Διαλέξεις / Βδομάδα	13	Εργαστήριο / Βδομάδα	13
Σκοπός και στόχοι μαθήματος	<p>Το μάθημα αυτό έχει ως στόχο να παρέχει στους φοιτητές τις απαραίτητες γνώσεις και την κατανόηση σχετικά με τα ακόλουθα θέματα:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Τι είναι η διοίκηση του μάρκετινγκ</li> <li>• Ανάπτυξη διορατικότητας στο μάρκετινγκ</li> <li>• Οι σχέσεις με τους πελάτες</li> <li>• Δημιουργία ισχυρής μάρκας</li> <li>• Δημιουργία αξίας</li> <li>• Παροχή αξίας</li> <li>• Γνωστοποίηση της αξίας</li> <li>• Υπεύθυνο μάρκετινγκ για μακροπρόθεσμη επιτυχία</li> </ul>				
Μαθησιακά αποτελέσματα	<p>Με την ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές θα είναι σε θέση να:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ορίζουν τι είναι η διοίκηση του μάρκετινγκ</li> <li>• Συγκεντρώνουν πληροφορίες και προβλέπουν την ζήτηση</li> <li>• Γνωρίζουν τις βασικές αρχές για έρευνα μάρκετινγκ</li> <li>• Δημιουργούν μακροπρόθεσμες σχέσεις με τους πελάτες</li> <li>• Αναλύουν και αξιοποιούν καταναλωτικές, επιχειρηματικές και παγκόσμιες αγορές</li> <li>• Αναγνωρίζουν τμήματα της αγοράς</li> <li>• Πως να τοποθετούν στρατηγικά τη μάρκα</li> <li>• Δημιουργούν περιουσιακή αξία μάρκας</li> <li>• Αντιμετωπίζουν τον ανταγωνισμό και να προωθούν την ανάπτυξη μάρκας</li> <li>• Καθορίζουν τη στρατηγική προϊόντος και υπηρεσιών</li> <li>• Παρουσιάζουν νέες προσφορές στην αγορά</li> <li>• Σχεδιάζουν και να διαχειρίζονται κανάλια μάρκετινγκ</li> <li>• Διαχειρίζονται κανάλια επικοινωνίας</li> </ul>				
Προ-απαιτούμενα		Συν-απαιτούμενα			
Περιεχόμενο μαθήματος	Εβδομάδα 1: <b>Θεμέλια της Συμπεριφοράς Καταναλωτή</b>				

	<p>Εβδομάδα 2: <b>Εσωτερικές επιρροές στη συμπεριφορά του καταναλωτή</b></p> <p>Εβδομάδα 3 &amp; 4: <b>Εσωτερικές επιρροές στη συμπεριφορά του καταναλωτή</b></p> <p>Εβδομάδα 5 &amp; 6: <b>Δημιουργία ισχυρής μάρκας</b></p> <p>Εβδομάδα 7 &amp; 8: <b>Η Δημιουργία αξίας</b></p> <p>Εβδομάδα 9 &amp; 10: <b>Παροχή αξίας</b></p> <p>Εβδομάδα 11 &amp; 12: <b>Γνωστοποίηση αξίας</b></p> <p>Εβδομάδα 13: <b>Υπεύθυνο μάρκετινγκ</b></p>
Μέθοδοι Διδασκαλίας	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Διαλέξεις με μορφή βίντεο: διαλέξεις μέσω βίντεο μικρής διάρκειας (το κάθε βίντεο είναι διάρκειας μέχρι και 20 λεπτά).</li> <li>• Παρουσιάσεις με σημειώσεις: Παρουσιάσεις σε μορφή PowerPoint με επεξηγηματικές σημειώσεις για καλύτερη παρουσίαση του περιεχομένου και βελτίωση του βαθμού κατανόησης του φοιτητή.</li> <li>• Παρουσιάσεις με αφήγηση.</li> <li>• Διαδραστικές παρουσιάσεις.</li> <li>• Σημειώσεις διδάσκοντα</li> <li>• Εργασίες κατά τη διάρκεια του εξαμήνου</li> <li>• Διαδικτυακή αλληλεπίδραση: Κατά τη διάρκεια του εξαμήνου θα πραγματοποιούνται διαδικτυακές συναντήσεις ανάμεσα στο ακροατήριο και τον διδάσκοντα για συζήτηση επί του περιεχομένου, επίλυση αποριών και αξιολόγηση εργασιών, φόρουμ γνωριμίας, φόρουμ αποριών, φόρουμ ερωτημάτων συμμετοχής.</li> </ul>
Βιβλιογραφία	<p><b>Κύρια διδακτικά εγχειρίδια</b></p> <p>Βιβλίο 1: Kotler, P. &amp; Keller, K. L. (2017) Μάρκετινγκ Μάνατζμεντ - 15η Αμερικανική έκδοση. Αθήνα, Εκδόσεις Κλειδάριθμος.</p> <p>Βιβλίο 2: Jobber, D. &amp; Lancaster, G. (2005) Οργάνωση και διοίκηση πωλήσεων. Αθήνα, Εκδόσεις Κλειδάριθμος.</p> <p>Η ύλη από το προτεινόμενο διδακτικό εγχειρίδιο που θα σχετίζεται</p>

	<p>με την κάθε επιμέρους ενότητα, θα αναφέρεται σαφώς.</p> <p><b>Επιπρόσθετη βιβλιογραφία</b></p> <p>Βιβλίο 3: Solomon, R. M. (2018) Συμπεριφορά Καταναλωτή: Αγοράζοντας, έχοντας και ζώντας, 11η Έκδοση Βελτιωμένη. Θεσσαλονίκη, Εκδόσεις Τζιόλα.</p> <p>Βιβλίο 4: Αυλωνίτης, Γ. &amp; Σταθακόπουλος, Β. (2008) Αποτελεσματική οργάνωση και διοίκηση πωλήσεων. Αθήνα, Εκδόσεις Σταμούλη Α.Ε.</p> <p>Βιβλίο 5: Διακομανώλης, Κ. (2008) Η Επιστήμη των πωλήσεων. Αθήνα, Εκδόσεις Σταμούλη Α.Ε.</p>
Αξιολόγηση	<p>Η τυπική αξιολόγηση του μαθήματος περιλαμβάνει:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Συνεχή αξιολόγηση <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 10% του συνολικού βαθμού του μαθήματος για ενεργό συμμετοχή στις δραστηριότητες δυναμικής διαδικτυακής αλληλεπίδρασης</li> <li>○ 30% του συνολικού βαθμού του μαθήματος για γραπτές εργασίες, ενδιάμεσες εξετάσεις, δραστηριότητες και ασκήσεις <ul style="list-style-type: none"> <li>• Τελική εξέταση (60% του συνολικού βαθμού του μαθήματος)</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>
Γλώσσα	Ελληνική