

ΠΕΡΙΓΡΑΦΜΑ ΘΕΜΑΤΙΚΗΣ ΕΝΟΤΗΤΑΣ MARKETING

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ	ΔΕΟ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΤΥΧΙΑΚΕΣ ΣΠΟΥΔΕΣ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΕΟ23	ΕΤΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ	2 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Μάρκετινγκ Ι		
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>		ΩΡΕΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
Εβδομαδιαίες ώρες φόρτου		16-18	20
Ετήσιες ώρες φόρτου		512 -576	
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ <i>Υποβάθρου , Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων</i>	Προπτυχιακού Υπόβαθρου, Επιστημονικής Περιοχής, Υποχρεωτική		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-----		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	ΕΛΛΗΝΙΚΑ		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	https://www.eap.gr/education/undergraduate/business-organizational-management/business-organizational-management-topics/#deo23 Κάθε ΘΕ έχει επιπλέον τον δικό της χώρο στον ψηφιακό χώρο εκπαίδευσης του ΕΑΠ (http://study.eap.gr), με ελεγχόμενη πρόσβαση (χρήση κωδικού) για φοιτητές και διδακτικό προσωπικό.		

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα <i>Περιγράφονται τα μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος οι συγκεκριμένες γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες καταλλήλου επιπέδου που θα αποκτήσουν οι φοιτήτριες/τές μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος.</i> <i>Συμβουλευτείτε το Παράρτημα Α</i>
--

- 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

Μετά την ολοκλήρωση της θεματικής ενότητας, οι φοιτήτριες/τές θα είναι σε θέση να κατανοήσουν τις βασικές αρχές του μάρκετινγκ και να εξοικειωθούν με το σύνολο των διεργασιών και λειτουργιών του μάρκετινγκ αποκτώντας μία συνολική εικόνα του πεδίου αυτού.

Ειδικότερα, ολοκληρώνοντας το γνωστικό αντικείμενο **Βασικές Αρχές Μάρκετινγκ** της Θεματικής Ενότητας ΔΕΟ23, οι φοιτήτριες/τές θα είναι σε θέση να,

- κατανοήσουν τις βασικές αρχές του μάρκετινγκ
- γνωρίσουν σε βάθος την ιδεολογία του μάρκετινγκ
- πραγματοποιούν ανάλυση μακρο- και μικρο-περιβάλλοντος μάρκετινγκ
- αντιλαμβάνονται τις έννοιες της τμηματοποίησης - στόχευσης – τοποθέτησης
- αναλύουν τα μείγματα προϊόντος, τιμής, διανομής και προβολής
- κατανοήσουν το μείγμα προϊόντος, την ταξινόμηση και την ανάπτυξη νέων προϊόντων
- γνωρίσουν σε βάθος τα στάδια του κύκλου ζωής προϊόντος
- εφαρμόσουν πολιτική μείγματος προϊόντος και επωνύμου προϊόντος
- αναπτύσσουν στρατηγικές και πολιτικές διανομής, προβολής και τιμολόγησης προϊόντος

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του γνωστικού αντικείμενου **Συμπεριφορά Καταναλωτή** της Θεματικής Ενότητας ΔΕΟ23, οι φοιτήτριες/τές θα είναι σε θέση να,

- καταλάβουν τις βασικές αρχές της συμπεριφοράς καταναλωτή
- κατανοήσουν τις επιδράσεις του περιβάλλοντος στη συμπεριφορά καταναλωτή
- γνωρίσουν εναλλακτικά μοντέλα εξήγησης της συμπεριφοράς κατά την αγοραστική διαδικασία
- αντιληφθούν τους διαφορετικούς αγοραστικούς ρόλους των καταναλωτών
- μάθουν τις φάσεις της διαδικασίας λήψης αγοραστικών αποφάσεων
- κατανοήσουν τους τρόπους ανάμειξης/συμμετοχής των καταναλωτών στην αγοραστική διαδικασία
- καταλάβουν την αντιληπτική διαδικασία των καταναλωτών
- γνωρίσουν τους παράγοντες μάθησης των καταναλωτών
- αντιληφθούν τα κίνητρα των καταναλωτών
- αναλύσουν θεωρίες διαμόρφωσης στάσεων
- εξοικειωθούν με υποδείγματα μέτρησης στάσεων και τις επιπτώσεις τους στις πολιτικές μάρκετινγκ

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του γνωστικού αντικείμενου **Έρευνα Μάρκετινγκ** της Θεματικής Ενότητας ΔΕΟ23, οι φοιτήτριες/τές θα είναι σε θέση να λάβουν τις βέλτιστες αποφάσεις σε θέματα μάρκετινγκ με την αξιοποίηση των κατάλληλων πληροφοριών. Ειδικότερα:

- Να κατανοήσουν την σχέση ανάμεσα στην έρευνα μάρκετινγκ και τη διαδικασία λήψης αποφάσεων
- Να αξιολογήσουν και να διενεργήσουν ολοκληρωμένα προγράμματα έρευνας μάρκετινγκ

- Να αξιοποιούν τις διαθέσιμες πληροφορίες έτσι ώστε να λαμβάνουν τις βέλτιστες αποφάσεις σε θέματα που αφορούν το μάρκετινγκ
- Να κατανοήσουν ότι η αποτελεσματική λειτουργία μάρκετινγκ επιτυγχάνεται με την αξιοποίηση «καλών» πληροφοριών
- Να εισαχθούν στη νέα προσέγγιση στα πληροφοριακά συστήματα μάρκετινγκ
- Να αντιληφθούν πως η έρευνα μάρκετινγκ αξιοποιεί σύγχρονες και επιστημονικές μεθόδους και προσεγγίσεις
- Να αναλύσουν τα πέντε [5] βήματα στην έρευνα μάρκετινγκ (ορισμός του προβλήματος, ανάλυση υφιστάμενης κατάστασης, συλλογή δεδομένων, ερμηνεία δεδομένων, επίλυση προβλήματος)

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του γνωστικού αντικείμενου **Μάρκετινγκ Υπηρεσιών** της Θεματικής Ενότητας ΔΕΟ23, οι φοιτήτριες/τές θα είναι σε θέση να,

- κατανοήσουν τις βασικές αρχές του μάρκετινγκ υπηρεσιών
- αντιληφθούν τις διαφορές μεταξύ του μάρκετινγκ προϊόντων και του μάρκετινγκ υπηρεσιών
- καταλάβουν τις προσεγγίσεις μέτρησης της ποιότητας των υπηρεσιών
- κατανοήσουν διάφορα πρότυπα της εξυπηρέτησης του πελάτη
- μάθουν το ρόλο και τη σημασία των εργαζομένων στις επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών
- επιλέξουν μέθοδο οργάνωσης των διαδικασιών εξυπηρέτησης για τη διαμόρφωση της εμπειρίας του πελάτη
- επιλέγουν τρόπους διοίκησης του χαρτοφυλακίου των προϊόντων επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών
- περιγράψουν στρατηγικές σηματοποίησης υπηρεσιών και στρατηγικές τοποθέτησης
- αναπτύσσουν σενάρια επιτυχίας καινοτομικών υπηρεσιών
- κατανοήσουν τον ρόλο της τιμολογιακής στρατηγικής για επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών
- αντιληφθούν τις ιδιαιτερότητες των επικοινωνιακών στρατηγικών για εταιρείες παροχής υπηρεσιών
- εξοικειωθούν με τα κρίσιμα συστατικά της επικοινωνιακής καμπάνιας
- προσδιορίζουν τις αποφάσεις που σχετίζονται με την οργάνωση της διανομής

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

Οι γενικές ικανότητες που αναμένεται να κατακτήσουν οι φοιτήτριες/τές μετά την ολοκλήρωση της Θεματικής Ενότητας ΔΕΟ23 είναι οι εξής:

- Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών για τη σύνταξη των τεσσάρων εργασιών της θεματικής ενότητας
- Αυτόνομη εργασία με σκοπό τη συγγραφή των εργασιών της θεματικής ενότητας
- Λήψη αποφάσεων σε θέματα μάρκετινγκ και εταιρικής στρατηγικής
- Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής βάσει της ανατροφοδότησης που παρέχεται σε κάθε φοιτητή ξεχωριστά
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης
- Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΘΕΜΑΤΙΚΗΣ

Βασικός σκοπός της Θεματικής Ενότητας είναι να:

- Παρουσιάσει τη φιλοσοφία και τη λειτουργία του Μάρκετινγκ στο πλαίσιο της Διοίκησης Επιχειρήσεων,
- Προχωρήσει στην ανάλυση των βασικών εννοιών μέσω των οποίων εκφράζεται και υλοποιείται το Μάρκετινγκ και ιδιαίτερα της καταναλωτικής συμπεριφοράς,
- Συστηματοποιήσει σε εννοιολογικό και πρακτικό επίπεδο τις λειτουργίες διανομής και των πωλήσεων,
- Εμβαθύνει στην παρουσίαση και ανάλυση ενός «κλάδου» του Μάρκετινγκ, του Μάρκετινγκ Υπηρεσιών που εμφανίζει ιδιαιτερότητες και ταυτόχρονα έχει μεγάλη πρακτική σημασία στον κόσμο των επιχειρήσεων και οργανισμών,
- Αναλύσει και να τονίσει το ρόλο της Έρευνας Μάρκετινγκ στη σύγχρονη πρακτική του Μάρκετινγκ.

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ <i>Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.</i>	Εξ αποστάσεως εκπαίδευση με διεξαγωγή πέντε Ομαδικών Συμβουλευτικών Συναντήσεων (ΟΣΣ) κατά τη διάρκεια του ακαδημαϊκού έτους σε Σαββατοκύριακα. Κάθε Ομαδική Συμβουλευτική Συνάντηση είναι τετράωρη και μπορεί να είναι είτε πρόσωπο με πρόσωπο είτε ηλεκτρονική. Στις ΟΣΣ ή/και στις εργασίες χρησιμοποιούνται: 5. εργαλεία απομακρυσμένων συναντήσεων (zoom, webex), 6. λογισμικά παρουσίασης (τύπου powerpoint), Επιπλέον, οι φοιτήτριες/τές χρησιμοποιούν εργαλεία αυτοματισμού γραφείου, φυλλομετρητές ιστού (webbrowser) καθώς και e-reader για ψηφιακά βιβλία.
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ <i>Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση,</i>	Σε κάθε Ομαδική Συμβουλευτική Συνάντηση γίνεται χρήση Τ.Π.Ε.

στην Επικοινωνία με τους φοιτητές															
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 ώστε ο συνολικός φόρτος εργασίας σε επίπεδο εξαμήνου να αντιστοιχεί στα standards του ECTS	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="695 264 1036 338">Δραστηριότητα</th><th data-bbox="1044 264 1344 338">Φόρτος Εργασίας Έτους</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="695 338 1036 373">5 ΟΣΣ (x 4 ώρες)</td><td data-bbox="1044 338 1344 373">20</td></tr> <tr> <td data-bbox="695 373 1036 485">Διαδραστική Διδασκαλία αυτοαξιολόγησης φοιτητή (ΕΔΥ)</td><td data-bbox="1044 373 1344 485">16</td></tr> <tr> <td data-bbox="695 485 1036 558">Εκπόνηση Εργασιών (4 εργασίες x 14 ώρες)</td><td data-bbox="1044 485 1344 558">56</td></tr> <tr> <td data-bbox="695 558 1036 594">Εξετάσεις</td><td data-bbox="1044 558 1344 594">3</td></tr> <tr> <td data-bbox="695 594 1036 630">Ατομική μελέτη</td><td data-bbox="1044 594 1344 630">417-481</td></tr> <tr> <td data-bbox="695 630 1036 703">Σύνολο φόρτου ΘΕ (ώρες)</td><td data-bbox="1044 630 1344 703">512-576</td></tr> </tbody> </table>	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Έτους	5 ΟΣΣ (x 4 ώρες)	20	Διαδραστική Διδασκαλία αυτοαξιολόγησης φοιτητή (ΕΔΥ)	16	Εκπόνηση Εργασιών (4 εργασίες x 14 ώρες)	56	Εξετάσεις	3	Ατομική μελέτη	417-481	Σύνολο φόρτου ΘΕ (ώρες)	512-576
Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Έτους														
5 ΟΣΣ (x 4 ώρες)	20														
Διαδραστική Διδασκαλία αυτοαξιολόγησης φοιτητή (ΕΔΥ)	16														
Εκπόνηση Εργασιών (4 εργασίες x 14 ώρες)	56														
Εξετάσεις	3														
Ατομική μελέτη	417-481														
Σύνολο φόρτου ΘΕ (ώρες)	512-576														
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.	Εκπόνηση τεσσάρων γραπτών εργασιών στα Ελληνικά κατά τη διάρκεια του ακαδημαϊκού έτους. Ο μέσος όρος των βαθμών των ΓΕ συμμετέχει στη διαμόρφωση του τελικού βαθμού της ΘΕ κατά 30%, εφόσον υπάρξει προβιβάσιμος βαθμός στις τελικές ή επαναληπτικές εξετάσεις. Ο βαθμός των γραπτών εξετάσεων συμμετέχει στη διαμόρφωση του τελικού βαθμού της ΘΕ κατά 70%. Η Τελική Εξέταση γίνεται με 4 ερωτήσεις από τις οποίες οι φοιτήτριες/τές πρέπει να επιλέξουν και να απαντήσουν 3. Οι ερωτήσεις αφορούν σε μελέτες περιπτώσεων τις οποίες οι φοιτήτριες/τές καλούνται να επιλύσουν. Υπάρχουν όλα τα κριτήρια αξιολόγησης της ΓΕ στην εκφώνηση κάθε γραπτής εργασίας αλλά είναι και αναρτημένα (στο study).														

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- Κωδ. Εύδοξος: 13256966, Βασικές αρχές Μάρκετινγκ: μια στρατηγική προσέγγιση, 2η έκδοση, 2021, Εκδόσεις BROKEN HILL PUBLISHERS, Perreault W., Cannon J., & McCarthy E. J.
- Κωδ. Εύδοξος: 41963319, Μάρκετινγκ Υπηρεσιών, 3η έκδοση, Εκδόσεις Rossili, 2014, Γούναρης Σ. & Καραντινού Κ.
- Ο τόμος Έρευνα Μάρκετινγκ (Γ' Τόμος ΕΑΠ ΔΕΟ33)

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- 1) *Journal of Marketing* <https://journals.sagepub.com/home/jmx>
- 2) *Journal of Marketing Research* <https://journals.sagepub.com/home/mrj>
- 3) *Journal of International Marketing* <https://journals.sagepub.com/home/jig>

Επιπλέον συμπληρωματικό ψηφιακό υλικό βρίσκεται μέσα στην πλατφόρμα μελέτης (study).

Για τα τελευταία τέσσερα(4) χρόνια είναι αναρτημένα στο δικτυακό χώρο της ΔΕΟ23 στο study τα ακόλουθα:

Τα θέματα των εξετάσεων καθώς και οι απαντήσεις τους.

Προπαρασκευαστικές ερωτήσεις για τις εξετάσεις με τις απαντήσεις τους.

Τα θέματα των Γραπτών Εργασιών με τις απαντήσεις τους.

Στην ιστοσελίδα του ΕΑΠ όσο και στο study είναι επίσης αναρτημένες οι δημοσιεύσεις των μελών ΣΕΠ του προγράμματος ΔΕΟ23, τα συνέδρια στα οποία έχουν συμμετάσχει αλλά και τα ερευνητικά δοκίμια τα οποία έχουν συγγράψει τα τελευταία πέντε (5) χρόνια.