



Περιγραφή Μαθήματος

1. Τίτλος Μαθήματος	Διεύθυνση Μάρκετινγκ
2. Κωδικός Μαθήματος	ΔΜΚ 102
3. Τύπος Μαθήματος (Υποχρεωτικό/ Ειδίκευση)	Υποχρεωτικό
4. Επίπεδο Μαθήματος	Μεταπτυχιακό
5. Έτος Σπουδών	1 ^ο
6. Ενότητα	1 ^η
7. Πιστωτικές Μονάδες (ECTS)	7
8. Όνομα Διδάσκουσας	Δρ Ντάινα Νικολάου
9. Μαθησιακά Αποτελέσματα	
Με την ολοκλήρωση του μαθήματος ο/η φοιτητής/τρια θα είναι σε θέση:	
<u>Γνώση</u>	
• Να περιγράφει τη διαδικασία σχεδιασμού ενός πλάνου μάρκετινγκ	
<u>Εφαρμογή</u>	
• Να εφαρμόζει πρακτικά τη γνώση μέσω της δημιουργίας πλάνου για μια εταιρεία	
<u>Σύνθεση</u>	
• Να οργανώνει την ανάλυση της υφιστάμενης κατάστασης μιας επιχείρησης και να προτείνει ανάλογες στρατηγικές μάρκετινγκ	
<u>Κατανόηση</u>	
• Να αναγνωρίζει τους παράγοντες που επηρεάζουν τους πελάτες στην αγοραστική τους	

απόφαση <u>Ανάλυση</u> • Να επιχειρηματολογεί ως προς τη χρήση συγκεκριμένων στρατηγικών με βάση τα δεδομένα μιας επιχείρησης <u>Αξιολόγηση</u> • Να αξιολογεί την πορεία μιας επιχείρησης και την αποτελεσματικότητα του μάρκετινγκ της
10. Τρόπος Παράδοσης
Πρόσωπο με Πρόσωπο
11. Προ-απαιτούμενα και Συν-απαιτούμενα
Δεν υπάρχουν
12. Συνιστώμενες Προαιρετικές Εκπαιδευτικές Συνιστώσες του Προγράμματος Σπουδών
Δεν υπάρχουν
13. Περιεχόμενο Μαθήματος (Στόχος, Περιεχόμενο)
<u>Στόχος:</u> Να εισαγάγει τους συμμετέχοντες στη θεωρία και εφαρμογές του σύγχρονου μάρκετινγκ. <u>Περιεχόμενο:</u> Εισαγωγή, Σημασία και Ορισμοί Εφαρμογές Μάρκετινγκ στο Σήμερα Ανάπτυξη Στρατηγικής και Σχεδίων Μάρκετινγκ Έλεγχος Περιβάλλοντος Αξία, Ικανοποίηση και Πιστότητα Πελάτη

Ανάλυση Καταναλωτικών και Επιχειρηματικών Αγορών

Τμηματοποίηση και Στόχευση Αγορών

Τοποθέτηση

Ανάλυση και Αντιμετώπιση Ανταγωνισμού

Στρατηγική Προϊόντος και Υπηρεσιών

Ανάπτυξη Στρατηγικών και Προγραμμάτων Τιμολόγησης

Σχεδιασμός και Διαχείριση Δικτύων Αξίας και Καναλιών

Επικοινωνίες Μάρκετινγκ

Διοίκηση Οργανισμού Ολιστικού Μάρκετινγκ

14. Συνιστώμενη ή Απαιτούμενη Βιβλιογραφία

Kotler, Philip και Keller, Kevin Lane (2008) Μάρκετινγκ Μάνατζμεντ, Αθήνα: Κλειδάριθμος
μετάφραση από:

Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane (2014) Marketing Management, 15th Ed., Prentice Hall

15. Σχεδιασμένες Μαθησιακές Δραστηριότητες και Διδακτικές Μέθοδοι

Διαλέξεις

Άρθρα

Μελέτες περιπτώσεων

Συνομιλίες & Συναντήσεις

Επεξήγηση και ατομική βοήθεια στην κατανόηση

Ενδεδειγμένη μελέτη της βιβλιογραφίας και παρεμφερών πηγών

16. Μέθοδοι Αξιολόγησης και Κριτήρια	
Παρουσία και Συμμετοχή	(10%)
Εργασία	(30%)
Τελική Εξέταση	(60%)
17. Γλώσσα Διδασκαλίας	
Ελληνικά	
18. Πρακτική Άσκηση	
Όχι	