

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

(1) ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗΣ ΣΧΕΔΙΑΣΗΣ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	9005	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	9
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Διαλέξεις και Ασκήσεις Πράξης	4	5	
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΙΔΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ / ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	Δεν υπάρχουν		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	https://eclass.uniwa.gr/courses/IDPE189/		

(2) ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<p>Το μάθημα έχει σχεδιασθεί έτσι ώστε να βοηθήσει τους φοιτητές στην κατανόηση της έννοιας, της φιλοσοφίας και του ρόλου του Μάρκετινγκ στο σύγχρονο επιχειρηματικό γίγνεσθαι. Το μάθημα αποβλέπει στην εξοικείωση των φοιτητών με τις διεργασίες, μεθόδους και τεχνικές του Μάρκετινγκ όπως ο Στρατηγικός Σχεδιασμός της Επιχείρησης, ο Σχεδιασμός και η Διαδικασία του Μάρκετινγκ, η Έρευνα Αγοράς και η Συμπεριφορά του Καταναλωτή, η Τμηματοποίηση, η Στόχευση, η Τοποθέτηση, οι Στρατηγικές του Προϊόντος, Τιμολόγησης, Διανομής και Προώθησης - Επικοινωνίας.</p> <p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος ο φοιτητής / -τρια θα είναι σε θέση να:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Κατανοεί τη φιλοσοφία τις βασικές έννοιες και γενικές αρχές του μάρκετινγκ και της σημασίας του στη λειτουργία και ανάπτυξη των επιχειρήσεων. 2. Αντιλαμβάνεται ταχύτατα το σύνολο των διεργασιών και λειτουργιών του μάρκετινγκ. 3. Αναγνωρίζει τα στοιχεία του περιβάλλοντος του μάρκετινγκ και εξηγεί τον τρόπο λήψης αποφάσεων. 4. Αξιολογεί κατάλληλα, ανά περίπτωση, στρατηγικές και μίγμα μάρκετινγκ με στόχο την ικανοποίηση του πελάτη. 5. Κατανοεί την όλη διαδικασία του μάρκετινγκ σε συνάρτηση με τα ηθικά ζητήματα που ανακύπτουν και προτείνει κατάλληλα μέτρα. 6. Αξιοποιεί θεωρητικές γνώσεις και πρακτικές στην εκπόνηση ενός ολοκληρωμένου σχεδίου μάρκετινγκ για λογαριασμό μιας επιχείρησης.
Γενικές Ικανότητες

- Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών
- Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις
- Λήψη αποφάσεων
- Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα
- Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου
- Αυτόνομη εργασία
- Ομαδική εργασία
- Σχεδιασμός και διαχείριση έργων
- Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης για την ανάπτυξη νέων στρατηγικών προσεγγίσεων.
- Εργασία σε διεθνές περιβάλλον

(3) ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. Εισαγωγικές Έννοιες και Ορισμοί,
2. Περιβάλλον Μάρκετινγκ,
3. Βασικές Έννοιες Συμπεριφοράς Καταναλωτή και Αγοραστή,
4. Σύστημα Πληροφόρησης Μάρκετινγκ και Έρευνα Μάρκετινγκ,
5. Τμηματοποίηση Αγοράς, Αξιολόγηση Ελκυστικότητας Τμημάτων της Αγοράς,
6. Στόχευση και Τοποθέτηση,
7. Μείγμα Μάρκετινγκ,
8. Προϊόν, Κύκλος Ζωής Προϊόντος,
9. Διανομή,
10. Τιμολόγηση,
11. Ολοκληρωμένες Επικοινωνίες Μάρκετινγκ,
12. Στρατηγικός Σχεδιασμός Μάρκετινγκ.

(4) ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Πρόσωπο με πρόσωπο (Διαλέξεις).
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Διδασκαλία με χρήση Τ.Π.Ε., Εργαστηριακή Εκπαίδευση με χρήση Τ.Π.Ε., Ηλεκτρονική Επικοινωνία και Υποβολή Εργασιών. <ul style="list-style-type: none"> • Υποστήριξη μαθησιακής διαδικασίας και επικοινωνίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class • Χρήση διαδικτύου για επίδειξη μελετών περίπτωσης

ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	40
	Ασκήσεις Πράξης με εστίαση στην εφαρμογή μεθοδολογιών και ανάλυση μελετών περίπτωσης σε θεματολογία συναφή με τις διδαχθείσες ενότητες σε ομάδες φοιτητών	29
	Μελέτη και Προετοιμασία Παρουσίασης Περιπτώσεων	21
	Αυτοτελής Μελέτη	60
	Σύνολο Μαθήματος (30 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)	150
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	<p>Γλώσσα Αξιολόγησης: Ελληνική</p> <p>Μέθοδοι Αξιολόγησης:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Τεστ Προόδου: 15%. Το τεστ προόδου περιλαμβάνει αποκλειστικά ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής. • Υποχρεωτική σύνταξη εργασιών σχετικών με τις μελέτες περιπτώσεων και παρουσίαση αυτών: 35%. • Γραπτή τελική Εξέταση: 50%. Η γραπτή εξέταση περιλαμβάνει ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής και ερωτήσεις σύντομης ανάπτυξης με στόχο τη συγκριτική αξιολόγηση στοιχείων θεωρίας. 	

(5) ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:

1. Cannon P. Joseph, McCarthy E. Jerome, Perreault D. William. Jr. (2011). *Marketing: Μια Στρατηγική Προσέγγιση*, 1^η έκδοση., Διαθέτης (Εκδότης) BROKEN HILL PUBLISHERS LTD. ISBN: 9789604891504.
2. Kotler, Philip και Keller, Kevin Lane (2017). *Μάρκετινγκ Μάνατζμεντ*. 15^η Αμερικανική έκδοση/2017, Αθήνα: Εκδόσεις Κλειδάριθμος. ISBN: 9789604617968.
3. Σιώμκος Ι. Γεώργιος (2018). *Στρατηγικό Μάρκετινγκ 5^η έκδοση/2018*, Διαθέτης (Εκδότης): BROKEN HILL PUBLISHERS LTD. ISBN: 9789925563685.
4. Πασχαλούδης Δημήτριος (2018). *Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ*, Έκδοση: 1^η, ΕΚΔΟΣΕΙΣ Α. ΤΖΙΟΛΑ & ΥΙΟΙ Α.Ε. ISBN: 9789604187980.
5. Παντουβάκης, Άγγελος, Σιώμκος, Γεώργιος και Χρήστου, Ευάγγελος (2015). *Μάρκετινγκ*, Αθήνα: Εκδοτικός Οίκος Α.Α. Λιβάνη. ISBN: 9789601429601.
6. Μάλλιαρης, Πέτρος (2012). *Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ*. 4^η έκδοση. Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη. ISBN: 9789603519188.
7. Armstrong, G. and Kotler, P. (2009). *Εισαγωγή στο μάρκετινγκ*, Εκδ. Επίκεντρο (9^η έκδοση). ISBN: 9789604582014.

8. Τομάρας, Π. (2009). *Εισαγωγή στο μάρκετινγκ και την έρευνα αγοράς*, Εκδ. Ιδιωτική (4^η έκδοση). ISBN: 9609067409.
9. Σιώμκος Γεώργιος, Τσιάμης Ιωάννης, Φωτιάδης Θωμάς, *High-Tech και Βιομηχανικό Μάρκετινγκ*, (2019), Διαθέτης (Εκδότης): BROKEN HILL PUBLISHERS LTD. ISBN: 9789925575688.
10. Σιώμκος Γεώργιος, Φωτιάδης Θωμάς (2020), *Βιομηχανικό Μάρκετινγκ*, 1^η έκδοση Διαθέτης (Εκδότης): BROKEN HILL PUBLISHERS LTD, ISBN: 9789925588022.
11. Porter, Michael (1980). *Competitive Strategy*. New York: The Free Press.
12. Levitt, Theodore (1960). *Marketing Myopia*. Harvard Business Review **38**(4): 45–56.

- Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

Journal of Marketing

Journal of Marketing Research

European Journal of Marketing

Journal of Academy of Marketing Science

Journal of Marketing Management

Journal of Services Marketing

Industrial Marketing Management

Journal of Customer Behaviour

International Marketing Review

- Ιστοσελίδες:

www.ama.org (American Marketing Association)

www.emac.org (European Marketing Academy)

<http://elam.gr/> (Ελληνική Ακαδημία Μάρκετινγκ)