

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

(1) ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ		
ΤΜΗΜΑ	ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	103	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Α
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ		
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>	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
	3	6	
<i>Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο (δ).</i>			
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ <i>γενικού υποβάθρου, ειδικού υποβάθρου, ειδίκευσης, γενικών γνώσεων, ανάπτυξης δεξιοτήτων</i>	ΓΕΝΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:			
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	ΕΛΛΗΝΙΚΗ		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	Κόμβος Σερρών https://elearning.cm.ihu.gr/course/view.php?id=104 Κόμβος Κατερίνης https://elearning.cm.ihu.gr/course/view.php?id=104 Κόμβος Θεσσαλονίκης https://elearning.cm.ihu.gr/course/view.php?id=885		

(2) ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

<p>Μαθησιακά Αποτελέσματα <i>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.</i></p> <p><i>Συμβουλευτείτε το Παράρτημα Α</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • 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
<p>Το μάθημα αποτελεί βασικό εισαγωγικό μάθημα στις έννοιες του μάρκετινγκ και εστιάζεται αφενός στο θεωρητικό υπόβαθρο, αφετέρου σε εφαρμογές του Marketing στα πεδία ενδιαφέροντος της Δημόσιας Διοίκησης. Η στόχευση του συγκεκριμένου μαθήματος είναι ο φοιτητής να αποκτήσει μια συνολική αντίληψη των διαδικασιών, μεθοδολογιών και τεχνικών του μάρκετινγκ, όπως ο ρόλος του μάρκετινγκ στο στρατηγικό σχεδιασμό και ο στρατηγικός σχεδιασμός μάρκετινγκ, η έρευνα</p>

μάρκετινγκ, η συμπεριφορά του καταναλωτή, τμηματοποίηση-στοχοθέτηση-χωροθέτηση, αποφάσεις που αφορούν το προϊόν/υπηρεσία, την τιμολόγηση, τη διανομή και την προώθηση, και αναφορά σε ειδικά πεδία του μάρκετινγκ όπως μάρκετινγκ υπηρεσιών, ψηφιακό μάρκετινγκ και διεθνές μάρκετινγκ. Αφετηρία είναι η κατανόηση των εννοιών και η συνέχεια η εμβάθυνση των διαδικασιών του μάρκετινγκ στην επιχείρηση, στον οργανισμό και εν γένει στην κοινωνία.

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
- Να εφαρμόζει συνολικά όλες τις έννοιες του μάρκετινγκ στο δημόσιο τομέα

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

(3) 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
- Άμεσο Μάρκετινγκ
- Μάρκετινγκ Υπηρεσιών
- Τμηματοποίηση αγοράς και αγορά στόχος
- Διαφοροποίηση & Χωροθέτηση στο Μάρκετινγκ
- Ψηφιακό Μάρκετινγκ
- Εφαρμογές του Μάρκετινγκ στο Δημόσιο Τομέα
- Μελέτες Περιπτώσεων στο Δημόσιο Τομέα

(4) ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

<p>ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.</p>	<p>Πρόσωπο με πρόσωπο & Εξ αποστάσεως</p>																							
<p>ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</p>	<p>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, της πλατφόρμας e-learning και exams.ba του Τμήματος και των ηλεκτρονικών αιθουσών που παρέχονται από το ΔΠΜΣ στο zoom</p>																							
<p>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</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="641 609 976 667">Δραστηριότητα</th> <th data-bbox="976 609 1315 667">Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="641 667 976 698">Διαλέξεις</td> <td data-bbox="976 667 1315 698">70</td> </tr> <tr> <td data-bbox="641 698 976 730">Ασκήσεις πράξης</td> <td data-bbox="976 698 1315 730">20</td> </tr> <tr> <td data-bbox="641 730 976 797">Συγγραφή εργασίας (εργασιών)</td> <td data-bbox="976 730 1315 797">30</td> </tr> <tr> <td data-bbox="641 797 976 900">Άσκηση πεδίου ή εκπόνηση μελέτης (project)</td> <td data-bbox="976 797 1315 900">30</td> </tr> <tr> <td data-bbox="641 900 976 931"></td> <td data-bbox="976 900 1315 931"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="641 931 976 963"></td> <td data-bbox="976 931 1315 963"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="641 963 976 994"></td> <td data-bbox="976 963 1315 994"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="641 994 976 1025"></td> <td data-bbox="976 994 1315 1025"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="641 1025 976 1057"></td> <td data-bbox="976 1025 1315 1057"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="641 1057 976 1102">Σύνολο Μαθήματος</td> <td data-bbox="976 1057 1315 1102">150</td> </tr> </tbody> </table>		Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου	Διαλέξεις	70	Ασκήσεις πράξης	20	Συγγραφή εργασίας (εργασιών)	30	Άσκηση πεδίου ή εκπόνηση μελέτης (project)	30											Σύνολο Μαθήματος	150
Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου																							
Διαλέξεις	70																							
Ασκήσεις πράξης	20																							
Συγγραφή εργασίας (εργασιών)	30																							
Άσκηση πεδίου ή εκπόνηση μελέτης (project)	30																							
Σύνολο Μαθήματος	150																							
<p>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.</p>	<p>Γλώσσα Αξιολόγησης : Ελληνικά</p> <p>Γραπτή 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.</p> <p>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 Μάρκετινγκ στο δημόσιο τομέα και η ικανότητά τους να σχεδιάζουν και να υλοποιούν ένα έργο. Κριτήρια αξιολόγησης: ο 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, σχεδιασμός και η παρουσίαση αυτής.</p> <p>Παρουσίαση Εργασίας (10 %). Σκοπός αξιολόγησης: Η δημόσια παρουσίαση της εργασίας σε κοινό</p>																							

	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.
--	--

(5) ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:

- Δ. Πασχαλούδης, «Εισαγωγή στο μάρκετινγκ», εκδόσεις Τζιόλα, 2018
- Wirtz Jochen / Lovelock Christopher, «Μάρκετινγκ υπηρεσιών», Εκδόσεις Δίσιγμα, 2018
- Kotler, Philip (2001) Εισαγωγή στο μάρκετινγκ μάνατζμεντ. 1η έκδ. - Αθήνα : Γκιούρδας Β.

- Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- Marketing strategy/methods
- Administrative Science Quarterly
- Journal of Public Administration Research and Theory
- Public Administration Review
- European Journal of marketing
- Marketing intelligence & Planning
- Public Management Review
- Harvard Business Review
- American Review of Public Administration