

ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ, ΓΕΩΓΡΑΦΙΑΣ & ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΛΟΓΙΑΣ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΟΚ4200	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΣΤ
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ		ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
Διαλέξεις		3	5
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Επιστημονική Περιοχή & Ανάπτυξη Δεξιοτήτων		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνικά και Αγγλικά για τους Erasmus Φοιτητές		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	https://eclass.hua.gr/courses//		

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
Το μάθημα αυτό παραθέτει τα στοιχεία του ΜΚΤ καθώς επίσης και τον τρόπο με τον οποίο σχετίζονται με τις επιχειρήσεις και οργανισμούς. Με το μάθημα αυτό οι φοιτητές θα κατανοήσουν τη συμμετοχή και τη διαμόρφωση της λήψης αποφάσεων την ανακάλυψη και τη διάδοση του ΜΚΤ στον κλάδο των υπηρεσιών.
Γενικές Ικανότητες
• Λήψη Αποφάσεων • Ηγεσία • Ομαδική Εργασία • Εργασία σε διεθνές περιβάλλον • Νέες και Καινοτόμες Ιδέες (Δεξιότητες Καινοτομίας) • Δημιουργικότητα • Σχεδιασμός και Διαχείριση έργων

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ, σκοποί του Μάρκετινγκ και ο ρόλος του manager, αποτελεσματική στρατηγική μάρκετινγκ, διαδικασία και αποτέλεσμα κατανάλωσης, Σχεδιασμός και Στρατηγική Μάρκετινγκ, ταξινόμηση υπηρεσιών, διαχείριση χαρτοφυλακίου υπηρεσιών, Διανομή Υπηρεσιών, Ποιότητα υπηρεσιών, Επικοινωνία με το Περιβάλλον και Προβολή Υπηρεσιών, τιμολόγηση υπηρεσιών, διοίκηση πωλήσεων, μάρκετινγκ στις σχέσεις, Προσέλκυση και διατήρηση πελατών, στρατηγική για την εμπειρία των πελατών.

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ.	Πρόσωπο με Πρόσωπο	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Ναι	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	35
	Μελέτη & Ανάλυση Βιβλιογραφίας	50
	Πρακτική Εφαρμογή	40
	Σύνολο Μαθήματος	125
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	Η εξέταση του μαθήματος θα γίνει είτε με γραπτές εξετάσεις στο τέλος του εξαμήνου είτε διαμέσου δύο γραπτών προόδων κατά τη διάρκεια του εξαμήνου. Οι γραπτές πρόοδοι είναι προαιρετικές και απαλλακτικές εφόσον οι φοιτητές / τριες έχουν περάσει τουλάχιστον με βαθμό 5 και τις δύο προόδους. Σημειώνεται ότι προκειμένου οι φοιτητές να συμμετέχουν στη δεύτερη γραπτή πρόοδο θα πρέπει να έχουν περάσει τουλάχιστον με βαθμό 5 την πρώτη πρόοδο. Σε περίπτωση που κάποιος /α φοιτητής / τρια δεν περάσει την πρώτη πρόοδο τότε δε συμμετέχει στη δεύτερη και προκειμένου να περάσει το μάθημα θα πρέπει να συμμετέχει στις γραπτές εξετάσεις στο τέλος του εξαμήνου. Οι ημερομηνίες που θα διεξαχθούν οι γραπτές πρόοδοι θα ανακοινωθούν από τη διδάσκουσα. Η μέθοδος αξιολόγησης μπορεί να είναι είτε ανάπτυξη θεμάτων και ερωτήσεις κρίσεις είτε προτάσεις όπου οι φοιτητές καλούνται να απαντήσουν εάν η πρόταση είναι σωστή ή λάθος.	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:

- Αυλωνίτης, Γ., Τσιότσου, Ρ. & Γούναρης, Σ. (2015). Μάρκετινγκ υπηρεσιών. Αθήνα:

Εκδόσεις BROKEN HILL PUBLISHERS LTD.

- Baker, M.J. & Hart, S.J. (Eds) (2008).. The marketing book. Elsevier.
- Berry, L.L. & Parasuraman, A. (1991). Marketing services. Competing through quality. New York: The Free Press.