

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ		
ΤΜΗΜΑ	ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ, ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ & ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	1605-230701	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	7ο
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	
Διαλέξεις	3	5	
<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>	Ειδικού υπόβαθρου		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	Κανένα		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνικά		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	Όχι		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

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.

Συμβουλευτείτε το Παράρτημα Α

- 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

Με την επιτυχημένη ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές θα είναι σε θέση:

- 1. ΓΝΩΣΗ:** Να αναγνωρίσουν και να προσδιορίσουν το Marketing Υπηρεσιών
- 2. ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ:** να διακρίνουν και να εξηγήσουν το Marketing Προϊόντων
- 3. ΕΦΑΡΜΟΓΗ:** να ταξινομήσουν τις Υπηρεσίες βάσει α) της φύσης τους και β) της αγοραστικής συμπεριφοράς των καταναλωτών
- 4. ΑΝΑΛΥΣΗ:** να αναπτύξουν την έννοια της Ποιότητας στις Υπηρεσίες και την αξία της ως συγκριτικό πλεονέκτημα στον ανταγωνισμό.
- 5. ΣΥΝΘΕΣΗ:** Να είναι σε θέση να οργανώσουν την Στρατηγική και το Μίγμα Υπηρεσιών Μάρκετινγκ, τις πολιτικές τιμολόγησης, την οργάνωση και την διοίκηση, τους τρόπους και τα μέσα διάθεσης, τις μεθόδους αποτελεσματικής επικοινωνίας και προώθησης μιας Υπηρεσίας.

6. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ: να είναι σε θέση να συγκρίνουν και να αξιολογήσουν τα εργαλεία που διδάχθηκαν σε μελέτες περιπτώσεων.

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...

.....

- ✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, για τις αγορές και τις συνθήκες που επικρατούν με τη χρήση της κατάλληλης μεθοδολογίας και των απαραίτητων τεχνολογιών
- ✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις
- ✓ Λήψη αποφάσεων
- ✓ Σχεδιασμός και διαχείριση έργων
- ✓ Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής
- ✓ Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον
- ✓ Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα
- ✓ Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον
- ✓ Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου
- ✓ • Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ο τομέας των υπηρεσιών αποτελεί την κυρίαρχη οικονομική δύναμη σε παγκόσμιο επίπεδο καθώς σηματοδοτεί την μετάβαση των οικονομιών από το επίπεδο των αναπτυσσόμενων, σε αυτό των αναπτυγμένων. Σκοπός του μαθήματος είναι να κατανοήσουν οι συμμετέχοντες τις ιδιαιτερότητες του μάρκετινγκ των υπηρεσιών συγκριτικά με το μάρκετινγκ των προϊόντων και τις επιπτώσεις τους στη συμπεριφορά των καταναλωτών και στις πρακτικές διοίκησης και μάρκετινγκ. Καθώς τα βασικά χαρακτηριστικά των υπηρεσιών σε αντιπαραβολή με αυτά των προϊόντων με υλική υπόσταση επηρεάζουν βασικές στρατηγικές επιλογές του μάρκετινγκ στις υπηρεσίες. Κατά την διάρκεια της διδασκαλίας του μαθήματος συζητούνται θέματα που σχετίζονται με την ποιότητα της υπηρεσίας, τη σημασία των εργαζομένων στις επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών, τη σημασία του χώρου και των διαδικασιών παροχής των υπηρεσιών. Τέλος, παρουσιάζονται θέματα που σχετίζονται με τη στρατηγική τοποθέτηση και την επικοινωνία, την τιμολόγηση των υπηρεσιών και τη δημιουργία και διαχείριση μακροπρόθεσμων σχέσεων με πελάτες.

Σύμφωνα με την κατανομή της διδακτέας ύλης, θα γίνουν διαλέξεις στις παρακάτω ενότητες.

1. Καθορισμός της έννοιας των υπηρεσιών και των χαρακτηριστικών που αφορούν το μάρκετινγκ
2. Οι ιδιαιτερότητες της συμπεριφοράς του καταναλωτή στις υπηρεσίες
3. Οι προϊόντικές αποφάσεις στις υπηρεσίες
4. Η διανομή των υπηρεσιών στις φυσικές και στις ηλεκτρονικές αγορές
5. Η τιμολόγηση των υπηρεσιών

6. Η επικοινωνία και ο ρόλος της στις υπηρεσίες
7. Σχεδιασμός και διοίκηση των διαδικασιών (blueprinting) στην παροχή υπηρεσιών
8. Σχεδιασμών των στοιχείων του περιβάλλοντος και της συνολικής υλικής υπόστασης στις υπηρεσίες
9. Η διοίκηση του ανθρώπινου δυναμικού στις υπηρεσίες
10. Η διαχείριση των παραπόνων των πελατών στις υπηρεσίες
11. Η διοίκηση της ποιότητας στην παροχή υπηρεσιών
12. Η ανάπτυξη, διατήρηση και διαχείριση σχέσεων με τους πελάτες στις υπηρεσίες
13. Το μάρκετινγκ στις B2B υπηρεσίες

ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ – ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

<p>ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.</p>	Πρόσωπο με πρόσωπο	
<p>ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</p>	Χρήση Τ.Π.Ε. (moodle, office, κλπ) στη διδασκαλία (προβολικά και παρουσιάσεις διαφανειών σύμφωνα με το πρόγραμμα ύλης) καθώς και στην επικοινωνία με τους φοιτητές/τριες	
<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>	<p>Δραστηριότητα</p> <p>Διαλέξεις</p> <p>Φροντιστήριο</p> <p>Εργαστηριακή Άσκηση</p> <p>Συγγραφή εργασίας / εργασιών</p> <p>Σεμινάρια</p> <p>Καλλιτεχνική δημιουργία</p> <p>Αυτοτελής Μελέτη</p> <p>Άλλο:</p> <p>Σύνολο Μαθήματος</p>	<p>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</p> <p>39</p> <p>111</p> <p>150</p>
<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>Η αξιολόγηση των φοιτητών γίνεται με συμμετοχή τους σε γραπτές εξετάσεις. Η εξεταστέα ύλη αναρτάται στο moodle και αφιερώνεται χρόνος πριν από την εξέταση στην επίλυση αποριών σχετικά με την εξεταστέα ύλη. Διατηρείται αρχείο τεκμηρίων εξέτασης φοιτητών μέχρι την λήψη του πτυχίου τους. Μετά την εξέταση διατίθεται χρόνος σε κάθε φοιτητή για διευκρίνιση των λαθών του και εξήγηση της βαθμολογίας του.</p>	

--	--

14. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Προτεινόμενη βιβλιογραφία

- Μάρκετινγκ Υπηρεσιών (1η έκδ./2015), Συγγραφείς: Αυλωνίτης Γ.,ΤσιότσουΡ.,Γούναρης Σ., ΕκδότηςBROKENHILLPUBLISHERS LTD.
- ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ (1^ηέκδ. Έκδοση/2018) Συγγραφείς: JOCHENWIRTZ, CHRISTOPHERLOVELOCK, Εκδότης: ΔΙΣΙΓΜΑΙΚΕ
- Μάρκετινγκ Υπηρεσιών (3^ηέκδ/2014), Συγγραφείς: Γούναρης Σπυρίδων, Καραντινού Καλυψώ, Εκδότης: ROSILI ΕΜΠΟΡΙΚΗ - ΕΚΔΟΤΙΚΗ Μ.ΕΠΕ

Συναφή επιστημονικά περιοδικά