

ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	260802	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	8°
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Διεθνές Μάρκετινγκ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Διαλέξεις	2		
Ασκήσεις Πράξης	1		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
ΣΥΝΟΛΟ	3	5	
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Ειδικού Υποβάθρου		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:			
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνικά-Αγγλικά		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210802_Per_Diethnes-mkt.pdf		
Μαθησιακά Αποτελέσματα			
Το μάθημα στοχεύει στην εξέταση των περιβαλλοντικών διαφορών που υπάρχουν μεταξύ των διάφορων χωρών και στις στρατηγικές του Μάρκετινγκ που ακολουθούνται από τις επιχειρήσεις. Γίνεται προσπάθεια να ακολουθηθεί η «παγκοσμιοποιημένη» προσέγγιση στο Μάρκετινγκ. Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως: Γνώσεις 1. ΓΝΩΣΗ: να αναγνωρίζουν το ρόλο των οικονομικών, νομικών, κοινωνικών και πολιτικών δυνάμεων στη στρατηγική του διεθνούς μάρκετινγκ και το ρόλο της έρευνας αγοράς για τις εξαγωγικές και διεθνείς επιχειρήσεις για την διαδικασία λήψης αποφάσεων μάρκετινγκ 2. ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ: να διακρίνουν την πολυπλοκότητα του διεθνούς περιβάλλοντος Δεξιότητες 3. ΕΦΑΡΜΟΓΗ: να εντοπίζουν και να εξετάζουν τις ευκαιρίες που προκύπτουν στη διεθνή αγορά. Εκπονούν βασικά τμήματα ενός export marketing plan 4. ΑΝΑΛΥΣΗ: να συνδυάζουν τα στοιχεία του διεθνούς μείγματος μάρκετινγκ με ιδιαίτερη έμφαση στις ειδικές διαδικασίες και τεχνικές που σχετίζονται με τα επιμέρους στοιχεία. 5. ΣΥΝΘΕΣΗ: να σχεδιάζουν, να υλοποιούν και να εφαρμόζουν ένα διεθνές πρόγραμμα μάρκετινγκ, να συνθέτουν το μίγμα μάρκετινγκ στο διεθνές περιβάλλον (προϊόν, διανομή, προβολή και τιμολόγηση) Ικανότητες 6. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ: να αξιολογούν και να προτείνουν τις στρατηγικές εισόδου στη διεθνή αγορά.			
Γενικές Ικανότητες			
- Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφορίες, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών - Αυτόνομη εργασία - Ομαδική Εργασία - Λήψη - Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις - Σχεδιασμός και διαχείριση έργου			
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ			
Εκτός από τα περιβαλλοντικά χαρακτηριστικά των διαφόρων χωρών και των στρατηγικών εμπορικών αγορών της διεθνούς επιχείρησης, άλλα θέματα που εξετάζονται είναι το διεθνές εμπόριο και οι διεθνείς οικονομικοί οργανισμοί, η διεθνής έρευνα μάρκετινγκ, οι στρατηγικές «εισόδου» σε ξένες αγορές, η οργάνωση στο Διεθνές Μάρκετινγκ (Δ.Μ.), ο σχεδιασμός προϊόντων προϊόντων στο Δ.Μ., η προώθηση, το εξαγωγικό μάρκετινγκ, οι σύγχρονες τάσεις στο Δ.Μ. και οι πολυεθνικές εταιρείες. Επιπλέον γίνεται ανάλυση περιπτώσεων (casestudy) διεθνών επιχειρήσεων, η οποία σκοπεύει στην εμπέδωση της θεωρίας και στην ανάπτυξη των τεχνικών γνώσεων και δεξιοτήτων των φοιτητών, έτσι ώστε να αποκτήσουν πληρέστερη γνώση του αντικείμενου του Διεθνούς Μάρκετινγκ. Συγκεκριμένα: 1η Προσανατολισμός - Εισαγωγικά στο Διεθνές / Παγκοσμιοποιημένο Μάρκετινγκ 2η Ανάλυση των περιβαλλοντικών παραγόντων στο πλαίσιο του Δ.Μ. – 3η Σχέση με την επιχειρησιακή στρατηγική 4η Διεθνές Εμπόριο και Διεθνείς Οικονομικοί Οργανισμοί			

5η Διεθνής Έρευνα Μάρκετινγκ
 6η Στρατηγικές εισόδου σε ξένες αγορές - Οργάνωση στο Δ.Μ.
 7η Σχεδιασμός προϊόντων για το Δ.Μ.
 8η Στρατηγικές τιμολόγησης στο Δ.Μ.
 9η Κανάλια διανομής στο Δ.Μ., φυσική διανομή – logistics.
 10η Πολιτική προώθησης στο Δ.Μ.
 11η Εξαγωγικό Marketing - Οι τάσεις στο Δ.Μ. και οι πολυεθνικές εταιρείες
 12η Διεθνές Marketing Management - Στρατηγική Διεθνούς Μάρκετινγκ.
 13η Παρουσιάσεις εργασιών ExportMarketingPlan

ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Προτεινόμενη βιβλιογραφία

1ο: Διεθνές Μάρκετινγκ
 Διεθνές Μάρκετινγκ
 Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 102070182
 Έκδοση: 1/2021
 Συγγραφείς: Cateora Philip R., Money Bruce R., Gilly Mary C., Graham John L.
 ISBN: 9789925588268
 Διαθέτης (Εκδότης): BROKEN HILL PUBLISHERS LTD

2ο: Διεθνής Επιχειρηματική Δραστηριότητα
 Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 22767619
 Έκδοση: 1/2014
 Συγγραφείς: Ball A. Donald, Geringer J. Michael, Minor S. Michael, McNett M. Jeanne
 ISBN: 9789604583584
 Τύπος: Σύγγραμμα
 Διαθέτης (Εκδότης): Εκδόσεις Επίκεντρο Α.Ε.

Συμπληρωματική βιβλιογραφία
 Πανηγυράκης Γ. (2017), Διεθνές Μάρκετινγκ, Εκδόσεις UNIBOOKS, (ISBN: 9786188281264)

Λυμπερόπουλος Κ., Τζαναβάρας, Β. και ΣΑΛΑΜΟΥΡΑ, Μ., (2015) Στρατηγικές Διεθνείς και Εξαγωγικού Μάρκετινγκ, ISBN: 978-960-603-211-0, Ελληνικά, Ακαδημαϊκά, Ηλεκτρονικά Συγγράμματα και Βοηθήματα www.kalippos.gr

Μανωλόπουλος Δ., Μπιτζένης Α. (2019). Η ΔΙΕΘΝΟΠΟΙΗΜΕΝΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΤΟΝ ΕΙΚΟΣΤΟΠΡΩΤΟ ΑΙΩΝΑ, .κδόσεις Σταμούλη,
 Σαμαντά Ε.(2018). ΔΙΕΘΝΕΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ, Εκδόσεις Σύγχρονη Εκδοτική
 Αυλωνίτης Γ. , Λυμπερόπουλος Κ. και Τζαναβάρας Β. Σύγχρονες Στρατηγικές Μάρκετινγκ για Διεθνείς Αγορές, Εκδόσεις Rosili, Αθήνα, Ελλάδα

Ball, D.A., Geringer, J.M., Minor, M.S. & McNett, J.M, Διεθνής Επιχειρηματική Δραστηριότητα, Επίκεντρο, Μετάφραση 12ης Έκδοσης, 2010..

Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

International Marketing Review
International Business Review
The International Trade Journal
Advances in International Marketing
Review of International Business and Strategy