

ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	260804	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	8 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Διοίκηση Επωνύμων Προϊόντων		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ		ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
Διαλέξεις		3	
Ασκήσεις Πράξης		0	
Εργαστηριακές Ασκήσεις		0	
ΣΥΝΟΛΟ		3	5
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Ειδικού Υποβάθρου		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:			
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνικά		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210804_Per_Dioikhsh-epwnymwn-proiontwn.pdf		
Μαθησιακά Αποτελέσματα			
Βασικός σκοπός του μαθήματος είναι να μεγιστοποιήσει την γνώση των φοιτητών σε θέματα διοίκησης της επωνυμίας. 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: ο φοιτητής αποκτά την ικανότητα να προσδιορίζει και να αναγνωρίζει πώς δημιουργεί ο οργανισμός αξία για μία επωνυμία 2. ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ: μαθαίνουν πως μπορούν να διακρίνουν και να εκτιμήσουν την αξία μιας επωνυμίας Δεξιότητες 3. ΕΦΑΡΜΟΓΗ: Πώς μπορεί να αναπτύξει και να διατηρήσει την αξία του ένας οργανισμός στο σύγχρονο περιβάλλον. 4. ΑΝΑΛΥΣΗ: ο φοιτητής μαθαίνει να σχεδιάζει και να υλοποιεί προγράμματα marketing για το σήμα. 5. ΣΥΝΘΕΣΗ: ο φοιτητής μαθαίνει οργανώνει και συνθέτει τα στοιχεία της οικοδόμησης της αξίας του σήματος Ικανότητες 6. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ: ο φοιτητής είναι σε θέση να αξιολογεί και να μετρά της αξίας της επωνυμίας και ανάπτυξη ενός συστήματος μέτρησης διαχείρισης της αξίας της επωνυμίας			
Γενικές Ικανότητες			
✓ 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 ✓ Εργασία σε διεθνές περιβάλλον ✓ Σχεδιασμός και διαχείριση έργων ✓ Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής ✓ Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης			

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Αυτό το μάθημα αναφέρεται στην διοίκηση επωνυμιών αναλύοντας γιατί είναι σημαντικές, τι αντιπροσωπεύουν για τους καταναλωτές, και τι πρέπει να κάνουν οι επιχειρήσεις για να τις διαχειριστούν με επιτυχία.

Ο κύριος σκοπός αυτού του μαθήματος είναι να παρέχει μια ολοκληρωμένη και ενημερωμένη αντιμετώπιση των θεμάτων των επωνυμιών, της αξίας τους και της στρατηγικής διαχείρισης τους- τον σχεδιασμό και την εφαρμογή των προγραμμάτων μάρκετινγκ και των δραστηριοτήτων που απαιτούνται για να οικοδομηθεί, να μετρηθεί και να εφαρμοστεί η διαχείριση της αξίας των εμπορικών επωνυμιών. Ένας από τους σημαντικούς στόχους του μαθήματος είναι να παρέχει στους φοιτητές τις έννοιες και τις τεχνικές για να βελτιώσουν την μακροπρόθεσμη αποδοτικότητα των επωνυμιών. Ενσωματώνοντας την τρέχουσα σκέψη και τις εξελίξεις σε αυτά τα θέματα τόσο των ακαδημαϊκών, όσο και από τις αγορές, επιχειρούμε να συνδυάζουμε ένα ολοκληρωμένο θεωρητικό θεμέλιο με αρκετές πρακτικές γνώσεις για να βοηθήσουμε τους φοιτητές στην κατανόηση των επιχειρηματικών αποφάσεων τους για τα εμπορικά σήματα.

Οι διαλέξεις ανά εβδομάδα, καλύπτουν τις παρακάτω ενότητες

1. Εισαγωγικές επισημάνσεις για τις επωνυμίες και την διαχείρισή τους
2. Αναπτύσσοντας την στρατηγική της επωνυμίας
3. Η αξία της επωνυμίας και η τοποθέτησή του με βάση τον πελάτη

4. Η απήχηση της επωνυμίας και η αλυσίδα αξίας της
5. Σχεδιασμός και υλοποίηση προγραμμάτων marketing για το σήμα
6. Επιλέγοντας τα στοιχεία της οικοδόμηση της αξίας του σήματος
7. Σχεδιασμός προγραμμάτων μάρκετινγκ για την οικοδόμηση της αξίας του σήματος και ενσωμάτωση των επικοινωνιών marketing στην οικοδόμηση της αξίας του σήματος
8. Η διαχείριση της επωνυμίας στην Ψηφιακή Εποχή
9. Αξιοποίηση των δευτερευόντων συσχετισμών της επωνυμίας για τη δημιουργία αξίας
10. Αξιολόγηση και ερμηνεία της αξίας της επωνυμίας και ανάπτυξη ενός συστήματος μέτρησης διαχείρισης της αξίας της επωνυμίας
11. Ανάπτυξη και διατήρηση της αξίας της επωνυμίας
12. Σχεδιασμός και υλοποίηση στρατηγικής αρχιτεκτονικής της επωνυμίας
13. Καταληκτικές επισημάνσεις

ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Προτεινόμενη βιβλιογραφία

- Στρατηγική Διοίκηση Επώνυμων Προϊόντων, (εκδ1η/2021), Συγγραφείς: KellerL. Kevin, SwaminathanVanith, ΕκδόσειςBROKENHILL
- Διοίκηση Μάρκας, Σύγχρονες Στρατηγικές (Έκδοση 1^η/2013), Συγγραφέας Kapferer, J.N., Εκδόσεις ROSSILI

Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- Journal of Product & Brand Management
- Journal of Brand Management