

## ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

### 1. ΓΕΝΙΚΑ

<b>ΣΧΟΛΗ</b>	ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ		
<b>ΤΜΗΜΑ</b>	Τμήμα Διοίκησης Οργανισμών, Μάρκετινγκ και Τουρισμού		
<b>ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>			
<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	1605-210802	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	8 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΔΙΕΘΝΕΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b> <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>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
<i>Διαλέξεις, Εργαστηριακές Ασκήσεις</i>		5	
<i>Διαλέξεις</i>	3		
<i>Ασκήσεις Πράξης/Εργαστήριο</i>	2+2		
<i>Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο (δ).</i>			
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b> <i>γενικού υποβάθρου, ειδικού υποβάθρου, ειδίκευσης γενικών γνώσεων, ανάπτυξης δεξιοτήτων</i>	Υποχρεωτικό Κατεύθυνσης		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>	-		
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΗ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΝΑΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="https://exams-sod.the.ihu.gr">https://exams-sod.the.ihu.gr</a>		

### 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

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.

Οι φοιτητές ολοκληρώνοντας τα μαθήματα θα είναι σε θέση να κατανοήσουν:

- Το ευρύτερο διεθνές οικονομικό, τεχνολογικό, πολιτικό και κοινωνικό περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιούνται οι επιχειρήσεις.
- Τις ευκαιρίες που προκύπτουν στη διεθνή αγορά.
- Το σχεδιασμό, την υλοποίηση και τον έλεγχο του διεθνούς προγράμματος μάρκετινγκ.
- Τις στρατηγικές εισόδου στη διεθνή αγορά.
- Το μίγμα μάρκετινγκ στο διεθνές περιβάλλον (προϊόν, διανομή, προβολή και τιμολόγηση).

Επιπλέον

- Να εξηγούν το ρόλο των οικονομικών, νομικών, κοινωνικών και πολιτικών δυνάμεων στη στρατηγική του διεθνούς μάρκετινγκ.
- Να αναγνωρίζουν το ρόλο της έρευνας αγοράς για τις εξαγωγικές και διεθνείς επιχειρήσεις για την διαδικασία λήψης αποφάσεων μάρκετινγκ.
- Να αναλύουν τα στοιχεία του διεθνούς μείγματος μάρκετινγκ με ιδιαίτερη έμφαση στις ειδικές διαδικασίες και τεχνικές που σχετίζονται με τα επιμέρους στοιχεία.
- Να εκπονούν βασικά τμήματα ενός export marketing plan

### 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, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών
- Αυτόνομη εργασία
- Ομαδική Εργασία
- Λήψη αποφάσεων
- Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις
- Σχεδιασμός και διαχείριση έργου

### 3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Εκτός από τα περιβαλλοντικά χαρακτηριστικά των διάφορων χωρών και τις στρατηγικές μάρκετινγκ 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 στο Δ.Μ., η πολιτική τιμολόγησης, τα κανάλια διανομής στο Δ.Μ., η φυσική διανομή (logistics), η πολιτική προώθησης, το εξαγωγικό μάρκετινγκ, οι σύγχρονες τάσεις στο Δ.Μ. και οι πολυεθνικές εταιρείες. Επιπλέον γίνεται ανάλυση περιπτώσεων (case study) 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 αντικειμένου του Διεθνούς Μάρκετινγκ.

Συγκεκριμένα:

Προσανατολισμός - Εισαγωγικά στο Διεθνές / Παγκοσμιοποιημένο Μάρκετινγκ

Ανάλυση των περιβαλλοντικών παραγόντων στο πλαίσιο του Δ.Μ. -

Σχέση με την επιχειρησιακή στρατηγική

Διεθνές Εμπόριο και Διεθνείς Οικονομικοί Οργανισμοί

Διεθνής Έρευνα Μάρκετινγκ

«Στρατηγικές εισόδου» σε ξένες αγορές - Οργάνωση στο Δ.Μ.

Σχεδιασμός προϊόντων για το Δ.Μ.

Στρατηγικές τιμολόγησης στο Δ.Μ.

Κανάλια διανομής στο Δ.Μ., φυσική διανομή – logistics.

Πολιτική προώθησης στο Δ.Μ.

Εξαγωγικό Marketing - Οι τάσεις στο Δ.Μ. και οι πολυεθνικές εταιρείες

Διεθνές Marketing Management - Στρατηγική Διεθνούς Μάρκετινγκ.

Παρουσιάσεις εργασιών Export Marketing Plan

#### 4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ – ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

<p><b>ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ</b> <i>Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.</i></p>	<p>Εισηγήσεις με διδασκαλία στην τάξη και υποστήριξη (forum, chat) μέσα από το Σύστημα Διαχείρισης Ηλεκτρονικής Τάξης του Ιδρύματος</p> <p>Θα πραγματοποιηθούν φροντιστηριακά μαθήματα στο πλαίσιο των οποίων οι φοιτητές θα έχουν την ευκαιρία να εξοικειωθούν με το περιβάλλον μιας εξαγωγικής επιχείρησης, πραγματοποιώντας πραγματικά εξαγωγικά προγράμματα μάρκετινγκ</p> <p>Κατά την διάρκεια των ασκήσεων πράξης θα γίνονται παρουσιάσεις από πραγματικά case-studies</p>																
<p><b>ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ</b> <i>Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</i></p>	<p>Λογισμικό πληροφοριακό σύστημα για εξαγωγικό πρόγραμμα μάρκετινγκ</p> <p>Λογισμικό Διαχείρισης Ηλεκτρονικής Τάξης για την υποστήριξη της μαθησιακής διαδικασίας (Moodle)</p>																
<p><b>ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b> <i>Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας.</i></p> <p><i>Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη &amp; ανάλυση βιβλιογραφίας, Φροντιστήριο, Πρακτική (Τοποθέτηση), Κλινική Άσκηση, Καλλιτεχνικό Εργαστήριο, Διαδραστική διδασκαλία, Εκπαιδευτικές επισκέψεις, Εκπόνηση μελέτης (project), Συγγραφή εργασίας / εργασιών, Καλλιτεχνική δημιουργία, κ.λπ.</i></p> <p><i>Αναγράφονται οι ώρες μελέτης του φοιτητή για κάθε μαθησιακή δραστηριότητα καθώς και οι ώρες μη καθοδηγούμενης μελέτης σύμφωνα με τις αρχές του ECTS</i></p>	<table border="1"><thead><tr><th><i>Δραστ ηριότητα</i></th><th><i>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</i></th></tr></thead><tbody><tr><td>Διαλέξεις</td><td>39</td></tr><tr><td>Φροντιστηριακές Ασκήσεις</td><td>20</td></tr><tr><td>Ατομικές εργασίες/παρουσιάσεις</td><td>16</td></tr><tr><td>Προετοιμασία Ομαδικής Εργασίας</td><td>45</td></tr><tr><td>Αυτοτελής Μελέτη</td><td>40</td></tr><tr><td></td><td></td></tr><tr><td>Σύνολο Μαθήματος</td><td>150</td></tr></tbody></table>	<i>Δραστ ηριότητα</i>	<i>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</i>	Διαλέξεις	39	Φροντιστηριακές Ασκήσεις	20	Ατομικές εργασίες/παρουσιάσεις	16	Προετοιμασία Ομαδικής Εργασίας	45	Αυτοτελής Μελέτη	40			Σύνολο Μαθήματος	150
<i>Δραστ ηριότητα</i>	<i>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</i>																
Διαλέξεις	39																
Φροντιστηριακές Ασκήσεις	20																
Ατομικές εργασίες/παρουσιάσεις	16																
Προετοιμασία Ομαδικής Εργασίας	45																
Αυτοτελής Μελέτη	40																
Σύνολο Μαθήματος	150																
<p><b>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ</b> <i>Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης</i></p> <p><i>Γλώσσα Αξιολόγησης, Μέθοδοι αξιολόγησης, Διαμορφωτική ή Συμπερασματική, Δοκιμασία Πολλαπλής Επιλογής, Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης, Ερωτήσεις Ανάπτυξης Δοκιμών,</i></p>	<p><b>I. Γραπτή τελική εξέταση (60%)</b> η οποία περιλαμβάνει:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής</li><li>- Μελέτες Περίπτωσης</li></ul> <p><b>II. Ομαδική Εργασία (30%):</b></p>																

<p>Επίλυση Προβλημάτων, Γραπτή Εργασία, Εκθεση / Αναφορά, Προφορική Εξέταση, Δημόσια Παρουσίαση, Εργαστηριακή Εργασία, Κλινική Εξέταση Ασθενούς, Καλλιτεχνική Ερμηνεία, Άλλη / Άλλες</p> <p>Αναφέρονται ρητά προσδιορισμένα κριτήρια αξιολόγησης και εάν και που είναι προσβάσιμα από τους φοιτητές.</p>	<p>Υποχρεωτική ομαδική εργασία εκπόνησης εξαγωγικού προγράμματος μάρκετινγκ για πραγματική εξαγωγική επιχείρηση.</p> <p><b>III. Συμμετοχή και Ατομική προφορική Δοκιμασία (10%)</b></p> <p>Αφορά θέματα που έχουν καλυφθεί στις θεωρητικές διαλέξεις και στα φροντιστηριακά μαθήματα. Η δοκιμασία γίνεται μέσα στην αίθουσα στο τέλος του εξαμήνου και πριν τις τελικές γραπτές εξετάσεις.</p> <p><u>Σκοπός αξιολόγησης:</u> Ο έλεγχος της πορείας των σπουδαστών σε σχέση με τους εκπαιδευτικούς στόχους, ανατροφοδότηση και ενδεχόμενη τροποποίηση της διδασκαλίας (fine tuning)</p>
--	--

## 5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

### 1<sup>ο</sup>: 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

### 2<sup>ο</sup>: 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 Διεθνούς και Εξαγωγικού Μάρκετινγκ, ISBN: 978-960-603-211-0, Ελληνικά, Ακαδημαϊκά, Ηλεκτρονικά Συγγράμματα και Βοηθήματα [www.kalippos.gr](http://www.kalippos.gr)

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.

Cateora, P.R. και Graham, J.L., Διεθνές Μάρκετινγκ, Εκδόσεις Παπαζήση, 2 Τόμοι, Μετάφραση της 10ης έκδοσης (1999), 2003.