

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Ενότητα 1: Εισαγωγική και Διοικητικές Λεπτομέρειες του μαθήματος

Χρήστος Βασιλειάδης
Τμήμα Οργάνωσης & Διοίκησης Επιχειρήσεων



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΣΠΑ
2007-2013
Πρόγραμμα για την ανάπτυξη
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ

Άδειες Χρήσης

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό υπόκειται σε άδειες χρήσης Creative Commons.
- Για εκπαιδευτικό υλικό, όπως εικόνες, που υπόκειται σε άλλου τύπου άδειας χρήσης, η άδεια χρήσης αναφέρεται ρητώς.



Χρηματοδότηση

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό έχει αναπτυχθεί στα πλαίσια του εκπαιδευτικού έργου του διδάσκοντα.
- Το έργο «Ανοικτά Ακαδημαϊκά Μαθήματα στο Πανεπιστήμιο Μακεδονίας» έχει χρηματοδοτήσει μόνο τη αναδιαμόρφωση του εκπαιδευτικού υλικού.
- Το έργο υλοποιείται στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» και συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο) και από εθνικούς πόρους.



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΣΠΑ
2007-2013
πρόγραμμα για την ανάπτυξη
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ

Εισαγωγική και Διοικητικές Λεπτομέρειες του μαθήματος

- **ΜΑΘΗΜΑ: ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ, ΟΔΟ 602, ΜΟΜ0503, ΣΤ' ΕΞΑΜΗΝΟΥ**
- **Διδάσκων: Χρήστος Α. Βασιλειάδης**
- **Υποστήριξη μαθήματος: Υπ. Διδάκτωρ, Ελίνα Ταυλαρίδου**

Περιγραφή μαθήματος.

- Ανάπτυξη, αξιολόγηση και εφαρμογή της στρατηγικής ΜΚΤ. Η κύρια έμφαση του μαθήματος είναι στην εφαρμογή των αρχών, θεωριών και εργαλείων του ΜΚΤ στη λύση στρατηγικών προβλημάτων ΜΚΤ. Οι ενότητες του μαθήματος περιλαμβάνουν : το σχέδιο ΜΚΤ, ανάλυση ελκυστικότητας της βιομηχανίας, ανάλυση του ανταγωνισμού και της αγοράς, προβλέψεις πωλήσεων, ανάλυση καταναλωτή και ανάλυση τμηματοποίησης της αγοράς, στρατηγικές ανάπτυξης, στρατηγικές ΜΚΤ για κορεσμένες και φθίνουσες αγορές, αναλυτικά προγράμματα ΜΚΤ, εφαρμογή και έλεγχος απόδοσης στρατηγικών.

Στόχοι του μαθήματος.

- Οι φοιτητές θα κατανοήσουν τις βασικές αρχές του στρατηγικού μάρκετινγκ, θα εξοικειωθούν με το σύνολο των διεργασιών και λειτουργιών του στρατηγικού μάρκετινγκ αποκτώντας μία συνολική εικόνα του πως δομείται και αναπτύσσεται ένα σχέδιο μάρκετινγκ (marketing plan).

Εισαγωγική και Διοικητικές Λεπτομέρειες του μαθήματος

Υποχρεωτικά εγχειρίδια διδασκαλίας του μαθήματος:

- 1. Γ. Σιώμκος, Στρατηγικό Μάρκετινγκ γ' Έκδοση, εκδόσεις Αθ. Σταμούλη, Αθήνα 2013. ISBN: 9789603519393, ΕΥΔΟΞΟΣ 23006
- Εναλλακτικά: Γ. Σιώμκος, Ανταγωνιστική Στρατηγική Μάρκετινγκ α' Έκδοση, εκδόσεις Αθ. Σταμούλη, Αθήνα 2007 ISBN: 9789603517238, ΕΥΔΟΞΟΣ 22623

Άλλα:

- 1. ΛΥΜΠΕΡΟΠΟΥΛΟΣ Χ. ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ, Στρατηγικό τραπεζικό μάρκετινγκ, εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, 1994.
- 2. Β. Παπαδάκης, Στρατηγική των Επιχειρήσεων: Ελληνική και Διεθνής Εμπειρία , Τόμος Α': Θεωρία, Εκδόσεις Ε. Μπένου, Αθήνα 2002, 4η έκδοση
- 3. D. Aaker, Brand Portfolio Strategy, 2004, The Free Press, USA.
- 4. Myers J. H. Segmentation & Positioning for Strategic Marketing Decisions, South-Western Educational Pub, 1996.
- 5. Γ. Σιώμκος & Ι. Τσιάμης, Στρατηγικό Ηλεκτρονικό Μάρκετινγκ, εκδόσεις Αθ. Σταμούλη, Αθήνα 2004.

Εισαγωγική και Διοικητικές Λεπτομέρειες του μαθήματος

Βαθμολογία του Μαθήματος

- Ο τελικός βαθμός που αφορά την αξιολόγηση κάθε φοιτητή στηρίζεται κατά κύριο λόγο στις γραπτές εξετάσεις του μαθήματος. Τα θέματα μπορεί να είναι θέματα πολλαπλής επιλογής, ανάπτυξης ή και συνδυασμός των δύο. Κατά την διάρκεια του εξαμήνου, όταν υπάρχει η δυνατότητα, προβλέπεται να δοθεί προαιρετική εργασία που θα βαθμολογηθεί επιπρόσθετα του γραπτού εφόσον βέβαια το γραπτό αξιολογηθεί τουλάχιστον με τον βαθμό 5. Οι εργασίες αυτές μπορούν να παρουσιαστούν στην τάξη ως case study. Οι εργασίες που παραδίδονται σε word και ανεβάζονται στο compus ηλεκτρονικά βαθμολογούνται με 1,25 max επίσης με μέγιστο 1,25 μονάδες βαθμολογείται η παρουσίαση της εργασίας σε Power Point. Πληροφορίες σχετικά με τον τρόπο σύνταξης και παρουσίασης εργασιών δίνονται κατά τη διάρκεια των διαλέξεων καθώς και στο compus.

Εισαγωγική και Διοικητικές Λεπτομέρειες του μαθήματος

Αναλυτικό πρόγραμμα του Μαθήματος

ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ	ΕΝΟΤΗΤΑ -ΘΕΜΑ ΔΙΑΛΕΞΗΣ	
1	Διοικητικές λεπτομέρειες του μαθήματος. Εισαγωγή στο Στρατηγικό Μάρκετινγκ (ΜΚΤ).	Διάλεξη από επισκέπτη ομιλητή (*)
2	Έννοια της Στρατηγικής και η Στρατηγική ΜΚΤ.	Ενημερωθείτε για τις προαιρετικές εργασίες
3	Στρατηγικός Σχεδιασμός ΜΚΤ	
4	Το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.	
5	Το Σχέδιο Μάρκετινγκ	
6	Ανάλυση εξωτερικού περιβάλλοντος	
7	Ανάλυση ελκυστικότητας βιομηχανίας	
8	Ανάλυση ανταγωνιστών	
9	Ανάλυση πελατών, πρόβλεψη πωλήσεων	
10	Στρατηγική τμηματοποίηση, στόχευση και τοποθέτηση	
11	Διαδίκτυο & ηλεκτρονικές αγορές, στρατηγικές μάρκετινγκ και διαδίκτυο και ειδικά θέματα στρατηγικού ηλεκτρονικού μάρκετινγκ	
12	Ανάλυση χαρτοφυλακίου προϊόντων	
13	Παρουσιάσεις case study [Στρατηγικές πολέμου Μάρκετινγκ]	

(*)Μπορεί να πραγματοποιηθεί σε ένα από τα δύο τμήματα ΟΔΕ ή ΜΔΛ

Εισαγωγική και Διοικητικές Λεπτομέρειες του μαθήματος

Στοιχεία επικοινωνίας:

- ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ, ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ,
ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ,
ΕΓΝΑΤΙΑ 156, 54 636 ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ
- Χρήστος Α. Βασιλειάδης, Αν. Καθηγητής, Ελίνα Ταυλαρίδου, Γραφείο: 310
- Ώρες Γραφείου: Δευτέρα 18.00-19.00 και 22.00 με 22.30
Παρασκευή 15.00-16.00 και 19.00-19.30

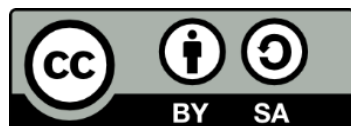
Τηλέφωνο επικοινωνίας: 2310 891 586

E-mail: chris@uom.edu.gr και etavlaridou@uom.edu.gr

Ιστοσελίδα επίσκεψης μαθημάτων:

- <http://compus.uom.gr>
- <http://ba.uom.gr/mkt>.

Τέλος Ενότητας



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ
ΧΡΗΣΤΟΣ ΒΑΣΙΛΕΙΑΔΗΣ