

ΠΕΡΙΓΡΑΦΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

(1) ΓΕΝΙΚΑ

|                                           |                                                                                               |                    |    |
|-------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|----|
| ΣΧΟΛΗ                                     | ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ, ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ                                               |                    |    |
| ΤΜΗΜΑ                                     | ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ                                                                         |                    |    |
| ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ                           | ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ - ΕΠΙΠΕΔΟ 7                                                                      |                    |    |
| ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ                         |                                                                                               | ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ    | Α΄ |
| ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ                          | ΔΙΕΘΝΕΣ ΚΑΙ ΕΞΑΓΩΓΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ                                                              |                    |    |
| ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ      | ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ                                                                 | ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ |    |
|                                           | 10                                                                                            | 7,5                |    |
| ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ                           | ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ                                                                                     |                    |    |
| ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:                  | ΟΧΙ                                                                                           |                    |    |
| ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ                           | Ειδίκευσης - Γενικών Γνώσεων                                                                  |                    |    |
| ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:         | ΕΛΛΗΝΙΚΗ, ΑΓΓΛΙΚΗ ΓΙΑ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS                                                        |                    |    |
| ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS | ΝΑΙ                                                                                           |                    |    |
| ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)        | <a href="https://eclass.duth.gr/courses/1428266/">https://eclass.duth.gr/courses/1428266/</a> |                    |    |

(2) ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

| Μαθησιακά Αποτελέσματα                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος, οι σπουδαστές θα είναι σε θέση να:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Κατανοούν τις βασικές έννοιες του μάρκετινγκ, την έννοια της Αξίας Πελάτη και τη σημασία του Προσανατολισμού στην Αγορά.</li> <li>Αντιλαμβάνονται πως δομείται το εξωτερικό περιβάλλον του διεθνούς μάρκετινγκ (οικονομικό, κοινωνικό, θεσμικό, πολιτισμικό και πολιτικό).</li> <li>Αξιολογούν τις ηθικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές διαστάσεις του μάρκετινγκ (Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη - ΕΚΕ, Κοινωνικό Μάρκετινγκ).</li> <li>Εφαρμόζουν τα εργαλεία του ψηφιακού μάρκετινγκ (SEO, Social Media, Websites, RACE Model) στο πλαίσιο της διεθνούς στρατηγικής.</li> <li>Γνωρίζουν πως δομείται μία διεθνής στρατηγική μάρκετινγκ (Τυποποίηση vs Προσαρμογή/Glocal) και να επιλέγουν τις μεθόδους εισόδου σε ξένες αγορές (Εξαγωγές, Αδειοδότηση, Άμεσες Επενδύσεις).</li> <li>Διαχειρίζονται τα Global Brands ως πολιτισμικά σύμβολα, λαμβάνοντας υπόψη τις τρεις βασικές διαστάσεις (Quality, Global Myth, Social Responsibility) και υιοθετώντας πολιτισμική ρευστότητα (cultural fluency).</li> </ul> |
| Γενικές Ικανότητες                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Αυτόνομη εργασία</li> <li>Ομαδική εργασία</li> <li>Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής</li> <li>Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης</li> <li>Ενδυνάμωση της κατανόησης του πώς λειτουργεί ένας οργανισμός σε όρους μάρκετινγκ μέσα στο διεθνές και ψηφιακό περιβάλλον.</li> <li>Αύξηση των δυνατοτήτων ανάλυσης των δεδομένων (π.χ. ψηφιακές αναλύσεις) που αφορούν στη διεθνή δραστηριοποίηση.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

### (3) ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. Βασικές Έννοιες Μάρκετινγκ: Σκοπός της επιχείρησης (Drucker), Προσανατολισμός στην Αγορά, Αποδοτικότητα vs Αποτελεσματικότητα.
2. Αξία, Ικανοποίηση και Πίστη Πελάτη: Μάρκετινγκ Σχέσεων και Μακροχρόνιες Σχέσεις με τους πελάτες.
3. Σχεδιασμός και Στρατηγική Μάρκετινγκ: Στρατηγικό (SWOT) και Τακτικό Μάρκετινγκ (4P & 7P), Εφαρμογή.
4. Κριτική Θεώρηση της Έννοιας του Μάρκετινγκ: Μάρκετινγκ ως Ιδεολογία, Κοινωνικός Αντίκτυπος, περιορισμός στην Καινοτομία και πηγή νωθρότητας.
5. Ηθική και Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (ΕΚΕ): Ηθικά ζητήματα στο Μάρκετινγκ (4P - Ασφάλεια, Τιμολόγηση, Διαφήμιση, Αμοιβές Τοποθέτησης) και Πυραμίδα ΕΚΕ.
6. Εξειδικευμένες Προσεγγίσεις Μάρκετινγκ: Βιώσιμο, Κοινωνικό, Δίκαιο Εμπόριο και Μη Κερδοσκοπικό Μάρκετινγκ.
7. Ψηφιακό Μάρκετινγκ και Μέσα Επικοινωνίας: Ορισμός, Κοινωνικά Δίκτυα, Μηχανές Αναζήτησης (SEO), Ιστοσελίδες και Μάρκετινγκ Κινητών Τηλεφώνων.
8. Σχεδιασμός και Αξιολόγηση Ψηφιακής Καμπάνιας: Μοντέλο RACE, Ψηφιακή Δέσμευση, Ανάλυση Δεδομένων και η "Σκοτεινή Πλευρά" (Ασφάλεια, Ψηφιακό Χάσμα).
9. Διεθνής Στρατηγική Μάρκετινγκ: Αποφάσεις Παγκοσμιοποίησης vs Τοπικότητας (Multinational vs Global), Επιλογή Αγορών.
10. Μέθοδοι Εισόδου σε Ξένες Αγορές: Έμμεσες/Άμεσες Εξαγωγές, Αδειοδότηση, Κοινές Επιχειρήσεις, Άμεσες Επενδύσεις και Παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή.
11. Παγκόσμια Στρατηγική και Global Brands: Το δίλημμα Τυποποίηση vs Προσαρμογή (Glocal), Παγκόσμια Κουλτούρα και Δημογραφική Μετατόπιση.
12. Διαχείριση Παγκόσμιων Εμπορικών Σημάτων: Οι 3 Βασικές Διαστάσεις (Quality, Global Myth, Social Responsibility), 4 Τμήματα Καταναλωτών και το Μοντέλο REACH για Παγκόσμια Επέκταση.

### (4) ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ – ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

| ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ                               | Εξ αποστάσεως διαλέξεις                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                 |  |
|------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|--|
| ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ | <p>Χρήση της ηλεκτρονικής πλατφόρμας eclass.duth.gr:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Η επικοινωνία με τον διδάσκοντα, πέρα από τα μαθήματα στο αμφιθέατρο, γίνεται μέσω eclass.</li> <li>• Το eclass είναι το αποκλειστικό εργαλείο για να ενημερώνεται ο φοιτητής σχετικά με το μάθημα και οφείλει να παρακολουθεί συστηματικά τις ανακοινώσεις του διδάσκοντα.</li> </ul> |                                 |  |
| ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ                           | <b>Δραστηριότητα</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <b>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</b> |  |
|                                                | 5 Διαλέξεις                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 15 Ώρες                         |  |
|                                                | Μελέτη Θεωρίας & Επίλυση ασκήσεων                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 50 ώρες                         |  |
|                                                | Προετοιμασία για την τελική εξέταση                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 85 Ώρες                         |  |
|                                                | <b>Σύνολο μαθήματος</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | <b>150 Ώρες</b>                 |  |

|                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|--------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ<br/>ΦΟΙΤΗΤΩΝ</b> | <p>Η αξιολόγηση του μαθήματος πραγματοποιείται αποκλειστικά μέσω Τελικής Γραπτής Εξέτασης, η οποία βαθμολογείται στην κλίμακα 0-10. Η εξέταση ελέγχει την κατανόηση των βασικών εννοιών του Διεθνούς Μάρκετινγκ, καθώς και την ικανότητα του φοιτητή να εφαρμόζει κριτικά τα θεωρητικά μοντέλα σε ρεαλιστικά σενάρια.</p> <p>Η δομή της εξέτασης περιλαμβάνει δύο (2) διακριτά μέρη:<br/>Μέρος Α: Ερωτήσεις Πολλαπλής Επιλογής. Το μέρος αυτό ελέγχει το εύρος των γνώσεων και την κατανόηση της θεωρίας. Περιλαμβάνει ερωτήσεις που καλύπτουν όλο το φάσμα της ύλης (π.χ. έννοιες ΕΚΕ, μοντέλο RACE, μέθοδοι εισόδου, διαστάσεις Global Brands).</p> <p>Παράδειγμα: Αναγνώριση του σωστού ορισμού για την "πολιτισμική ρευστότητα" ή επιλογή της κατάλληλης στρατηγικής (Τυποποίηση vs Προσαρμογή) βάσει δεδομένων χαρακτηριστικών.</p> <p>Μέρος Β: Επίλυση Προβλημάτων &amp; Ανάλυση Σεναρίων με Τεκμηρίωση. Το μέρος αυτό ελέγχει την κριτική σκέψη και τη συνθετική ικανότητα. Δίνονται σύντομα επιχειρηματικά σενάρια (mini-cases) που αφορούν μια επιχείρηση η οποία επιδιώκει διεθνή επέκταση. Ο φοιτητής καλείται να απαντήσει σε ερωτήματα ανάπτυξης, τεκμηριώνοντας πλήρως την άποψή του.</p> <p>Η τεκμηρίωση πρέπει να βασίζεται στα εργαλεία που διδάχθηκαν (SWOT, PESTEL, 4Ps/7Ps, Μοντέλο REACH)..</p> |
|--------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

#### (5) ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

##### Βασική βιβλιογραφία:

- Βιβλίο [122074595]: Οι αρχές και η πρακτική του μάρκετινγκ, Jobber D., Ellis-Chadwick F.
- Βιβλίο [143562209]: Θεμελιώδεις Αρχές Μάρκετινγκ, Joseph P. Cannon, William D. Perreault Jr., E. Jerome McCarthy
- Βιβλίο [143548051]: Ψηφιακό μάρκετινγκ, Sachdev Raj (Συγγρ.) - Δημητριάδης Σέργιος, Τσουρέλα Μαρία, Γκριτζάλη Αλκμήνη, Ρηγόπουλος Κωνσταντίνος
- Βιβλίο [143556984]: Υπεροχή του ψηφιακού μάρκετινγκ, Smith PR, Chaffey D.