

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Προπτυχιακό		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΜΚΤ100	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	2 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Διαλέξεις	4	5	
ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Ανάπτυξης Δεξιοτήτων		
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ ΚΑΙ ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ	Ελληνικά		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS			
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	https://tourism.ionio.gr/gr/undergraduate-studies/courses/1331/		
ΣΕΛΙΔΑ E CLASS	https://opencourses.ionio.gr/courses/DTO199/		

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<ul style="list-style-type: none">• Να αποκτήσουν οι φοιτητές/φοιτήτριες το αναγκαίο θεωρητικό υπόβαθρο στο χώρο του Μάρκετινγκ και να κατανοήσουν τις βασικές έννοιες, αρχές και ζητήματα.• Να αναγνωρίσουν οι φοιτητές/φοιτήτριες τον σημαντικό ρόλο που διαδραματίζει η επιστήμη του Μάρκετινγκ δίνοντας έμφαση στη σύνδεση της θεωρίας με την πράξη.• Να εξοικειωθούν οι φοιτητές/φοιτήτριες με την εφαρμογή των θεωρητικών αρχών του Μάρκετινγκ σε πρακτικό επίπεδο αναλύοντας επιχειρηματικές στρατηγικές και πρακτικές.• Να κατανοήσουν οι φοιτητές/φοιτήτριες τη σπουδαιότητα του Μάρκετινγκ στον τομέα του τουρισμού και της φιλοξενίας.
Γενικές Ικανότητες

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

<p>Το μάθημα «Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ» έχει σκοπό να εισάγει τους φοιτητές στις βασικές έννοιες και αρχές της επιστήμης του Μάρκετινγκ, και να παρουσιάσει την εφαρμογή τους στο σύγχρονο επιχειρησιακό περιβάλλον, δίνοντας έμφαση στη σύνδεση της θεωρίας με την πράξη. Ενδεικτικά, στη θεματολογία του μαθήματος περιλαμβάνονται αντικείμενα όπως το μείγμα μάρκετινγκ (προϊόν, τιμολόγηση, κανάλια διανομής, προώθηση), η τμηματοποίηση, στόχευση και τοποθέτηση, και το εσωτερικό και εξωτερικό περιβάλλον του μάρκετινγκ. Τέλος, το μάθημα περιλαμβάνει μελέτες περιπτώσεων και διεθνή παραδείγματα από τον τομέα του τουρισμού και της φιλοξενίας, αλλά και από άλλους τομείς.</p> <p>Εβδομάδα 1: Εισαγωγή στις βασικές έννοιες του μάρκετινγκ</p> <p>Εβδομάδα 2: Στρατηγική μάρκετινγκ και κατανόηση ανταγωνιστών</p> <p>Εβδομάδα 3: Το περιβάλλον μάρκετινγκ</p>



- Εβδομάδα 4: Συμπεριφορά καταναλωτή
- Εβδομάδα 5: Τμηματοποίηση αγορών
- Εβδομάδα 6: Στόχευση και τοποθέτηση
- Εβδομάδα 7: Παρουσίαση Προσκεκλημένου Ομιλητή
- Εβδομάδα 8: Έρευνα μάρκετινγκ
- Εβδομάδα 9: Πολιτική προϊόντος και τιμολόγησης
- Εβδομάδα 10: Πολιτική διανομής
- Εβδομάδα 11: Πολιτική προώθησης
- Εβδομάδα 12: Επικοινωνία μάρκετινγκ
- Εβδομάδα 13: Σύνοψη μαθήματος

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη												
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Το μάθημα περιλαμβάνει τη χρήση video και πολυμέσων.												
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	<table><tr><td>Δραστηριότητα</td><td>Φόρτος Εξαμήνου</td></tr><tr><td>Διαλέξεις</td><td>52</td></tr><tr><td>Μελέτη και Ανάλυση</td><td>73</td></tr><tr><td>Βιβλιογραφίας</td><td></td></tr><tr><td>Σύνολο Μαθήματος</td><td>125</td></tr><tr><td>(ECTS: 5)</td><td></td></tr></table>	Δραστηριότητα	Φόρτος Εξαμήνου	Διαλέξεις	52	Μελέτη και Ανάλυση	73	Βιβλιογραφίας		Σύνολο Μαθήματος	125	(ECTS: 5)	
Δραστηριότητα	Φόρτος Εξαμήνου												
Διαλέξεις	52												
Μελέτη και Ανάλυση	73												
Βιβλιογραφίας													
Σύνολο Μαθήματος	125												
(ECTS: 5)													
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	Η αξιολόγηση του μαθήματος γίνεται μέσω ομαδικής προφορικής παρουσίασης και γραπτής εξέτασης.												

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., & Kotler, P. (2014). *Principles of marketing*. Pearson Australia.