

ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΜΕ ΕΜΦΑΣΗ ΣΕ ΝΑΥΤΙΛΙΑ ΚΑΙ ΛΙΜΕΝΕΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΛΙΜΕΝΩΝ ΚΑΙ ΝΑΥΤΙΛΙΑΣ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Προπτυχιακό		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	45132	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	5ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Μάρκετινγκ με Έμφαση Σε Ναυτιλία και Λιμένες		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ		ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
Διαλέξεις	3		6
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Μάθημα Ειδικού Υπόβαθρου		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:			
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	Υπάρχει η δυνατότητα (Εξαρτάται από τις αιτήσεις)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	https://eclass.uoa.gr/courses/PMS129		

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
Σκοπός του μαθήματος είναι να βοηθήσει τους/τις φοιτητές/φοιτήτριες να: - Κατανοήσουν τις βασικές έννοιες του Μάρκετινγκ και την λειτουργία του στην σύγχρονη επιχείρηση με έμφαση στη ναυτιλία. - Γνωρίσουν τις τεχνικές και τα εργαλεία προώθησης του προϊόντος/υπηρεσίας της ναυτιλιακής και λιμενικής επιχείρησης. - Αναγνωρίσουν την σημασία της διάδρασης και της επικοινωνίας της ναυτιλιακής επιχείρησης με την αγορά. Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές/τριες θα είναι σε θέση να: • Περιγράφουν και αναλύουν τις βασικές έννοιες της επιστήμης του Μάρκετινγκ, με έμφαση στη ναυτιλία και τους λιμένες, στα πλαίσια των οικονομικών και κοινωνικών Επιστημών, β) το κοινωνικό-οικονομικό περιβάλλον μέσα στο οποίο δρα και αναπτύσσεται το Μάρκετινγκ στο πλαίσιο των επιχειρήσεων και Οργανισμών και γ) το σκεπτικό του Μάρκετινγκ, τα πεδία εφαρμογής του και τις νέες μορφές εφαρμογής της σύγχρονης τεχνολογίας στο Μάρκετινγκ. • Χρησιμοποιούν τις βασικές έννοιες της επιστήμης του Μάρκετινγκ για την ερμηνεία των οικονομικών φαινομένων και συνθηκών της ναυτιλιακής και λιμενικής αγοράς. • Εξετάζουν τους τρόπους που οι επιχειρήσεις αντιδρούν στις μεταβολές αγοραστικής συμπεριφοράς των καταναλωτών. • Κατανοούν την λειτουργία του Μίγματος Μάρκετινγκ (Marketing Mix). • Εφαρμόζουν τη διαδικασία της Τμηματοποίησης (Segmentation) της ναυτιλιακής και λιμενικής αγοράς. • Αναλύουν το εξωεπιχειρησιακό και ενδοεπιχειρησιακό περιβάλλον της ναυτιλιακής και λιμενικής επιχείρησης, εστιάζοντας κυρίως στην ανάλυση δυνάμεων, αδυναμιών, ευκαιριών και απειλών (SWOT Analysis).
Γενικές Ικανότητες
• Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης. • Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών με τη χρήση των απαραίτητων τεχνολογιών. • Αυτόνομη εργασία. • Ομαδική εργασία.

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

i. Εισαγωγικά στοιχεία Marketing.
ii. Βασικές έννοιες και ορολογία.

- iii. Περιβάλλον Μάρκετινγκ.
- iv. Μείγμα Μάρκετινγκ – Νεότερες προσεγγίσεις (από τα 4Ps στα 4Cs).
- v. 4Ps προϊόντων: Προϊόν, Τιμολόγηση, Διανομή, Προώθηση.
- vi. 7Ps υπηρεσιών: Υπηρεσία, Τιμολόγηση, Διανομή, Προώθηση, Άνθρωποι, Διαδικασίες, Περιβάλλον επιχείρησης.
- vii. Τμηματοποίηση αγοράς.
- viii. Έρευνα Μάρκετινγκ.
- ix. Το Πρόγραμμα Marketing.
- x. Εργαλεία Marketing.
- xi. Μελέτες Περιπτώσεων (Case Studies).

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη. Εάν χρειαστεί, εξ αποστάσεως.	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Στην επικοινωνία με τους φοιτητές - Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου (ώρες)
	Διαλέξεις	39
	Αυτοτελής Μελέτη	55
	Μελέτες περιπτώσεων	56
	Σύνολο Μαθήματος	150
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	Γραπτή τελική εξέταση που περιλαμβάνει: - Ερωτήσεις ανάπτυξης δοκιμίου ή/και ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής. - Επίλυση ασκήσεων.	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:

- Πλωμαρίτου Ε. (2006). Marketing Ναυτιλιακών Επιχειρήσεων, Σταμούλη.
- Branch A. (2016). Maritime Economics: Management and Marketing, Routledge.
- Armstrong, G., and Kotler, P. (2009). Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ (1^η ε), Επίκεντρο.
- Πασχαλούδης, Δ. (2009). Μάρκετινγκ (1^η ε), Κριτική.
- Δημητριάδης, Σ., Τζωρτζάκη, Α. (2010). Μάρκετινγκ, Rosili.
- Vignali, C., Vranesovic, T. and Vrontis, D. (2008). Strategic Marketing and Retail Thought (1st e), Zagreb, Accent.
- Βασιλειάδης Λ. (2021). Μάρκετινγκ Μάνατζμεντ (1^η ε), Τσότρας, 2021.