

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΥΓΕΙΑΣ		
ΤΜΗΜΑ	ΒΙΟΪΑΤΡΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΤΟΜΕΑΣ ΟΠΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΟΠΤΟΜΕΤΡΙΑΣ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Προπτυχιακό		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	8022	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	8 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Διαλέξεις	3Θ	4	
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΜΓΥ (Επιλογής υποχρεωτικό)		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:			
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
Στόχος του μαθήματος αποτελεί η κατανόηση των βασικών εννοιών του Μάρκετινγκ και των Τεχνικών Πωλήσεων, καθώς και των κανόνων ανάπτυξης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων.

Μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος ο φοιτητής /τρια θα είναι σε θέση:

- να κατανοεί τις βασικές αρχές και κανόνες Μάρκετινγκ και των Τεχνικών Πωλήσεων.
- να εξοικειωθεί με τις μεθόδους και τους κανόνες του Μάρκετινγκ και των Τεχνικών Πωλήσεων.
- να γνωρίζει τρόπους επίλυσης προβλημάτων Μάρκετινγκ και να κάνει χρήση γνώσεων ανάπτυξης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων .

Γενικές Ικανότητες

- Αυτόνομη Εργασία
- Ομαδική Εργασία

ΠΕΡΙΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

- Σημασία του Marketing για την επιχείρηση. Αναλυτικές μέθοδοι Marketing-κύκλος ζωής προϊόντος. Ανάλυση ανταγωνισμού – Μακροοικονομικό περιβάλλον Ανάλυση της αγοραστικής συμπεριφοράς του καταναλωτή. Πρωτογενή - Δευτερογενή στοιχεία. Ερωτηματολόγιο-Πιλοτική ανάλυση. Στατιστικά δεδομένα και επεξεργασία. Συμπεράσματα-Εφαρμογές
- Η προβολή προϊόντων. Εφαρμογές της θεωρίας του καταναλωτή. Συνάρτηση παραγωγής-κόστους. Προσδιορισμός της συνάρτησης προσφοράς. Τέλειος ανταγωνισμός. Εφαρμογές. Βασικές έννοιες της διαφήμισης. Η παραγωγή και τα διαφημιστικά μέσα. Ο προσδιορισμός των στόχων και η μέτρηση των αποτελεσμάτων της διαφήμισης
- Λειτουργία των πωλήσεων. Προπαρασκευή -Προγραμματισμός - Προβλήματα και πολιτική διανομής προϊόντων. Προβλήματα και πολιτική προώθησης προϊόντων. Προβλήματα και πολιτική τιμολόγησης και πωλήσεων. Έλεγχος των πωλήσεων. Νομοθεσία και ρυθμιστικοί μηχανισμοί της αγοράς Οι πωλήσεις. Μέθοδος προσέγγισης πελάτη. Στρατηγική πωλήσεων. Βασικές κατηγορίες πωλήσεων. Διοίκηση πωλήσεων.

ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39
	Αυτοτελής μελέτη	51
	Σύνολο Μαθήματος	90
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	I. Γραπτή τελική εξέταση (100%)	

ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**Ελληνόγλωσση**

1. **Τεχνική λιανικών πωλήσεων** - Μαυρουλέας, Ν. - Αθήνα : Σταμούλης, 1994
2. **Τεχνική των πωλήσεων** - Elvy, B. Howard. - Αθήνα : Interbooks, 1979
3. **Μέθοδος δημιουργικής για την ανάπτυξη των πωλήσεων** - Μαγνήσαλης, Κ.Γ. - Αθήνα : Interbooks, 1990
4. **Ανάπτυξη λιανικών πωλήσεων** - Εξαδάκτυλος, Νικόλαος. - Αθήνα : Έλλην, 1996
5. **Πως να πουλάτε οτιδήποτε σ'οποιοδήποτε** - Girard, Joe. - Αθήνα : Αναστασιάδης, 1996
6. **Τεχνική του πωλητού** - Κατσούλας, Γ. - Αθήνα , 1974

7. **Αποτελεσματική οργάνωση και διοίκηση πωλήσεων** - Αυλωνίτης, Γεώργιος Ι. - Αθήνα : Σταμούλης, 1997

8. **Πώληση και διαχείριση πωλήσεων** - Hisrich, RobertD. - Αθήνα : SingularPublications, 1995

Ξενόγλωσση

9. **Marketing** - Toussaint, J. C. - Αθήναι : Παμισός, 1971

10. **Strategic marketing management 1997-98** - Paul Fifield and Colin Gilligan. – Oxford : Butterworth-Heinemann, 1997

11. **Trade marketing strategies** - Geoffrey Randall. - Oxford ; Boston : Butterworth-Heinemann, 1994

12. **Marketing plans** - Oxford ; Boston : Butterworth-Heinemann, 1999

13. **Marketing ethics** - Bodo B. Schlegelmilch. - London ; Boston : International Thomson Business Press, 1998

14. **Marketing plans** - Malcolm H.B. McDonald. - Oxford ; Boston : Butterworth-Heinemann, 1995