



## Διάγραμμα Μαθήματος

<b>Κωδικός Μαθήματος</b>	<b>Τίτλος Μαθήματος</b>	<b>Πιστωτικές Μονάδες ECTS</b>
MBAN-716DG	Μάρκετινγκ Επιχειρησιακών Υπηρεσιών	7.5
<b>Προαπαιτούμενα</b>	<b>Τμήμα</b>	<b>Εξάμηνο</b>
MBAN- 667DG	Σχολή Διοίκησης Επιχειρήσεων	Χειμερινό, Εαρινό, Καλοκαιρινό
<b>Κατηγορία Μαθήματος</b>	<b>Γνωστικό Πεδίο</b>	<b>Γλώσσα Διδασκαλίας</b>
Επιλογής	Μάρκετινγκ	Ελληνικά
<b>Επίπεδο Σπουδών</b>	<b>Διδάσκων</b>	<b>Έτος Σπουδών</b>
2 <sup>ος</sup> Κύκλος	Δρ Ιωάννα Παπασολωμού	1 <sup>ο</sup> ή 2 <sup>ο</sup>
<b>Τρόπος Διδασκαλίας</b>	<b>Πρακτική Άσκηση</b>	<b>Συναπαιτούμενα</b>
Εξ Αποστάσεως	N/A	Κανένα

### Στόχοι Μαθήματος:

Οι βασικοί στόχοι του μαθήματος είναι:

- Αναλύσει τον χώρο του μάρκετινγκ των υπηρεσιών και τις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι οργανισμοί οι οποίοι δραστηριοποιούνται σε αυτό το χώρο.
- Μελετήσει τα βασικά χαρακτηριστικά των υπηρεσιών και να εξετάσει πως αυτά επιρεάζουν τις στρατηγικές μάρκετινγκ που υιοθετούν οι οργανισμοί
- Εξετάσει τα εργαλεία του μείγματος μάρκετινγκ που πρέπει να υιοθετούν οι οργανισμοί οι οποίοι δραστηριοποιούνται στον χώρο των υπηρεσιών
- Αναλύσει βασικές έννοιες οι οποίες έχουν τεράστια σημασία στο χώρο των υπηρεσιών όπως είναι η έννοια της εξυπηρέτησης πελατών, της ποιότητας, συμπεριφοράς καταναλωτών, «στιγμές αλήθειας» και άλλες.

### Μαθησιακά Αποτελέσματα:

Μετά την ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές θα είναι σε θέση να:

1. Αναλύσει την έννοια του μάρκετινγκ των υπηρεσιών και τις ιδιαιτερότητες που το χαρακτηρίζουν.
2. Αξιολογήσει τα χαρακτηριστικά των υπηρεσιών και πως αυτά επιρεάζουν τις στρατηγικές μάρκετινγκ των υπηρεσιών.
3. Εξετάσει την συμπεριφορά των καταναλωτών και πιο συγκεκριμένα τα χαρακτηριστικά εκείνα που επηρεάζουν τις αποφάσεις των καταναλωτών.
4. Αναλύσει την «Διαδικασία Απόφασης Αγοράς» την οποία υιοθετούν οι

καταναλωτές στην περίπτωση των υπηρεσιών.

5. Εξετάσει σε βάθος την έννοια της ποιότητας η οποία με βάση εμπειρικών μελετών είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με καλύτερα οικονομικά αποτελέσματα, διατήρηση πελατολογίου, υψηλότερο μερίδιο αγοράς και με άλλες μορφές της απόδοσης μιας επιχείρησης.

6. Αναλύσει την έννοια της εξυπηρέτησης των πελατών η οποία έχει αποκτήσει αυξανόμενη σημασία για τα στελέχη του μάρκετινγκ των υπηρεσιών.

7. Εκτιμήσει τον σημαντικό ρόλο της διοίκησης του ανθρώπινου παράγοντα στους οργανισμούς υπηρεσιών και την αναγκαιότητα της υιοθέτησης μιας στρατηγικής εσωτερικού μάρκετινγκ.

8. Αναλύσει τον ρόλο της οργάνωσης των διαδικασιών εξυπηρέτησης στη διαμόρφωση της εμπειρίας του πελάτη.

9. Αναλύσει ζητήματα και στρατηγικές σχετικά με την τιμολόγηση υπηρεσιών.

10. Εκτιμήσει τον σημαντικό ρόλο των τεχνικών και στρατηγικών επικοινωνίας το οποίο αποτελεί αναπόσπαστο στοιχείο της στρατηγικής μάρκετινγκ της επιχείρησης.

11. Εξετάσει τον ρόλο της διοίκησης διανομής για επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών.

### **Περιεχόμενο Μαθήματος:**

1. Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ των Υπηρεσιών (π.χ. έννοια και χαρακτηριστικά)
2. Συμπεριφορά Καταναλωτών
3. Ποιότητα Υπηρεσιών
4. Εξυπηρέτηση Πελατών
5. Διοίκηση Ανθρώπινου Παράγοντα
6. Εσωτερικό Μάρκετινγκ
7. Ο ρόλος της Οργάνωσης των Διαδικασιών Εξυπηρέτησης
8. Διοίκηση του Χαρτοφυλακίου των Προϊόντων μιας Επιχείρησης Παροχής Υπηρεσιών
9. Τιμολόγηση Υπηρεσιών
10. Στρατηγικές Επικοινωνίας
11. Διοίκηση Διανομής για Επιχειρήσεις Παροχής Υπηρεσιών

### **Μαθησιακές Δραστηριότητες και Διδακτικές Μέθοδοι:**

Ηλεκτρονικές παρουσιάσεις, online συζητήσεις, ακαδημαϊκά άρθρα, ερωτήσεις, φιλμάρια, εργασίες

### **Μέθοδοι Αξιολόγησης:**

Εργασία, Τελική Εξέταση

**Απαιτούμενα Διδακτικά Εγχειρίδια και Βιβλιογραφία:**

Τίτλος	Συγγραφέας	Εκδοτικός Οίκος	Έτος	ISBN
Σημειώσεις PDF	Δρ Ιωάννα Παπασολωμού	Moodle, UNIC	2017	
Μάρκετινγκ Υπηρεσιών, 3 <sup>η</sup> έκδοση	Γούναρης, Σπύρος και Καραντίνου Καλυψώ	Εκδόσεις Rosili	2015	978-960-7745-39-2
Μάρκετινγκ Υπηρεσιών, 2 <sup>η</sup> έκδοση	Γούναρης, Σπύρος	Εκδόσεις Rosili	2012	978-960-7745-29-3

**Προτεινόμενα Διδακτικά Εγχειρίδια και Συμπληρωματική Βιβλιογραφία:**

Τίτλος	Συγγραφέας	Εκδοτικός Οίκος	Έτος	ISBN
Principles of Services Marketing (6th and 7th Edition)	Palmer, Adrian.	McGraw Hill Editions	2011 και 2016	13-978-0-07-712951-4 and 13978-0-07-712951-4 respectively
Services Marketing, 6 <sup>th</sup> Edition	Valarie Zeithaml, Mary Jo Bitner and Dwayne Gremler	McGraw Hill	2013	13: 978-0078112058 10: 0078112052
Services Marketing, 7 <sup>th</sup> Edition	Valarie Zeithaml, Mary Jo Bitner and Dwayne Gremler	McGraw Hill	2018 [Once it is published]	10: 0078112109, 13: 9780078112102
Essential of Services Marketing, 2 <sup>nd</sup> Edition	Jochen Wirtz, Patricia Chew, Christopher Loveloc	Pearson Education South Asia	2012	978-981-06-8618-5