

MBAN 645DG - Παγκόσμιο, Διεθνές Μάρκετινγκ

Τίτλος μαθήματος	Παγκόσμιο, Διεθνές Μάρκετινγκ				
Κωδικός μαθήματος	MBAN 645DG				
Τύπος μαθήματος	Επιλεγόμενο Κατεύθυνσης				
Επίπεδο	2 ^{ος} κύκλος				
Έτος /Εξάμηνο	1 ^ο ή 2 ^ο / Χειμερινό, Εαρινό, Καλοκαιρινό				
Όνομα διδάσκοντα	Αύρος Μορφίτης				
ECTS	6	Διαλέξεις/ εβδομάδα	1/εβδομάδα	Εργαστήρια/ εβδομάδα	N/A
Σκοπός και στόχοι μαθήματος	Κατανόηση των θεμελιωδών αρχών του παγκόσμιου και διεθνούς μάρκετινγκ, συμπεριλαμβανομένης της δυναμικής της παγκόσμιας αγοράς και των στρατηγικών επιπτώσεων των πολιτιστικών, οικονομικών και πολιτικών παραγόντων. Εξερεύνηση των μηχανισμών του διεθνούς εμπορίου και των ρυθμιστικών περιβαλλόντων στα οποία πρέπει να κινηθούν οι έμποροι όταν δραστηριοποιούνται σε διαφορετικές χώρες. Διερεύνηση του ρόλου των παγκόσμιων πληροφοριακών συστημάτων και των προηγμένων τεχνικών έρευνας αγοράς στη συλλογή και ανάλυση δεδομένων για την τμηματοποίηση της αγοράς, την τοποθέτηση και τη στόχευση. Εξέταση διάφορων στρατηγικών εισόδου και επέκτασης στην παγκόσμια αγορά, συμπεριλαμβανομένων της αδειοδότησης, των κοινοπραγιών και των στρατηγικών συμμαχιών, αξιολογώντας την καταλληλότητά τους για διαφορετικούς τύπους επιχειρήσεων και συνθήκες αγοράς. Εφαρμογή κριτικής σκέψης και δεξιοτήτων επίλυσης προβλημάτων για τον σχεδιασμό και την υλοποίηση αποτελεσματικών διεθνών εκστρατειών μάρκετινγκ που ενσωματώνουν στρατηγικές ανάπτυξης προϊόντων, τιμολόγησης, διανομής και επικοινωνίας προσαρμοσμένες στις παγκόσμιες και διεθνείς αγορές.				
Μαθησιακά αποτελέσματα	Αξιολόγηση του αντίκτυπου των παγκόσμιων οικονομικών, εμπορικών και πολιτιστικών παραγόντων στις διεθνείς και παγκόσμιες στρατηγικές μάρκετινγκ και εκτίμηση του πώς τα στοιχεία αυτά επηρεάζουν τις αποφάσεις μάρκετινγκ. Αξιοποίηση σύνθετων δεδομένων έρευνας αγοράς για τον εντοπισμό των προτύπων συμπεριφοράς των καταναλωτών και των τάσεων της αγοράς για την αποτελεσματική τμηματοποίηση, τοποθέτηση και στόχευση διαφορετικών παγκόσμιων αγορών. Σχεδιασμός στρατηγικών προϊόντων και εμπορικών σημάτων που αξιοποιούν τις διαπολιτισμικές γνώσεις και ανταποκρίνονται στις προκλήσεις της διαχείρισης εμπορικών σημάτων σε πολλαπλές διεθνείς και παγκόσμιες αγορές, διατηρώντας παράλληλα συνεπή μηνύματα του εμπορικού σήματος.				

	Κριτική των παγκόσμιων στρατηγικών επικοινωνίας μάρκετινγκ, συμπεριλαμβανομένης της διαφήμισης, των δημόσιων σχέσεων και των ψηφιακών προσπαθειών μάρκετινγκ, για να διασφαλιστεί η αποτελεσματικότητα σε παγκόσμιες και διεθνείς αγορές και περιβάλλοντα, διασφαλίζοντας την τήρηση ηθικών και βιώσιμων κριτηρίων.		
Προαπαιτούμενα	MBAN 650G	Συναπαιτούμενα	ΟΧΙ
Περιεχόμενο μαθήματος	Εβδομάδα 1 Εισαγωγή στο παγκόσμιο και διεθνές μάρκετινγκ Εξετάζει τις θεμελιώδεις έννοιες του μάρκετινγκ σε παγκόσμιο πλαίσιο, συζητώντας τις βασικές διαφορές μεταξύ του εγχώριου και του διεθνούς μάρκετινγκ. Εβδομάδα 2 Κατανόηση του παγκόσμιου οικονομικού περιβάλλοντος Εξετάζει τις επιπτώσεις των παγκόσμιων οικονομικών συστημάτων στις στρατηγικές μάρκετινγκ, συμπεριλαμβανομένων των συναλλαγματικών ισοτιμιών, της παγκοσμιοποίησης και της οικονομικής ολοκλήρωσης. Εβδομάδα 3 Πλοήγηση στα πλαίσια του διεθνούς εμπορίου Καλύπτει τα πλαίσια που διέπουν το διεθνές εμπόριο, συμπεριλαμβανομένων των δασμών, των εμπορικών συμφωνιών και των διεθνών εμπορικών οργανισμών. Εβδομάδα 4 Πολιτιστικές, πολιτικές και νομικές επιρροές Διερευνά πώς το πολιτιστικό, πολιτικό και νομικό περιβάλλον επηρεάζει τις στρατηγικές μάρκετινγκ και τη συμπεριφορά των καταναλωτών σε διάφορες χώρες. Εβδομάδα 5 Παγκόσμια πληροφοριακά συστήματα και έρευνα αγοράς Συζητά τη χρήση των πληροφοριακών συστημάτων και των τεχνικών έρευνας αγοράς για τη συλλογή και ανάλυση δεδομένων για τη λήψη αποφάσεων διεθνούς μάρκετινγκ. Εβδομάδα 6 Συμπεριφορά του καταναλωτή και ανάλυση της αγοράς Αναλύει τα πρότυπα συμπεριφοράς των καταναλωτών στις διεθνείς αγορές και αξιολογεί τις μεθόδους για την αποτελεσματική ανάλυση της αγοράς. Εβδομάδα 7 Στρατηγική τμηματοποίηση, στόχευση και τοποθέτηση Διερευνά στρατηγικές για την τμηματοποίηση, τη στόχευση και την τοποθέτηση προϊόντων σε διαφορετικές παγκόσμιες αγορές. Εβδομάδα 8 Στρατηγικές εισόδου και επέκτασης στην αγορά Εξετάζει διάφορες στρατηγικές εισόδου και επέκτασης, συμπεριλαμβανομένων των εξαγωγών, της αδειοδότησης και των άμεσων ξένων επενδύσεων. Εβδομάδα 9 Παγκόσμια και διεθνής διαχείριση προϊόντων Επικεντρώνεται στη στρατηγική προϊόντων και τη διαχείριση εμπορικών σημάτων σε πολλαπλές διεθνείς αγορές. Εβδομάδα 10 Διεθνείς στρατηγικές τιμολόγησης		

	Διερευνά στρατηγικές για την τιμολόγηση προϊόντων σε διεθνές επίπεδο, λαμβάνοντας υπόψη παράγοντες όπως το κόστος, η ζήτηση και ο ανταγωνισμός. Εβδομάδα 11 Σχεδιασμός παγκόσμιων καναλιών διανομής Συζητά τη δομή και τη διαχείριση των αλυσίδων διανομής και εφοδιασμού σε παγκόσμια κλίμακα. Εβδομάδα 12 Παγκόσμια επικοινωνία μάρκετινγκ και προωθητικές ενέργειες Καλύπτει τις ολοκληρωμένες επικοινωνίες μάρκετινγκ, συμπεριλαμβανομένης της διαφήμισης, των δημόσιων σχέσεων και των προωθητικών ενεργειών πωλήσεων για διεθνές κοινό.
Μεθοδολογία διδασκαλίας	Διαλέξεις Διδακτικού Προσωπικού και Σεμινάρια με επισκέπτες-διαλέξεις Κατευθυνόμενη και συμπληρωματική ανάγνωση Συζήτηση ακαδημαϊκού κειμένου Ανάλυση μελέτης περίπτωσης, Εργαστήρια Ομαδική εργασία Παρουσιάσεις υπό την καθοδήγηση των φοιτητών Διαδραστικό παιχνίδι ρόλων
Βιβλιογραφία	International Marketing, Czinkota, M. R., Ronkainen, I. A., & Cui, C. C., Cengage Learning, 2023, 978-0357445129 Global Marketing Keegan, W. J., & Green, M. C., Pearson 2020 , 978-0134899756
Αξιολόγηση	Ομαδική εργασία και παρουσίαση Τελική εξέταση Εβδομαδιαίες εργασίες και δραστηριότητες
Γλώσσα	Ελληνική