



Διάγραμμα Μαθήματος

Κωδικός Μαθήματος	Τίτλος Μαθήματος	Πιστωτικές Μονάδες
MBAN-749DG	Μάρκετινγκ Επιχειρησιακών Υπηρεσιών	6
Προαπαιτούμενα	Τμήμα	Εξάμηνο
MBAN-650DG	Σχολή Διοίκησης Επιχειρήσεων	Φθινοπωρινό, Εαρινό
Κατηγορία Μαθήματος	Γνωστική Περιοχή	Γλώσσα Διδασκαλίας
Κατεύθυνσης	Μάρκετινγκ	Ελληνική
Επίπεδο Σπουδών	Διδάσκουσα	Έτος Σπουδών
2 ^{ος} Κύκλος	Καθ. Ιωάννα Παπασολωμού	1 ^ο ή 2 ^ο
Μέθοδος Διδασκαλίας	Πρακτική Άσκηση	Συναπαιτούμενα
Εξ Αποστάσεως	N/A	Κανένα

Στόχοι του Μαθήματος:

Οι βασικοί στόχοι του μαθήματος είναι να:

- Αναλύσει τον χώρο του μάρκετινγκ των υπηρεσιών και τις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι οργανισμοί οι οποίοι δραστηριοποιούνται σε αυτό τον χώρο.
- Μελετήσει τα βασικά χαρακτηριστικά των υπηρεσιών και να εξετάσει πώς αυτά επηρεάζουν 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 στον 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, κάθε φοιτητής θα είναι σε θέση να:

1. Αναλύσει την έννοια του μάρκετινγκ των υπηρεσιών και τις ιδιαιτερότητες που το χαρακτηρίζουν και να αξιολογήσει τα χαρακτηριστικά των υπηρεσιών και πώς αυτά επηρεάζουν τις στρατηγικές μάρκετινγκ των υπηρεσιών.
2. Εξετάσει την συμπεριφορά των καταναλωτών και πιο συγκεκριμένα τα χαρακτηριστικά εκείνα που επηρεάζουν τις αποφάσεις των καταναλωτών.

3. Αναλύσει την «Διαδικασία Απόφασης Αγοράς» την οποία υιοθετούν οι καταναλωτές στην περίπτωση των υπηρεσιών.
4. 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.
5. Αναλύσει την έννοια της εξυπηρέτησης των πελατών η οποία έχει αποκτήσει αυξανόμενη σημασία για τα στελέχη του μάρκετινγκ των υπηρεσιών.
6. Εκτιμήσει τον σημαντικό ρόλο της διοίκησης του ανθρώπινου παράγοντα στους οργανισμούς υπηρεσιών και την αναγκαιότητα της υιοθέτησης μιας στρατηγικής εσωτερικού μάρκετινγκ.
7. Αναλύσει τον ρόλο της οργάνωσης των διαδικασιών εξυπηρέτησης στη διαμόρφωση της εμπειρίας του πελάτη καθώς και ζητημάτων και στρατηγικών σχετικά με την τιμολόγηση υπηρεσιών.
8. Εκτιμήσει τον σημαντικό ρόλο των τεχνικών και στρατηγικών επικοινωνίας το οποίο αποτελεί αναπόσπαστο στοιχείο της στρατηγικής μάρκετινγκ της επιχείρησης.
9. Εξετάσει τον ρόλο της διοίκησης διανομής για επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών.

"Η λεπτομερής συνεισφορά των γνωστικών αποτελεσμάτων κάθε μαθήματος ως προς τους γνωστικούς στόχους/ γνωστικές δεξιότητες καθώς και τους ειδικούς στόχους ενός προγράμματος σπουδών περιλαμβάνεται στο πίνακα γνωστικού περιεχομένου καθενός προγράμματος"

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/Διδακτικές Μέθοδοι:

Ηλεκτρονικές παρουσιάσεις, online συζητήσεις, ακαδημαϊκά άρθρα, ερωτήσεις, YouTube φιλμάκια, εργασίες

Μέθοδοι Αξιολόγησης:

Τελική εξέταση, Εργασία Μαθήματος, Εβδομαδιαίες δια δραστικές δραστηριότητες

Απαιτούμενα Διδακτικά Εγχειρίδια και Βιβλιογραφία:

Τίτλος	Συγγραφέας	Εκδόσεις	Έτος	ISBN
Εβδομαδιαίες Σημειώσεις PDF	Δρ Ιωάννα Παπασολωμού	Moodle, UNIC	2020	
Μάρκετινγκ Υπηρεσιών, 3 ^η έκδοση	Γούναρης, Σπύρος και Καραντίνου Καλυψώ	Εκδόσεις Rosili	2015	978-960-7745-39-2
Μάρκετινγκ Υπηρεσιών, 2 ^η έκδοση	Γούναρης, Σπύρος	Εκδόσεις Rosili	2012	978-960-7745-29-3

Προτεινόμενα Διδακτικά Εγχειρίδια και Συμπληρωματική Βιβλιογραφία:

Τίτλος	Συγγραφέας	Εκδότης	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 th Edition	<u>Valarie Zeithaml</u> , <u>Mary Jo Bitner</u> and <u>Dwayne Gremler</u>	McGraw Hill	2013	13: 978-0078112058 10: 0078112052
Services Marketing, 7 th Edition	<u>Valarie Zeithaml</u> , <u>Mary Jo Bitner</u> and <u>Dwayne Gremler</u>	McGraw Hill	2018	10: 0078112109, 13: 9780078112102
Essential of Services Marketing, 2 nd Edition	Jochen Wirtz, Patricia Chew, Christopher Lovelock	Pearson Education South Asia	2012	978-981-06-8618-5