



Διάγραμμα Μαθήματος

Κωδικός Μαθήματος MBAN-753DG	Τίτλος Μαθήματος Διεθνές Μάρκετινγκ	Πιστωτικές Μονάδες ECTS 6
Προαπαιτούμενα MBAN-650DG	Τμήμα Σχολή Διοίκησης Επιχειρήσεων	Εξάμηνο Φθινοπωρινό, Εαρινό
Κατηγορία Μαθήματος Κατεύθυνσης	Γνωστικό Πεδίο Μάρκετινγκ	Γλώσσα Διδασκαλίας Ελληνική
Επίπεδο Σπουδών 2 ^{ος} Κύκλος	Διδάσκων Δρ. Παρασκευή Δεκούλου	Έτος Σπουδών 1 ^ο ή 2 ^ο
Τρόπος Διδασκαλίας Εξ Αποστάσεως	Πρακτική Άσκηση N/A	Συναπαιτούμενα Κανένα

Στόχοι του Μαθήματος:

Οι διευθυντές χρειάζονται δεξιότητες για να μπορέσουν να αντιδράσουν σε ένα μεταβαλλόμενο κόσμο και ένα όραμα για να καθοδηγήσει το επόμενο βήμα της εταιρείας τους. Κατά την προετοιμασία για τις προκλήσεις αυτές, αυτό το μάθημα έχει σχεδιαστεί για να παρέχει στους φοιτητές μια βαθιά κατανόηση του μάρκετινγκ σε ένα διεθνές πλαίσιο, και να δοθούν τα ανάλογα εφόδια για τη απόκτηση πρακτικών και ερευνητικών ικανοτήτων μάρκετινγκ. Αυτές οι ικανότητες θα βοηθήσουν τον μελλοντικό διευθυντή ή επιχειρηματία να διαχειριστεί αποτελεσματικά τις ιδιαιτερότητες και τις αντιξοότητες που είναι δεδομένο ότι θα αντιμετωπίσει στην προσπάθειά να προωθήσει τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της επιχείρησής του στις αγορές ξένων χωρών. Το μάθημα αυτό θα εξετάσει θέματα σχετικά με τη διαμόρφωση και τη σύνταξη του διεθνούς σχεδίου μάρκετινγκ και απευθύνεται σε μεταπτυχιακούς φοιτητές που επιθυμούν να αποκτήσουν μια σύγχρονη προσέγγιση στο διεθνές μάρκετινγκ.

Μαθησιακά Αποτελέσματα:

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

- Επιδεικνύουν εις βάθος γνώση των θεωριών και βασικών εννοιών, εργαλείων και μοντέλων που χρησιμοποιούνται στο μάρκετινγκ, και πως αυτά μπορούν να εφαρμοστούν σε εθνικό και διεθνές επίπεδο, καθώς και σε διάφορους οργανισμούς.
- Αναπτύξουν κριτική σκέψη και ανάλυση, να επιλέγουν και να εφαρμόζουν κατάλληλα εργαλεία και μετρήσεις για την επίλυση διεθνών προβλημάτων μάρκετινγκ, και αιτιολόγηση των στρατηγικών αποφάσεων μάρκετινγκ
- Αξιολογούν αποτελεσματικά και να διαχειρίζονται οικονομικές επιπτώσεις του μάρκετινγκ και των διεθνών αποφάσεων μάρκετινγκ

- Επιδεικνύουν γνώσεις και δεξιότητες για κριτική αξιολόγηση του διεθνές επιχειρηματικού περιβάλλοντος
- Αναπτύξουν υψηλό επίπεδο ενημέρωσης, ευαισθητοποίησης σε διαφορετικές λειτουργικές προτεραιότητες της εταιρίας, σε πολιτιστική συνείδηση και ευαισθησία στη διαφορετικότητα, σε σχέση με λήψης αποφάσεων σε διεθνές επίπεδο

"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:

- Εισαγωγή στο Διεθνές Μάρκετινγκ (Πανηγυράκης, Κεφάλαιο 1)
- Οι Στρατηγικές του Διεθνούς Μάρκετινγκ (Πανηγυράκης, Κεφάλαιο 2),
- Το Διεθνές Οικονομικό Περιβάλλον (Πανηγυράκης, Κεφάλαιο 3)
- Το Διεθνές Πολιτισμικό Περιβάλλον (Πανηγυράκης, Κεφάλαιο 4)
- Το Διεθνές Πολιτικό και Νομικό Περιβάλλον (Πανηγυράκης, Κεφάλαιο 5)
- Επιλογή Στρατηγικής Εισόδου σε Αγορές του Εξωτερικού (Πανηγυράκης, Κεφάλαιο 7)
- Διεθνής Πολιτική Προϊόντος και Υπηρεσιών (Πανηγυράκης, Κεφάλαια 8,9)
- Διεθνής Τιμολογιακή Πολιτική (Πανηγυράκης, Κεφάλαιο 10)
- Διεθνής Διαφήμιση (Πανηγυράκης, Κεφάλαιο 11)
- Διεθνές Διανομή (Πανηγυράκης, Κεφάλαιο 13)
- Σχεδιασμός, Οργάνωση και Έλεγχος της Διεθνούς Επιχείρησης (Πανηγυράκης, Κεφάλαιο 14)

Μαθησιακές Δραστηριότητες/Διδακτικές Μεθόδους:

Ηλεκτρονικές παρουσιάσεις, online συζητήσεις, εκπαιδευτικές περιπτώσιολογίες, φιλμάρια, ηλεκτρονικά άρθρα

Μέθοδοι Αξιολόγησης:

Εβδομαδιαίες Απολογιστικές Εργασίες, Απολογιστική Ατομική Εργασία, Τελική εξέταση

Απαιτούμενα Διδακτικά Εγχειρίδια και Βιβλιογραφία:

Τίτλος	Συγγραφέας	Εκδότης	Έτος	ISBN	Πρόσβαση μέσω βιβλιοθήκης UNIC*
Σημειώσεις PDF	Μελανθίου, Γιούλα	Moodle, UNIC	2020		
Διεθνές Μάρκετινγκ	Πανηγυράκης, Γεώργιος	Εκδόσεις Σταμούλη Α.Ε.	2013	978-960-351-914-0	Έντυπη μορφή

Συμπληρωματική Βιβλιογραφία (Αγγλικά):

Τίτλος	Συγγραφέας	Εκδότης	Έτος	ISBN	Πρόσβαση μέσω βιβλιοθήκης UNIC*
Global Marketing, 9 th Edition	Keegan, W.J., and Green, M.C.	Pearson	2016	78-0134129945	Έντυπη μορφή
International Marketing Management : Strategies, Concepts and Cases in Europe	Glowik, M., Smyczek, S., and Engel-Haas, C.	Munich [Germany] : De Gruyter Oldenbourg	2011	9783486709223	Ηλεκτρονική μορφή – EBook. Κάντε κλικ εδώ
Global Marketing Management	Sherlekar, S.A. Sherlekar, V.S.	Himalaya Publishing House	2009	9789350432105	Ηλεκτρονική μορφή – EBook. Κάντε κλικ εδώ

* Πρόσβαση σε έντυπο και ηλεκτρονικό υλικό που παρέχεται μέσω της βιβλιοθήκης του UNIC. (Για να αποκτήσετε πρόσβαση σε e-books θα πρέπει να είστε στις εγκαταστάσεις του Πανεπιστημίου, διαφορετικά, θα πρέπει να αλλάξετε τις ρυθμίσεις proxy του browser σας, ακολουθώντας τις οδηγίες που παρέχονται [εδώ](#) ή επικοινωνήστε με τη Βιβλιοθήκη