

**ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ**

**ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ – Κ1300**

**ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ ΛΑΠΑΤΙΝΑΣ, ΜΑΝΘΟΣ ΝΤΕΛΗΣ**

**ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ**

**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ**

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	3
2. ΓΙΑΤΙ ΝΑ ΕΓΓΡΑΦΩ Σ' ΕΝΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΞ ΑΠΟΣΤΑΣΕΩΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ.....	4
3. ΓΙΑΤΙ ΝΑ ΕΓΓΡΑΦΩ ΣΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΤΗΣ ΕΞ ΑΠΟΣΤΑΣΕΩΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ «ΣΥΝΕΧΙΖΟΜΕΝΗ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗ – ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΑ» .....	5
4. ΣΕ ΠΟΙΟΥΣ ΑΠΕΥΘΥΝΕΤΑΙ ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ .....	6
5. ΠΩΣ ΓΙΝΕΤΑΙ Η ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΩΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΟΜΕΝΩΝ ΣΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ.	7
6. ΣΚΟΠΟΣ ΤΟΥ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ.....	8
7. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΤΟΥ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ .....	11
8. ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΟΥ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΚΟΣΤΟΣ ΦΟΙΤΗΣΗΣ .....	16
9. ΤΡΟΠΟΣ ΕΞΕΤΑΣΗΣ ΚΑΙ ΒΑΘΜΟΛΟΓΗΣΗΣ .....	16
10. ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΤΟΥ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ .	17

## **1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

Οι σημερινές ευρωπαϊκές κοινωνίες χαρακτηρίζονται από τον συνεχώς διευρυνόμενο ρόλο της γνώσης στην οικονομική και κοινωνική ζωή των ευρωπαϊκών κοινωνιών. Η απόκτηση της γνώσης είναι συνεχής και δεν σταματά πλέον με τη φοίτηση στην τυπική εκπαίδευση (λύκειο, πανεπιστήμιο). Η δια βίου εκπαίδευση και μάθηση συμπληρώνει την τυπική εκπαίδευση και αποτελεί αναπόσπαστο τμήμα της εκπαιδευτικής διαδικασίας. Στα πλαίσια αυτά ο ρόλος της εξ' αποστάσεως εκπαίδευσης καθίσταται ολοένα και σημαντικότερος. Τα προγράμματα της εξ' αποστάσεως εκπαίδευσης απευθύνονται σε όλους τους πολίτες χωρίς να θέτουν γεωγραφικούς και χρονικούς περιορισμούς.

Το Εργαστήριο Εφαρμοσμένης Οικονομικής και Κοινωνικής Πολιτικής (Ε.Ε.Ο.Κ.Π) του Τμήματος Οικονομικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Ιωαννίνων ανταποκρινόμενο στις σύγχρονες ανάγκες της ελληνικής κοινωνίας αναπτύσσει το πρόγραμμα της εξ' αποστάσεως εκπαίδευσης «Συνεχιζόμενη Κατάρτιση – Οικονομία και Κοινωνία».

Σκοπός του εν λόγω προγράμματος είναι η παροχή, μέσω του διαδικτύου, γνώσεων σε εξειδικευμένα γνωστικά αντικείμενα που ζητούνται σήμερα στην αγορά εργασίας. Με τον τρόπο αυτό οι εκπαιδευόμενοι εμπλουτίζουν τις γνώσεις τους, αποκτούν εφόδια και καθίστανται παραγωγικότεροι και ανταγωνιστικότεροι μέσα στην κοινωνία.

## **2. ΓΙΑΤΙ ΝΑ ΕΓΓΡΑΦΩ Σ' ΕΝΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΞ ΑΠΟΣΤΑΣΕΩΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ**

Η εγγραφή σε ένα πρόγραμμα εξ αποστάσεως εκπαίδευσης προσφέρει εξειδικευμένες γνώσεις, δεν απαιτεί την παραμονή του ατόμου σε συγκεκριμένο γεωγραφικό χώρο και σε συγκεκριμένο χρονικό διάστημα. Παρέχει τη δυνατότητα στον εκπαιδευόμενο να καταναίμει το χρόνο της μελέτης του όπως εκείνος επιθυμεί λαμβάνοντας υπόψη του τις εργασιακές και οικογενειακές του υποχρεώσεις. Διευκολύνει τον εργαζόμενο, την μητέρα, τον ενήλικα, τον άνεργο να συνδυάσουν την εκπαίδευση με τις λοιπές υποχρεώσεις τους. Παρέχει επίσης τη δυνατότητα σε αυτούς που διαμένουν σε απομακρυσμένες γεωγραφικές περιοχές να ξεφύγουν από τη γεωγραφική απομόνωσή τους, να εξειδικευτούν και να εμπλουτίσουν περαιτέρω τις γνώσεις τους.

### **3. ΓΙΑΤΙ ΝΑ ΕΓΓΡΑΦΩ ΣΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΤΗΣ ΕΞ ΑΠΟΣΤΑΣΕΩΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ «ΣΥΝΕΧΙΖΟΜΕΝΗ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗ – ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΑ»**

Το πρόγραμμα της εξ αποστάσεως εκπαίδευσης «Συνεχιζόμενη Κατάρτιση – Οικονομία και Κοινωνία» του Ε.Ε.Ο.Κ.Π. του Τμήματος Οικονομικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Ιωαννίνων προσφέρει σύγχρονα μαθήματα που ανταποκρίνονται στις ανάγκες της αγοράς εργασίας σήμερα. Το παρεχόμενο εκπαιδευτικό υλικό είναι γραμμένο με βάση τις ανάγκες και το χαρακτήρα της εξ αποστάσεως εκπαίδευσης και είναι κατανοητό απ' όλους. Το περιβάλλον μέσα στο οποίο πραγματοποιείται η παρακολούθηση του μαθήματος είναι ιδιαίτερα φιλικό. Οι συνεργάτες του προγράμματος (επιστημονικός υπεύθυνος, διδάσκων, υπεύθυνος διοικητικής υποστήριξης και υπεύθυνος τεχνικής υποστήριξης) είναι πρόθυμοι να συνεργαστούν και να βοηθήσουν τον εκπαιδευόμενο. Το κόστος συμμετοχής στο εν λόγω πρόγραμμα είναι λογικό.

#### 4. ΣΕ ΠΟΙΟΥΣ ΑΠΕΥΘΥΝΕΤΑΙ ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ

Το πρόγραμμα απευθύνεται σε όλους όσους ενδιαφέρονται να αποκτήσουν εξειδικευμένες γνώσεις πάνω σε συγκεκριμένα θέματα. Απευθύνεται στους πτυχιούχους ΑΕΙ και ΑΤΕΙ, καθώς επίσης και στους αποφοίτους Λυκείου με εμπειρία σε συναφή, με το εκπαιδευτικό αντικείμενο, θέση. Αίτηση συμμετοχής μπορούν να υποβάλλουν :

- απόφοιτοι ΑΕΙ και ΑΤΕΙ της ημεδαπής και της αλλοδαπής
- απόφοιτοι Λυκείου με εμπειρία σε συναφή, με το εκπαιδευτικό αντικείμενο, θέση.

Ο κύκλος μαθημάτων «Στοιχεία Μάρκετινγκ» απευθύνεται κυρίως σε αποφοίτους ΑΕΙ και ΑΤΕΙ, αλλά και σε αποφοίτους Λυκείου με εργασιακή εμπειρία που θέλουν να αποκτήσουν σύγχρονες γνώσεις πάνω σε θέματα που σχετίζονται με το μάρκετινγκ.

## **5. ΠΩΣ ΓΙΝΕΤΑΙ Η ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΩΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΟΜΕΝΩΝ ΣΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ**

Η επιλογή των υποψηφίων θα γίνεται από την Συντονιστική Επιτροπή του Προγράμματος «Συνεχιζόμενη Κατάρτιση – Οικονομία και Κοινωνία». Η Επιτροπή θα μελετά τις αιτήσεις των υποψηφίων και με δεδομένο τον αριθμό των ατόμων που μπορούν να εγγραφούν στο μάθημα θα αποφασίζει για αυτούς που θα επιλεγθούν. Σε κάθε περίπτωση η Συντονιστική Επιτροπή μπορεί να ζητήσει συμπληρωματικές πληροφορίες από τους υποψηφίους αναφορικά με το βαθμό του πτυχίου τους ή του απολυτηρίου Λυκείου, για την εργασιακή τους εμπειρία ή για το χρονικό διάστημα ανεργίας τους αν είναι άνεργοι.

## 6. ΣΚΟΠΟΣ ΤΟΥ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Σκοπός του κύκλου μαθημάτων «Στοιχεία Μάρκετινγκ» είναι να προσφέρει εξειδικευμένες γνώσεις σε θέματα που αφορούν το μάρκετινγκ των επιχειρήσεων. Εισάγει τον καταρτιζόμενο στις βασικές έννοιες του Μάρκετινγκ και στη συνέχεια του παρέχει εξειδικευμένες γνώσεις που σχετίζονται με δύο κρίσιμους τομείς της οικονομικής δραστηριότητας που είναι οι πωλήσεις και τα τουριστικά προϊόντα.

Το πρώτο μάθημα είναι το «Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ και στην Ολική Ποιότητα».

Το μάθημα έχει ως στόχο να εισάγει τον φοιτητή στις εφαρμοσμένες σπουδές του μάρκετινγκ και της διοίκησης ολικής ποιότητας. Ως εκ τούτου απευθύνεται σε οποιονδήποτε εργάζεται ή πρόκειται να εργαστεί σε θέση πωλήσεων, προώθησης οποιουδήποτε τύπου προϊόντος, στη διαφήμιση κτλ, σε στελέχη επιχειρήσεων που επιθυμούν να ασκήσουν διοίκηση, αλλά και σε ελεύθερους επιχειρηματίες που επιθυμούν να στήσουν ή να εκσυγχρονίσουν την επιχείρησή τους. Αφορά σε μεγάλο βαθμό την αποτελεσματική διαχείριση της ποιότητας, τη διοίκηση του μάρκετινγκ, τα κριτήρια αξιολόγησης της ποιότητας, τους πιθανούς στόχους που θέτει ο εργαζόμενος και την αξιολόγηση των αποτελεσμάτων. Με άλλα λόγια το μάθημα είναι απολύτως εξειδικευμένο σύμφωνα με τα κριτήρια της αγοράς. Συνεπώς οι διαλέξεις απευθύνονται σε μια ευρεία γκάμα απασχολουμένων που έχουν ως στόχο τον εμπλουτισμό των γνώσεών τους γύρω από την ποιοτική εκπόνηση του στρατηγικού μάρκετινγκ.

Το δεύτερο μάθημα είναι «Τακτικές Μάρκετινγκ για Αποτελεσματικές και Κερδοφόρες Πωλήσεις». Η εκπαίδευση, η εμπειρία και η αυτοπεποίθηση αποτελούν τα τρία μέρη που οδηγούν στην επιτυχία και στην ευόδωση των προσδοκίων πωλητή και επιχείρησης. Στόχος του μαθήματος «Τακτικές marketing για αποτελεσματικές και κερδοφόρες πωλήσεις» είναι η ανάπτυξη της αυτοπεποίθησης στον πωλητή καθώς αποτελεί ίσως το πιο απαραίτητο, το πιο δυνατό και το πιο υπολογίσιμο στοιχείο μέσα στην επιχείρηση. Με αυτό το πρόγραμμα στοχεύουμε επίσης στην βοηθητική υποστήριξη του επιχειρηματία για την σωστή ανάπτυξη της επιχείρησής του, δίνοντας κατευθύνσεις για το σωστό μάρκετινγκ, ένα δυνατό εμπορικό τμήμα και μια καλή οργάνωση της επιχείρησης. Η διοίκηση και ο σχεδιασμός πωλήσεων απαιτεί μια συστηματική διαδικασία η οποία διέρχεται από διάφορα στάδια τα οποία συζητούνται αναλυτικά στα πλαίσια του παρόντος προγράμματος.



Το τρίτο μάθημα είναι «Σύγχρονο Μάρκετινγκ Τουριστικών Προϊόντων». Ολοένα και περισσότερο στην εποχή μας είναι επιτακτική ανάγκη για τις επιχειρήσεις να χρησιμοποιήσουν τα μέσα και τις μεθόδους του μάρκετινγκ, προκειμένου να ικανοποιήσουν τις ανάγκες των πελατών τους, να κατακτήσουν ολοένα και μεγαλύτερο τμήμα της αγοράς και να αποσπάσουν περισσότερα κέρδη.

Σε γενικές γραμμές μπορούμε να πούμε ότι το μάρκετινγκ αφορά τους καταναλωτές. Έχει να κάνει με το πώς τους βρίσκουμε, πώς τους ικανοποιούμε και πώς τους διατηρούμε.

Μια παράμετρος που τα τελευταία χρόνια αποκτά βαρύνουσα σημασία είναι ότι οι πολίτες του Δυτικού κόσμου βιώνουν σε οικονομίες που βασίζονται ολοένα και περισσότερο στις υπηρεσίες. Οι υπηρεσίες δεν αποτελούν πλέον ένα μικρό ή επιφανειακό κομμάτι των οικονομιών, αλλά δημιουργούν αξία σε κάθε οικονομία. Ως γνωστόν, ο τομέας του τουρισμού ανήκει στον τομέα παροχής υπηρεσιών, ωστόσο παρουσιάζει αρκετές διαφορές με άλλες μορφές υπηρεσιών και αρκετές ιδιαιτερότητες.

Το μάρκετινγκ στον τομέα του τουρισμού όχι μόνο ωριμάζει αλλά γίνεται και ολοένα πιο απαιτητικό. Υπάρχει μια αυξανόμενη αναγνώριση της σπουδαιότητάς του στην τελική επιτυχία του οργανισμού. Ο μεγαλύτερος ανταγωνισμός, η αυξημένη πολυπλοκότητα της αγοράς, οι περισσότερο έμπειροι και απαιτητικοί πελάτες καθιστούν αναγκαία την εφαρμογή του. Δεν νοείται πλέον διευθυντής τουριστικής επιχείρησης που να μην έχει κάποια γνώση πάνω στο μάρκετινγκ.

Το μάθημα “Σύγχρονο Marketing Τουριστικών Προϊόντων και Υπηρεσιών” αποσκοπεί:

(α) Στη διδασκαλία των βασικών εννοιών και αρχών της θεωρίας του Διεθνούς Μάρκετινγκ, συνοδευόμενων όμως από την παρουσίαση των καλύτερων πρόσφατων πρακτικών.

(β) Στο να αποτελέσει ένα απαραίτητο σετ σημειώσεων για όλους όσοι ενδιαφέρονται για το marketing των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών, χωρίς ωστόσο να αποσκοπεί στο να αντικαταστήσει τα πολλά εξαιρετικά βιβλία που συζητούν και επεξηγούν τη θεωρία του marketing στο σύνολό της.

(γ) Στο να αποτελέσει ένα εύκολο σε ανάγνωση και κατανόηση μάθημα σχετικά με το τι σημαίνει marketing στην παγκόσμια τουριστική και ταξιδιωτική βιομηχανία.

**Σκοπός του μαθήματος** είναι να παρουσιάσει με σαφή και περιεκτικό τρόπο το πλαίσιο των διεθνώς αποδεκτών αρχών του μάρκετινγκ που έχουν επικρατήσει στη

διάρκεια των χρόνων και να αναπτύξει αυτές τις έννοιες στο εξειδικευμένο πλαίσιο της διοίκησης τουριστικών και ταξιδιωτικών επιχειρήσεων.

Το παρόν μάθημα είναι γραμμένο με τέτοιο τρόπο ώστε να καλύπτει πλήρως τη διδασκαλία των θεμάτων που αφορούν στη διοίκηση τουριστικών και ταξιδιωτικών επιχειρήσεων, καθώς και επιχειρήσεων που σχετίζονται γενικά με τη φιλοξενία ανθρώπων και άλλων συναφών υπηρεσιών.

**Για όσους εργάζονται σε τέτοιες επιχειρήσεις** και επιθυμούν να πάρουν το μάθημα, τονίζεται ότι στο σύνολο των διαλέξεων αναγνωρίζεται ότι το θέμα του μάρκετινγκ είναι κυρίως ένα πρακτικό ζήτημα και βασίζεται κυρίως στην εμπειρία του ανθρώπου που ασχολείται με τέτοιου είδους θέματα. Το μάθημα δεν απευθύνεται σε ανθρώπους που έχουν σπουδάσει τη διοίκηση επιχειρήσεων τουρισμού, αλλά μάλλον περισσότερο σε ανθρώπους που απασχολούνται με αυτό το θέμα χωρίς να το έχουν σπουδάσει. Ωστόσο, η συνύπαρξη και συνεργασία του υπεύθυνου διδάσκοντα του μαθήματος με στελέχη τουριστικών επιχειρήσεων και η εμπειρία του σε τέτοια θέματα έχει οδηγήσει στην τελική μορφή του περιεχομένου των διαλέξεων που δίνεται παρακάτω.

Τονίζεται τέλος ότι το παρόν μάθημα δεν υπόσχεται *χρυσούς κανόνες*. Ωστόσο εάν οι άνθρωποι που απασχολούνται ή θέλουν να απασχοληθούν στον τομέα των τουριστικών επιχειρήσεων μελετήσουν με προσοχή το σύνολο των διαλέξεων του μαθήματος και συσχετίσουν τις βασικές αρχές του με τις ιδιαίτερες καταστάσεις που αντιμετωπίζει η επιχείρησή τους, θα πρέπει να ανακαλύψουν χρήσιμες ιδέες και τρόπους για τη βελτίωση της αποτελεσματικότητας των επιχειρηματικών τους αποφάσεων. Εάν αυτό δε συμβεί, τότε το μάθημα δε θα έχει επιτελέσει το σκοπό του.

## **7. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΤΟΥ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ**

Ο κύκλος μαθημάτων «Επιχειρηματική Οικονομική» αποτελείται από τέσσερα μαθήματα, τα οποία αποτελούνται συνολικά από 31 διδακτικές ενότητες. Τα μαθήματα που προσφέρονται στα πλαίσια αυτού του κύκλου είναι τα ακόλουθα :

### **ΜΑΘΗΜΑ 1 : ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΟΛΙΚΗ ΠΟΙΟΤΗΤΑ (Διδάσκων : Μάνθος Ντελής)**

Το μάθημα «Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ και στην Ολική Ποιότητα» αποτελείται από 8 διδακτικές ενότητες.

Κάθε διδακτική ενότητα είναι και ένα κεφάλαιο. Τα οκτώ κεφάλαια που αναπτύσσονται είναι τα ακόλουθα :

#### **Κεφάλαιο 1: Γιατί σπουδές στην ολική ποιότητα του μάρκετινγκ**

Στο κεφάλαιο αυτό εξετάζονται οι εισαγωγικές έννοιες της ολικής ποιότητας και του ρόλου που ασκεί το αποτελεσματικό μάρκετινγκ. Επίσης θα γίνει περιληπτική αναφορά σε παραδείγματα που αφορούν τη διαχείριση της ποιότητας στο μάρκετινγκ. Θα γίνει επίσης αναλυτική αναφορά στην έννοια της ολικής ποιότητας και στην ιστορία της ως μέσου αποτελεσματικής λειτουργίας του μάρκετινγκ των επιχειρήσεων. Η ολική ποιότητα θα οριστεί ως σύστημα παραμέτρων επιτυχίας του στρατηγικού μάρκετινγκ.

#### **Κεφάλαιο 2: Ο οίκος της ποιότητας**

Ο οίκος της ποιότητας αναφέρεται στους βασικούς πυλώνες υπό τους οποίους λειτουργεί το μάρκετινγκ και συγκεκριμένα τις δεξιότητες, την ικανοποίηση του πελάτη, τη συνεχή εξέλιξη, τη στρατηγική και την ανάλυσή της και την αξιολόγηση επίτευξης των στόχων.

#### **Κεφάλαιο 3: Το σύστημα διοίκησης**

Το άρτιο μανάτζμεντ της επιχείρησης είναι το κλειδί στην ποιοτική διαχείριση του μάρκετινγκ. Σε αυτό το κεφάλαιο εξετάζονται οι βασικοί τρόποι με τους οποίους το μανάτζμεντ μπορεί να γίνει ποιοτικότερο και αποτελεσματικότερο.

#### **Κεφάλαιο 4: Το όραμα**

Το κεφάλαιο αυτό απαντά σε ερωτήματα του τύπου «ποιο είναι το μήνυμα που δίνεται στους παίκτες του μάρκετινγκ μέσω ενός στρατηγικού οράματος», «τι δυνάμεις

κινεί το κάθε όραμα για το μέλλον της επιχείρησης», «ποια είναι τα οφέλη που προκύπτουν από τη δημιουργία και από το άνοιγμα προοπτικών» κλπ.

#### **Κεφάλαιο 5: Εγχώριος και παγκόσμιος ανταγωνισμός**

Το κεφάλαιο αυτό αναπτύσσει τις στρατηγικές εκείνες που θα κάνουν την επιχείρηση να ξεχωρίσει στον εντεινόμενο εγχώριο και παγκόσμιο ανταγωνισμό. Οι στρατηγικές αυτές αποτελούνται από 8 βήματα που αν εκτελεστούν με επαγγελματισμό θα οδηγήσουν σε κερδοφορία και ανάπτυξη του οράματος.

#### **Κεφάλαιο 6: Εργασία σε ομάδες**

Η εργασία σε ομάδες τόσο μέσα στην επιχείρηση όσο και σε επίπεδο συνεταιρισμών αποτελεί συστατικό στρατηγικής σημασίας για το ποιοτικό μάρκετινγκ. Στο κεφάλαιο αυτό αναλύονται οι τρόποι με τους οποίους μπορεί να επιτευχθεί η κατάλληλη συνεργασία.

#### **Κεφάλαιο 7: Εφαρμογή της ολικής ποιότητας στο μάρκετινγκ**

Σε αυτό το κεφάλαιο συγκεράζουμε τα όσα λέχθηκαν σε προηγούμενα κεφάλαια και εξετάζονται τα βήματα που θα οδηγήσουν σε βελτίωση της ποιότητας του μάρκετινγκ.

#### **Κεφάλαιο 8: Υιοθετώντας πρότυπα ποιότητας**

Σε αυτό το τελευταίο κεφάλαιο θέτουμε τους όρους υπό τους οποίους η ποιότητα του μάρκετινγκ κρίνεται επιτυχημένη και γίνεται η αξιολόγηση σε υπαρκτά σενάρια.

### **ΜΑΘΗΜΑ 2 : ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΓΙΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΚΕΡΔΟΦΟΡΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ (Διδάσκων : Αθανάσιος Λαπατίνας)**

Το μάθημα «Τακτικές Marketing για Αποτελεσματικές και Κερδοφόρες Πωλήσεις» αποτελείται από οκτώ κεφάλαια τα οποία είναι τα ακόλουθα :

#### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Εισαγωγικές έννοιες**

Τι είναι πώληση. Η έννοια της επιχείρησης. Αγορά. Ο Πελάτης. Στόχοι. Επικοινωνία. Οργάνωση. Τομείς Οργάνωσης. Χτίσιμο Ονόματος (Profile). Οργάνωση της Διοίκησης. Ανάπτυξη Εμπορικού Τμήματος. Οικονομικός Προγραμματισμός. Μάρκετινγκ.

#### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Πωλήσεις**

Ορισμός της πώλησης. Η επιστήμη των πωλήσεων. Σε ποιους απευθύνεται. Ο πωλητής. Η διαδικασία της πώλησης. Η επικοινωνία με τον πελάτη.

#### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Η πώληση ως επικοινωνία με τον πελάτη**

Πώληση και καταναλωτής. Επικοινωνία - Ανθρώπινη Επαφή – Πώληση. Πίστη στον εαυτό μας. Πως θα διαπρέψεις στην εξυπηρέτηση του πελάτη. Καθοδηγώντας τη σωστή εξυπηρέτηση του πελάτη.

#### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Τα εμπόδια ανάπτυξης μιας επιχείρησης και ο ρόλος του πωλητή ως ρυθμιστής της ανάπτυξης της επιχείρησης.**

Τα εμπόδια ανάπτυξης μιας επιχείρησης. Ο ρόλος του πωλητή ως ρυθμιστής της ανάπτυξης της επιχείρησης.

#### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: Marketing**

Τι είναι Marketing. Οι τεχνικές που χρησιμοποιούνται. Παρακολουθώντας τις διαδικασίες. Marketing Management και στόχοι του Marketing.

#### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: Οργάνωση & Διοίκηση μιας Επιχείρησης**

Έρευνα Αγοράς. Προγραμματίζοντας. Η εικόνα της επιχείρησης και του προϊόντος της. Τιμολόγηση. Διανομή. Δημόσιες Σχέσεις. Διαφήμιση. Προώθηση Πωλήσεων.

#### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: Αναζήτηση & Επιλογή του Προσωπικού Πωλήσεων**

Ανάλυση της δουλειάς των πωλήσεων. Απαιτήσεις και προσόντα του πωλητή. Αναζήτηση των υποψηφίων (recruiting). Επιλογή των υποψηφίων.

#### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8: Εκπαίδευση των Πωλητών**

Γιατί πρέπει να εκπαιδεύουμε τους πωλητές. Σε τι θέματα πρέπει να τους εκπαιδεύουμε. Ποιος πρέπει να τους εκπαιδεύει. Πως πρέπει να τους εκπαιδεύουμε.

### **ΜΑΘΗΜΑ 3: ΣΥΓΧΡΟΝΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ**

**(Διδάσκων : Αθανάσιος Λαπατίνας)**

#### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ : ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ**

Στο κεφάλαιο αυτό επιχειρείται αρχικά μια εννοιολογική προσέγγιση των όρων του τουρισμού και του μάρκετινγκ στον τουρισμό. Παρουσιάζονται οι διάφορες κατευθύνσεις μάρκετινγκ και σχολιάζονται οι ιδιαιτερότητες του τουριστικού χώρου που επηρεάζουν την εφαρμογή του μάρκετινγκ. Γενικά, στη Διάλεξη αυτή επιδιώκεται η βασική προβολή του αντικειμένου και του περιεχομένου του η οποία θα αποτελέσει ουσιαστικά τη βάση για την κατανόηση των επόμενων διαλέξεων του μαθήματος.

#### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ : ΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Στη Διάλεξη 2 θα συζητήσουμε έννοιες και διαδικασίες που αφορούν στην εφαρμογή του περιεχομένου του μάρκετινγκ. Η Διάλεξη 2 επιδιώκει να σας προσφέρει τις

γνώσεις για την κατανόηση θεμάτων όπως, η καταναλωτική συμπεριφορά, οι σύγχρονες μέθοδοι τμηματοποίησης της τουριστικής αγοράς και η ανάλυση των προφίλ αυτών των τμημάτων και τέλος, η διαδικασία λήψης της αγοραστικής απόφασης. Τα θέματα αυτά είναι ιδιαίτερος απαιτητικά και δυναμικά (συνεχώς εξελισσόμενα) και αποτελούν τα βασικά συστατικά μέρη όλου του εννοιολογικού περιεχομένου του μάρκετινγκ.

### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ : ΕΡΕΥΝΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ**

Η έννοια της έρευνας του μάρκετινγκ αποτελεί βασικό και αναγκαίο συστατικό του μάρκετινγκ για την ορθολογική ολοκλήρωση των διαφόρων λειτουργιών του. Στη Διάλεξη 3 θα συζητήσουμε τις βασικές έννοιες της έρευνας του τουριστικού μάρκετινγκ, το σχεδιασμό ερωτηματολογίων και τις εναλλακτικές μεθόδους καθορισμού του δείγματος. Σκοπός είναι να παρουσιάσουμε μεθόδους και τακτικές εύρεσης και ανάλυσης στατιστικών στοιχείων που αφορούν στην αριστοποίηση της λειτουργίας των τουριστικών επιχειρήσεων.

### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ : ΜΕΙΓΜΑ ΚΑΙ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ**

Στη Διάλεξη 4 συζητούνται, (α) το περιεχόμενο του μείγματος μάρκετινγκ, καθώς και η σύνδεσή του με την έρευνα μάρκετινγκ, (β) το περιεχόμενο και οι λόγοι ανάπτυξης ενός προγράμματος μάρκετινγκ από μια επιχείρηση, καθώς και η σύνδεσή τους με την έρευνα μάρκετινγκ, (γ) τα marketing campaigns και συναφή ζητήματα των πρακτικών δομών οργάνωσης μιας τουριστικής επιχείρησης, ανάλογα με τους στόχους της και τους προσανατολισμούς της στην αγορά. Επειδή αυτά τα θέματα δεν δύναται να καλυφθούν σε μια μόνο διάλεξη, ο αναγνώστης παραπέμπεται σε τίτλους εξειδικευμένων επί αυτών των θεμάτων βιβλίων απαραίτητων, κατά την άποψή μας, για την εμπέδωση της ύλης.

### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ : ΠΡΟΪΟΝ, ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗ, ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑΝΟΜΗ**

Σε αυτή τη Διάλεξη συζητούνται διεξοδικά τα αντικείμενα του μάρκετινγκ που αφορούν το προϊόν, την τιμολόγηση, την προώθηση και την διανομή. Θα συζητήσουμε όρους όπως: core product (κεντρικό προϊόν), augmented product

(επαυξημένο προϊόν), tangible product (απτό προϊόν), promotional mix (μείγμα προώθησης), franchising.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΚΤΟ : ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ**

Η Διάλεξη 6 περιλαμβάνει μια σειρά από εφαρμογές του μάρκετινγκ στο χώρο του τουρισμού. Μέσα από την παρουσίαση αυτών των εφαρμογών γίνεται μια ανασκόπηση όλου του εννοιολογικού περιεχομένου του τουριστικού μάρκετινγκ και σκοπός είναι η ανάπτυξη των δυνατοτήτων του φοιτητή ως προς την πρακτική και ουσιαστική εφαρμογή των λειτουργιών του σύγχρονου μάρκετινγκ τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών.

## **8. ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΟΥ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΚΟΣΤΟΣ ΦΟΙΤΗΣΗΣ**

Η διάρκεια του μαθήματος είναι 22 εβδομάδες. Το κόστος φοίτησης είναι 790 ευρώ. Η καταβολή των χρημάτων γίνεται είτε με εφάπαξ πληρωμή και με έκπτωση 10% ή με ισόποσες μηνιαίες καταβολές.

## **9. ΤΡΟΠΟΣ ΕΞΕΤΑΣΗΣ ΚΑΙ ΒΑΘΜΟΛΟΓΗΣΗΣ**

Ο εκπαιδευόμενος με την ολοκλήρωση της κάθε διδακτικής ενότητας είναι υποχρεωμένος να περάσει ένα τεστ που αποτελείται από ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής, ερωτήσεις σωστού λάθους ή ανοικτές ερωτήσεις. Η βαθμολογία του τεστ ανακοινώνεται στον εκπαιδευόμενο αμέσως μετά την ολοκλήρωση της εξέτασης. Στην περίπτωση που το τεστ αποτελείται από ανοικτές ερωτήσεις, ο εκπαιδευόμενος θα λάβει μέσω του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου το βαθμό του εντός 2 ημερών. Με την ολοκλήρωση όλων των διδακτικών ενοτήτων ο εκπαιδευόμενος οφείλει να εξεταστεί στο σύνολο της διδαχθείσας ύλης μία εβδομάδα μετά την ολοκλήρωση και της τελευταίας ενότητας. Ο τελικός βαθμός που ο εκπαιδευόμενος θα λάβει υπολογίζεται ως ο μέσος όρος των βαθμών που θα λάβει στα επιμέρους τεστ με συντελεστή βαρύτητας 60% και του βαθμού που θα λάβει από τις εξετάσεις με συντελεστή 40%. Αν η εξέταση γίνεται στη βάση πολλών τεστ ίσης βαρύτητας, τότε ο τελικός βαθμός υπολογίζεται ως ο μέσος όρος των βαθμών του κάθε τεστ. Σε περίπτωση που ο συνολικός βαθμός που θα λάβει είναι απορριπτέος (μικρότερος του 5) έχει δικαίωμα εντός μίας εβδομάδας – μετά το πέρας των τελικών εξετάσεων – να εξεταστεί εκ νέου σε όλη την ύλη. Σε περίπτωση που ο βαθμός που θα λάβει είναι προακτέος (μεγαλύτερος ή ίσος του 5) τότε χορηγείται στον εκπαιδευόμενο πιστοποιητικό επιτυχούς παρακολούθησης και ολοκλήρωσης του μαθήματος. Σε περίπτωση που ο βαθμός που θα λάβει και στην επαναληπτική εξέταση είναι απορριπτέος (μικρότερος του 5), τότε χορηγείται στον εκπαιδευόμενο πιστοποιητικό απλής παρακολούθησης του μαθήματος.



## 10. ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΤΟΥ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ο εκπαιδευόμενος για οποιαδήποτε πληροφορία σχετικά με την ομαλή έκβαση του προγράμματος μπορεί να απευθύνεται :

### Επιστημονικός υπεύθυνος του προγράμματος

κ. Μιχάλης Χλέτσος,

Αν. Καθηγητής,

Τμήμα Οικονομικών Επιστημών, Πανεπιστήμιο Ιωαννίνων

e-mail : [mhletsos@cc.uoi.gr](mailto:mhletsos@cc.uoi.gr) και [mhletsos@otenet.gr](mailto:mhletsos@otenet.gr)

τηλ. : 2651005924

### Διδάσκοντες των μαθημάτων

κ. Μάνθος Ντελής

Λέκτορας,

Τμήμα Οικονομικών Επιστημών, Πανεπιστήμιο Ιωαννίνων

e-mail : [delis@cc.uoi.gr](mailto:delis@cc.uoi.gr)

τηλ. : 2651007523

κ. Αθανάσιος Λαπατίνας

Λέκτορας,

Τμήμα Οικονομικών Επιστημών, Πανεπιστήμιο Ιωαννίνων

e-mail : [alapatin@cc.uoi.gr](mailto:alapatin@cc.uoi.gr)

τηλ. : 2651005957

### Υπεύθυνος διοικητικής υποστήριξης του μαθήματος και του προγράμματος

κ. Αποστόλης Τσιούρης

Τμήμα Οικονομικών Επιστημών, Πανεπιστήμιο Ιωαννίνων

e-mail : [atsiuris@cc.uoi.gr](mailto:atsiuris@cc.uoi.gr)

τηλ. 2651005929

Υπεύθυνος τεχνικής υποστήριξης του μαθήματος και του προγράμματος

κ. Σωτήρης Αργύρης

Τμήμα Οικονομικών Επιστημών, Πανεπιστήμιο Ιωαννίνων

e-mail : [sargyris@cc.uoi.gr](mailto:sargyris@cc.uoi.gr)

τηλ. 2651005933