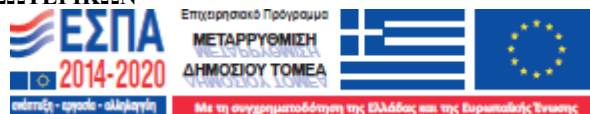




ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΣΩΤΕΡΙΚΩΝ



ΕΘΝΙΚΗ ΣΧΟΛΗ ΔΗΜΟΣΙΑΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

ΣΧΕΔΙΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΗ ΣΕΙΡΑ*	ΚΣΤ' ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΗ ΣΕΙΡΑ «ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ ΣΒΩΛΟΣ»
ΤΜΗΜΑ*	ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ
ΚΥΚΛΟΣ*	Β' ΕΙΔΙΚΗ ΦΑΣΗ ΣΠΟΥΔΩΝ
Τίτλος Μαθήματος / Εργαστηρίου*	ΑΡΧΕΣ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ – ΕΞΑΓΩΓΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ
Κωδικός Μαθήματος / Εργαστηρίου*	26-ΕΟΥ-07
Σύντομη Περιγραφή Μαθήματος / Εργαστηρίου	Στο μάθημα γίνεται μία εισαγωγή στο Διεθνές Marketing και στους τρόπους αξιοποίησής του κατά την προσπάθεια μίας επιχείρησης να εισέλθει σε ξένες αγορές. Μέσα από την αναφορά παραδειγμάτων και τη μελέτη περιπτώσεων, αναδεικνύονται οι βασικοί παράμετροι της στρατηγικής marketing σε διεθνές επίπεδο και συζητούνται κρίσιμες πτυχές της επιχειρηματικής/εξαγωγικής δράσης όπως η διεξαγωγή έρευνας αγοράς, το δίλημμα μεταξύ προσαρμογής και τυποποίησης, η διαμόρφωση του μίγματος marketing και η εκπόνηση ενός σχεδίου marketing.
Συνολικές Ώρες	34 ώρες
Στόχος Μαθήματος	Στόχος του μαθήματος είναι να εξοικειώσει τους σπουδαστές με την έννοια και τις βασικές διαστάσεις του Διεθνούς Marketing και να τους βοηθήσει να αντιληφθούν τη σημασία του για την επιτυχή παρουσία μίας επιχείρησης στις διεθνείς αγορές.
Ειδικοί στόχοι:	
1. Γνώσεις	• Έννοια του Διεθνούς Marketing, • Ανάλυση διεθνούς περιβάλλοντος, • Τρόποι επιχειρηματικής διεθνοποίησης: πλεονεκτήματα και μειονεκτήματά ενός εκάστου εξ αυτών, • Διεθνές Μίγμα Marketing, • Τμηματοποίηση-Στόχευση-Τοποθέτηση, • Διεθνής Έρευνα Αγοράς

* Τα πεδία συμπληρώνονται από την ΕΣΔΔΑ

	• Σχέδιο Marketing
2. Δεξιότητες	• Διενέργεια ανάλυσης διεθνούς περιβάλλοντος (PEST) • Ανάλυση μίγματος marketing • Σύνταξη Σχεδίου Marketing
3. Στάσεις/Συμπεριφορές	• Απόκτηση αντίληψης και προσανατολισμού marketing • Εκτίμηση της σημασίας των εργαλείων και πολιτικών marketing για την επιτυχή επιχειρηματική παρουσία στις διεθνείς αγορές

Μέθοδοι Διδασκαλίας / Εκπαιδευτικές Τεχνικές	Εμπλουτισμένη εισήγηση, ερωταπαντήσεις, συζήτηση, μελέτες περιπτώσεων	
Αξιολόγηση Μαθήματος / Εργαστηρίου (Σημειώστε με X)		Ανοικτές Ερωτήσεις Γνώσεων – Μελέτη Περίπτωσης (θεωρητικά μαθήματα κυρίως)
		Ερωτήσεις Πολλαπλής Επιλογής
	X	Εκπόνηση ατομικής εργασίας και παρουσίασης
		Εκπόνηση ομαδικής εργασίας και παρουσίασης
		Συνδυασμός των παραπάνω (προσδιορισμός βαθμολόγησης)
		Άλλη, προσδιορίστε:
Προϋποθέσεις Υποδομών		
Απαραίτητα Εκπαιδευτικά Μέσα	Ηλεκτρονικός υπολογιστής, προβολικό μηχάνημα	
Απαραίτητο Λογισμικό	PowerPoint	
Εκπαιδευτικό – Υποστηρικτικό Υλικό (Σημειώστε με X)	X	Σημειώσεις Εισηγητή
	X	Παρουσιάσεις Εισηγητή
	X	Μελέτες Περίπτωσης
	X	Άρθρα – Μελέτες – Αποσπάσματα
		Θεσμικό Πλαίσιο – Νόμοι
		Πρότυπα
		Εγχειρίδια Χρήσης
		Ψηφιακό Υλικό – Λογισμικό
	X	Διαδικτυακοί Τόποι
	X	Σχετική Βιβλιογραφία

**ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ / ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟΥ
ΚΑΤΑ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΕΝΟΤΗΤΕΣ**

α/α	Τίτλος Διδακτικής Ενότητας	Αναλυτική Περιγραφή Διδακτικής Ενότητας	Διάρκεια (ώρες)
1	Εισαγωγή στο marketing	Ορισμός της έννοιας του marketing,	4

		περιγραφή των διαστάσεων του αντικειμένου και του πεδίου εφαρμογής του. Εισαγωγή στη θεωρία συμπεριφοράς καταναλωτή. Αναφορά στις προκλήσεις που αντιμετωπίζει σήμερα το marketing σε ένα παγκοσμιοποιημένο και δυναμικά εξελισσόμενο περιβάλλον.	
--	--	--	--

Βιβλιογραφία

- Kotler, P. & Armstrong, G. (2010), *Principles of Marketing, Global Edition*, Pearson Education, 13th edition
- Hollensen, S. (2007), *Global Marketing*, London: Prentice Hall
- O'Shaughnessy J. (2013), *Consumer Behavior: Perspectives, Findings and Explanations*, NY: Palgrave Macmillan

Διαδικτυακοί Τόποι

α/α	Τίτλος Διδακτικής Ενότητας	Αναλυτική Περιγραφή Διδακτικής Ενότητας	Διάρκεια (ώρες)
2	Διεθνές περιβάλλον και marketing	Ανάλυση του διεθνούς περιβάλλοντος με αναφορά στην πολιτική, την οικονομική, την κοινωνική και την τεχνολογική διάσταση (PEST Analysis).	6

Βιβλιογραφία

- Hollensen, S. (2007), *Global Marketing*, London: Prentice Hall
- Kotabe, M. & Helsen, K. (2020), *Global Marketing Management*, NY: Wiley
- Morales, G. (2018), *Global Marketing Management*, London: ED-Tech Press

Διαδικτυακοί Τόποι

www.mashable.com
www.campaignbrief.com
www.hbr.org

α/α	Τίτλος Διδακτικής Ενότητας	Αναλυτική Περιγραφή Διδακτικής Ενότητας	Διάρκεια (ώρες)
3	Διεθνοποίηση της επιχειρηματικής δράσης	Περιγραφή των λόγων για τους οποίους μία επιχείρηση μπορεί να επιδιώκει τη	6

		διεθνοποίηση των δραστηριοτήτων της, αλλά και των εμποδίων που τυχόν συναντά και μπορεί να λειτουργήσουν αποτρεπτικά. Ανάλυση των τρόπων διεθνοποίησης με καταγραφή των πλεονεκτημάτων και μειονεκτημάτων ανά περίπτωση.	
--	--	--	--

Βιβλιογραφία	
---------------------	--

- Πανηγυράκης Γ. (2013), *Διεθνές Μάρκετινγκ*, Αθήνα: Εκδόσεις Αθ. Σταμούλη
- Kotabe, M. & Helsen, K. (2020), *Global Marketing Management*, NY: Wiley
- Morales, G. (2018), *Global Marketing Management*, London: ED-Tech Press

Διαδικτυακοί Τόποι	
www.oecd.org www.worldbank.org	

α/α	Τίτλος Διδακτικής Ενότητας	Αναλυτική Περιγραφή Διδακτικής Ενότητας	Διάρκεια (ώρες)
4	Ενέργειες διεθνούς marketing	Περιγραφή των διαστάσεων του διεθνούς μίγματος marketing (προϊόν, τιμολόγηση, προώθηση, τοποθεσία) με αναφορά στις επιμέρους παραμέτρους τους. Επίσης, ανάδειξη του διλήμματος μεταξύ τυποποίησης και προσαρμογής με αναφορά στους λόγους για τους οποίους είναι προτιμητέα η κάθε επιλογή εκ των δύο.	6

Βιβλιογραφία	
---------------------	--

- Πανηγυράκης Γ. (2013), *Διεθνές Μάρκετινγκ*, Αθήνα: Εκδόσεις Αθ. Σταμούλη
- Jones R. (2017), *Branding: A Very Short Introduction*, Oxford University Press
- Kotabe, M. & Helsen, K. (2020), *Global Marketing Management*, NY: Wiley

Διαδικτυακοί Τόποι	
www.hbr.org https://www.marketingjournal.org https://www.ama.org/journal-of-marketing/	

α/α	Τίτλος Διδακτικής Ενότητας	Αναλυτική Περιγραφή Διδακτικής Ενότητας	Διάρκεια (ώρες)
5	Σχεδιασμός διεθνούς στρατηγικής marketing	Ανάλυση της διενέργειας έρευνας αγοράς ως κρίσιμης προϋπόθεσης για την τεκμηρίωση των αποφάσεων marketing και περιγραφή του τρίπτυχου τμηματοποίηση-στόχευση-τοποθέτηση. Περιγραφή της δομής του διεθνούς σχεδίου marketing με αναφορά στις επιμέρους ενότητες που το απαρτίζουν.	6

Βιβλιογραφία

- Σιώμκος Γ. & Μαύρος Δ. (2008), *Έρευνα Αγοράς*, Αθήνα: Εκδόσεις Αθ. Σταμούλη
- Kotabe, M. & Helsen, K. (2020), *Global Marketing Management*, NY: Wiley
- McDonald, M. & Wilson H. (2011), *Marketing Plans: How to Prepare Them, How to Use Them*, UK: Wiley
- Morales, G. (2018), *Global Marketing Management*, London: ED-Tech Press

Διαδικτυακοί Τόποι

www.hbr.org
<https://www.marketingjournal.org>
<https://www.ama.org/journal-of-marketing/>

α/α	Τίτλος Διδακτικής Ενότητας	Αναλυτική Περιγραφή Διδακτικής Ενότητας	Διάρκεια (ώρες)
6	Μελέτες περιπτώσεων / Πρακτικά θέματα	Συζήτηση επί πραγματικών περιπτώσεων με έμφαση σε ελληνικές επενδύσεις στο εξωτερικό και ελληνικά εξαγωγικά προϊόντα.	6

Βιβλιογραφία

- Πανηγυράκης Γ. (2013), *Διεθνές Μάρκετινγκ*, Αθήνα: Εκδόσεις Αθ. Σταμούλη

Διαδικτυακοί Τόποι

<https://www.made-in-greece.gr/el/>
<http://www.pse.gr>

Οι Εισηγητές

Νίκος Κιτωνάκης
Αντώνιος Κατεπόδης

