



DGMBA552: ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Γλώσσα Διδασκαλίας: Ελληνικά

Αριθμός Πιστωτικών Μονάδων: 10

## Σκοπός Μαθήματος

Το μάθημα αυτό αποτελείται από δύο μέρη. Στο πρώτο μέρος παρουσιάζουμε τις έννοιες και τις διαδικασίες που εμπλέκονται στην στρατηγική μάρκετινγκ, πως δημιουργείται ένα Σχέδιο Μάρκετινγκ, και πως οι επιχειρήσεις μπορούν να αποκτήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην αγορά. Η δομή του μαθήματος εστιάζει στη διαδικασία της Στρατηγικής Μάρκετινγκ με έμφαση στην ανάλυση, το σχεδιασμό και την εφαρμογή με μια αγοραστική προσέγγιση. Επίσης δίνεται έμφαση στην ολοκληρωμένη ανάλυση του εξωτερικού και του εσωτερικού περιβάλλοντος καθώς και στην εφαρμογή αλλά και στην αξιολόγηση των στρατηγικών κινήσεων. Στο δεύτερο μέρος, σκοπός των διαλέξεων είναι να αντιληφθούν οι φοιτητές τη σημαντικότητα του Ολοκληρωμένου Επικοινωνιακού Μάρκετινγκ, να κατανοήσουν τρόπους σκέψης, στρατηγικής και επικοινωνίας και να μπορούν να αναπτύξουν δημιουργικά ένα δικό τους μοντέλο που θα μπορούν να το προσαρμόσουν σε κάποια επιχείρηση που τους ενδιαφέρει. Είναι σημαντική και η αναφορά στο ψηφιακό μάρκετινγκ καθώς και στην εικονική αλλά και την επαυξημένη πραγματικότητα.

## Μαθησιακά Αποτελέσματα - Μετά την ολοκλήρωση της Θ.Ε. οι φοιτητές θα

### πρέπει να είναι σε θέση να:

- Προσδιορίσουν τις αρχές και τη σημασία της στρατηγικής σκέψης μάρκετινγκ
- Εφαρμόσουν τα διάφορα εργαλεία μάρκετινγκ που παρουσιάζονται στο πλαίσιο του σχεδίου μάρκετινγκ
- Χρησιμοποιήσουν τα στρατηγικά στάδια προγραμματισμού μάρκετινγκ για να αναπτύξουν ένα σχέδιο μάρκετινγκ για μια επιχειρηματική μονάδα
- Εξηγήσουν την έννοια των Ολοκληρωμένων Επικοινωνιών Μάρκετινγκ (IMC)
- Προσδιορίσουν πως το IMC μπορεί να δημιουργήσει αξία και στο branding
- Επιλέξουν κατάλληλους συνδυασμούς επικοινωνίας μάρκετινγκ για να επιτύχουν τους στόχους επικοινωνίας και συμπεριφοράς του σχεδίου IMC
- Προσδιορίσουν νέες τάσεις στις επικοινωνίες μάρκετινγκ
- Εφαρμόσουν το Σχέδιο Επικοινωνιών Μάρκετινγκ
- Αναλύσουν την έννοια του βιώσιμου μάρκετινγκ