

1. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΡΧΕΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Σκοπός του μαθήματος είναι η κριτική κατανόηση των διαδικασιών και αρχών που διέπουν τη λειτουργία του μάρκετινγκ των επιχειρήσεων. Στο πλαίσιο του μαθήματος οι φοιτητές καλούνται να κατανοήσουν τη συνεισφορά της διοικητικής λειτουργίας του μάρκετινγκ στις σύγχρονες επιχειρήσεις αλλά και τις τεχνικές που εφαρμόζουν τα στελέχη μάρκετινγκ κατά το σχεδιασμό των τεσσάρων βασικών συστατικών του μείγματος μάρκετινγκ (προϊόν, πρόωθηση, διανομή, τιμή). Παράλληλα, αναλύονται οι διαδικασίες τμηματοποίησης της αγοράς, στόχευσης, διαφοροποίησης και τοποθέτησης που εφαρμόζονται για τη δημιουργία και τη διατήρηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.