ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΓΙΑ ΣΤΕΛΕΧΗ EXECUTIVE MBA

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ: ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ: ΣΠΟ221-1
ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ: 4
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ: -
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ ΚΑΙ ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ: Ελληνική

ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Οι φοιτητές/τριες θα έχουν τη δυνατότητα να:
• Κατανοούν την κοινωνικοοικονομική σπουδαιότητα του ευρύτερου κλάδου των υπηρεσιών σε παγκόσμιο και εθνικό επίπεδο
• Αναλύουν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των υπηρεσιών και τις επιπτώσεις τους στο σχεδιασμό στρατηγικής και μίγματος μάρκετινγκ
• Αναγνωρίζουν τους κρίσιμους παράγοντες αποτελεσματικής παροχής υπηρεσιών και να προβαίνουν σε τυχόν βελτιώσεις ή ανασχεδιασμό αυτών
• Αξιολογούν και να ερμηνεύουν τα αποτελέσματα των σχετικών ενεργειών μάρκετινγκ
• Μπορούν να σχεδιάζουν προγράμματα σχεσιακού μάρκετινγκ υπηρεσιών και να αξιολογούν την πελατειακή βάση

ΓΕΝΙΚΕΣ ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ

- Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών
- Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις
- Λήψη αποφάσεων
- Αυτόνομη εργασία
- Ομαδική εργασία
- Εργασία σε διεθνές περιβάλλον
- Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον
- Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών
- Σχεδιασμός και διαχείριση έργων
- Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα
- Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον
- Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου
- Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

- Έννοια και Σημασία των Υπηρεσιών
- Ποιότητα Υπηρεσιών
- Συμπεριφορά και Εξυπηρέτηση Πελατών
- Ανθρώπινος Παράγοντας και Εσωτερικό Μάρκετινγκ
- Σχεδιασμός Στρατηγικής Μάρκετινγκ Παροχής Υπηρεσιών
- Αποφάσεις Μίγματος «Προϊόντος» και Branding

- Αποφάσεις Μίγματος Επικοινωνίας
- Αποφάσεις Τιμολόγησης
- Αποφάσεις Διανομής και Servicescapes
- Μάρκετινγκ Βιομηχανικών Υπηρεσιών
- Αξιολόγηση Μάρκετινγκ Υπηρεσιών
- Σχεσιακό Μάρκετινγκ στις Υπηρεσίες

ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Συγγράμματα:

Ι.Γ. Αυλωνίτης, Σ. Γούναρης & Η.Ρ. Τσιότσιου, (2015). Μάρκετινγκ Υπηρεσιών. Broken Hill Publishers,
Σπ. Γούναρη & Κ. Καραντινού, (2014). Μάρκετινγκ Υπηρεσιών, εκδ. Rosili, Αθήνα
Baron, S. (2008). Services Marketing: Text and Cases. Palgrave
Valarie A. Zeithaml, Mary Jo Bitner, Dwayne D. Gremler (2010). Services Marketing Strategy. John Wiley & Sons, Ltd
Valarie Zeithaml and Mary Jo Bitner and Dwayne Gremler (2018). Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm. 7th edition, McGraw Hill
Wirtz, J. and Lovelock, C., (2021). Services marketing: People, technology, strategy. World Scientific.
Wirtz, Jochen, and Christopher Lovelock. (2022). Services Marketing. McGraw Hill

Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- Journal of Service Theory and Practice
- Journal of Services Marketing
- Journal of Service Research
- Marketing Theory
- Services Marketing Quarterly
- Journal of Financial Services Marketing
- Journal of Bank Marketing
- Journal of Hospitality Marketing
- Journal of Travel & Tourism Marketing
- Journal of Destination Management & Marketing