

ΑΠΟΓΡΑΦΙΚΟ ΔΕΛΤΙΟ ΕΞΑΜΗΝΙΑΙΟΥ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Συμπληρώνεται με ευθύνη του κάθε διδάσκοντος
χωριστά για καθένα από τα εξαμηνιαία προ-ή και μετά-πτυχιακά μαθήματα

I. ΒΑΣΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Πανεπιστήμιο	ΤΕΙ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ
Σχολή	ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
Τμήμα	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
Τομέας	ΜΕΥ
Όνομα διδάσκοντος / Βαθμίδα:	ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ ΓΑΤΟΜΑΤΗΣ / ΕΠΙΚΟΥΡΟΣ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ
Επιστημονική Ειδίκευση	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Κωδ. Αριθμός Μαθήματος Προπτυχιακό / Μεταπτυχιακό	Τίτλος Μαθήματος
2-601	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ – ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΩΝΥΜΟΥ ΠΡΟΙΟΝΤΟΣ

Εξοπλισμός υποστηρίξης μαθήματος:	Τα μαθήματα παρουσιάζονται υπό μορφή διαφανειών, οπότε και είναι απαραίτητη η χρήση Laptop & Data video projector.
Απαιτούμενο λογισμικό:	

I.1 Περιγραφή / Περιεχόμενο μαθήματος

Το μάθημα αναλύει τις βασικές έννοιες της δημιουργίας, διαχείρισης και επίδρασης της επωνυμίας στη στρατηγική των σύγχρονων επιχειρήσεων. Αναπτύσσει τις μεθόδους δημιουργίας και διαχείρισης επωνυμίας ως μέσω διαφοροποίησης της επιχείρησης και εξουδετέρωσης του ανταγωνισμού. Εξετάζεται το ζήτημα της εμπορικής επωνυμίας και την αυξανόμενη σημασία της στο πλαίσιο της συνεργασίας μεταξύ των εταιριών. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στα δημιουργία επωνυμίας και στη συσχέτισή της με ένα δυναμικό πρόγραμμα προβολής με στόχο την αύξηση των πωλήσεων ως αποτέλεσμα της βελτίωσης της αναγνωσιμότητας της επωνυμίας και τη δημιουργία στενότερων δεσμών με τους πελάτες.

Κύριος Εκπαιδευτικός Στόχος (Στην Ελληνική και στην Αγγλική)

Στόχος του μαθήματος είναι η κατανόηση των εννοιών, του περιεχομένου της διαχείρισης της επωνυμίας. Η κατανόηση της αλληλεξάρτησης ανάμεσα στην επιχειρησιακή στρατηγική και τη στρατηγική επωνυμίας. Η συσχέτιση της αξίας της επωνυμίας με βάση τον πελάτη ή με βάση την ταμιακή ροή. Η χάραξη της στρατηγικής επωνυμίας με βάση τον ανταγωνισμό χαμηλού κόστους.

Main educational goals

The aim of the course is the understanding of the concepts and the content of brand's management. The understanding of the interdependence between the business strategy and the strategy name. The correlation between the value of the brand on the basis of the customer or on the basis of the cash flow. The development of brand strategy based competition low cost.

I.2 Μαθησιακοί στόχοι

- Η παροχή συγκεκριμένων θεωρητικών γνώσεων.
- Η κατανόηση της αλληλεξάρτησης ανάμεσα στην επιχειρησιακή στρατηγική και τη στρατηγική επωνυμίας.
- Η συσχέτιση της επωνυμίας με την καινοτομία, ως μοχλός δυναμικής ανάπτυξης της επιχείρησης.
- Η συσχέτιση της αξίας της επωνυμίας με βάση τον πελάτη ή με βάση την ταμιακή ροή.
- Η ανάπτυξη μεθόδων δημιουργίας και διαχείρισης επωνυμίας ως μέσω διαφοροποίησης της επιχείρησης και εξουδετέρωσης του ανταγωνισμού.
- Η χάραξη στρατηγικής επωνυμίας με βάση τον ανταγωνισμό χαμηλού κόστους και την απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.

I. 2 learning objectives

- Providing specific theoretical knowledge.
- The understanding of the interdependence between the business strategy and the strategy name.
- The association of the name with the innovation, as lever dynamic development of the company.
- The correlation between the value of the brand on the basis of the customer or on the basis of the cash flow.
- The development of methods for creation and brand management as a means of diversification and elimination of competition.
- Strategy name competitively low cost and competitive advantage.

Μαθησιακά αποτελέσματα (Στην Ελληνική και στην Αγγλική)

Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές θα είναι σε θέση να:

- κατανοήσουν τη σημασία και τον ρόλο της διοίκησης επωνυμίας στην ανάπτυξη της επιχείρησης.
- κατανοήσουν την αλληλεξάρτηση ανάμεσα στην επιχειρησιακή στρατηγική και τη στρατηγική επωνυμίας.
- κατανοήσουν τη συσχέτιση της επωνυμίας με την καινοτομία, ως μοχλός δυναμικής ανάπτυξης της επιχείρησης.
- συσχετίσουν την αξία της επωνυμίας με βάση τον πελάτη ή με βάση την ταμιακή ροή.
- αναπτύξουν μεθόδους δημιουργίας και διαχείρισης επωνυμίας ως μέσω διαφοροποίησης της επιχείρησης και εξουδετέρωσης του ανταγωνισμού.
- επιλέγουν τη στρατηγική επωνυμίας με βάση τον ανταγωνισμό χαμηλού κόστους και την απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.

Learning outcomes

At the end of the course students will be able to:

- Understand the importance and the role of name management in the development of the company.

- Understand the interdependence between the business strategy and the strategy name.
- Understand the association of the name with the innovation, as lever dynamic development of the company.
- Correlate the value of name on the basis of the customer or on the basis of the cash flow.
- Develop methods for creating and managing your brand as a means of diversification and elimination of competition.
- Choose the brand strategy based competition low cost and competitive advantage.

Αναλυτικός πίνακας 14 εβδομαδιαίων μαθημάτων (Στην Ελληνική και στην Αγγλική)

1. Εισαγωγή και ανάλυση της αξίας της μάρκας.
2. Στρατηγικές συνέπειες της οικοδόμησης μάρκας.
3. Μάρκα και επιχειρηματικά μοντέλα. Διαφορετικότητα μαρκών.
4. Διοίκηση ιδιωτικών μαρκών.
5. Νέα διοίκηση μάρκας.
6. Ταυτότητα και τοποθέτηση της μάρκας.
7. Εισάγοντας τη μάρκα στην αγορά.
8. Αναπτύσσοντας τη μάρκα.
9. Μακροπρόθεσμη βιωσιμότητα της μάρκας.
10. Μάρκα και προϊόντα. Ταυτότητα και αλλαγή μάρκας.
11. Ανάπτυξη μέσω επέκτασης μάρκας.
12. Αρχιτεκτονική χαρτοφυλακίων μαρκών.
13. Χαρτοφυλάκια με πολλαπλές μάρκες.
14. Διαχείριση αλλαγής ονόματος και μεταβίβασης μάρκας.

Analytical table 14 weekly courses

1. Introduction and analysis of the value of the brand.
2. Strategic implications of brand building.
3. Brand and business models. Diversity of brands.
4. Administration private brands.
5. New administration brand.
6. Identity and positioning of the brand.
7. Introduction of the brand in the market.
8. Developing the brand.
9. Long-term viability of the brand.
10. Brand and products. Identity and change brand.
11. Growth through brand extension.
12. Architecture portfolios of brands.
13. Portfolios with multiple brands.
14. Managing Change name and brand transfer.

Ιδρύματα που υλοποιούν σχετικό διδακτικό αντικείμενο

A. Ιδρύματα Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης στα οποία διδάσκεται το ίδιο ή παρόμοιο μάθημα

Σε προπτυχιακό επίπεδο το μάθημα στην υφισταμένη δομή του διδάσκεται σε όλες τις σχολές θετικών επιστημών και σε μεταπτυχιακά προγράμματα της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης στην Ελλάδα.

Ενδεικτικά αναφέρονται:

Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών:

http://www.ode.aueb.gr/images/PROGRAM_2014-15.pdf

B. Ιδρύματα της Ευρωπαϊκής Ένωσης στα οποία διδάσκεται το ίδιο ή παρόμοιο μάθημα

Το marketing αποτελεί διδακτικό μάθημα πολλών μεταπτυχιακών προγραμμάτων ξένων Πανεπιστημίων με αντικείμενο τις οικονομικές, διοικητικές σπουδές.

- Προπτυχιακά
 1. Leeds University
(<http://business.leeds.ac.uk/undergraduate/ba-management-with-marketing/>)
- Μεταπτυχιακά
 1. Kingston university of London
(<http://www.kingston.ac.uk/postgraduate-course/marketing-and-brand-management-msc/>)
 2. Manchester University
(<http://www.manchester.ac.uk/study/masters/courses/list/02247/marketing-msc/>)

I.3 Είδος Μαθήματος

Εξάμηνο Διδασκαλίας 1 ^ο – 12 ^ο	Υποχρεωτικό (Υ), Υποχρεωτικής Επιλογής (ΥΕ), Ελεύθερης Επιλογής (ΕΕ)	Υποβάθρου (ΥΠ), Επιστημονικής Περιοχής (ΕΠ), Γενικών Γνώσεων (ΓΓ), Ανάπτυξης Δεξιοτήτων (ΑΔ)	Μάθημα Κορμού (ΚΟ), Ειδικευσης (ΕΙΔ), Κατεύθυνσης (ΚΑ)
6 ^ο	ΥΕ	ΕΠ	ΚΑ

I.4 Διδασκαλία

Προβλεπόμενες Ώρες Διδασκαλίας ανά εξάμηνο				Σύνολο εβδομαδιαίων ωρών διδασκαλίας	Διδακτικές Μονάδες	Χρήση Πολλαπλής Βιβλιογραφίας (Ναι/Όχι)	Εργασία ή Πρόδος (Ναι / Όχι) Υποχρεωτική / Προαιρετική
Διαλέξεις	Εργαστήρια	Μικρές ομάδες	Άλλη				
56		--	--	4	6	ΝΑΙ	Προαιρετική

I.5 Ενημέρωση – Αξιολόγηση

Το μάθημα περιλαμβάνεται στον Οδηγό Σπουδών; (Ναι/Όχι) Σελίδα αναφοράς μαθήματος	Υπάρχει ιστοσελίδα μαθήματος; (Ναι/Όχι) Διεύθυνση URL	Έχει γίνει στο τρέχον εξάμηνο αξιολόγηση του μαθήματος από τους φοιτητές; (Ναι/Όχι)
ΝΑΙ	Υπό κατασκευή	ΝΑΙ

II. ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΟΥ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

II.1 Διδακτέα Ύλη

II.1.1 Πότε πραγματοποιήθηκε η τελευταία αναπροσαρμογή / επικαιροποίηση της ύλης του μαθήματος;

ΤΟ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2014-15

II.1.2 Υπάρχει επικάλυψη ύλης με άλλα μαθήματα και πώς το αντιμετωπίζετε;

Δεν υπάρχει επικάλυψη.

II.2 Διδακτικά Βοηθήματα

II.2.1 Βοηθήματα που διανέμονται στους φοιτητές για το συγκεκριμένο μάθημα.

1. Jean – Noel Karferer, 2012. Διοίκηση Μάρκας, Σύγχρονες στρατηγικές. Εκδόσεις ROSILI
2. Πανηγυράκης Γεώργιος, 1999. Στρατηγική διοίκηση επώνυμου προϊόντος. Εκδόσεις ΣΤΑΜΟΥΛΗΣ

II.2.1 Γίνεται επικαιροποίηση των βοηθημάτων και με ποια διαδικασία;

Ναι, συνεχής βιβλιογραφική ανασκόπηση.

II.2.2 Ποιο ποσοστό της διδασκόμενης ύλης καλύπτεται από τα βοηθήματα;

100%

II.2.3 Παρέχετε πρόσθετη βιβλιογραφία πέραν των διανεμόμενων συγγραμμάτων;

Ναι, ενδεικτικά αναφέρεται

- Mariotti John L., 2006. Έξυπνες Ιδέες - Μάρκα και επιλογή ονομασίας. Εκδόσεις X. Γκιούρδα & ΣΙΑ ΕΕ

II.2.4 Πώς γνωστοποιείτε στους φοιτητές την ύλη του μαθήματος, τους μαθησιακούς στόχους και τον τρόπο αξιολόγησης τους;

Κατά την έναρξη των διδασκαλιών του μαθήματος καθώς και στο eclass του μαθήματος και προφορικά κατά την διάρκεια των μαθημάτων.

II.3 Επικοινωνία & Καθοδήγηση Φοιτητών / Συνεργασίες

II.3.1 Έχετε ανακοινωμένες ώρες γραφείου για συνεργασία με τους φοιτητές;

ΝΑΙ

II.3.2 Πώς μεθοδεύετε την εκπαίδευση των φοιτητών στην ερευνητική διαδικασία (π.χ. αναζήτηση και χρήση βιβλιογραφίας);

Τους εκπαιδεύουμε να χρησιμοποιούν ηλεκτρονικές πηγές πληροφόρησης - βιβλιοθήκες, χρήση της βιβλιοθήκης του ΤΕΙ για περαιτέρω έρευνα.

II.3.3 Οργανώνετε στο πλαίσιο του μαθήματος εκπαιδευτικές επισκέψεις φοιτητών / διαλέξεις επιστημόνων ή άλλες δραστηριότητες σε συνεργασία με τοπικούς, περιφερειακούς ή εθνικούς κοινωνικούς, πολιτιστικούς και παραγωγικούς φορείς;

ΝΑΙ

II.4 Συμμετοχή των φοιτητών στο μάθημα

Κατά την εκτίμησή σας, τι ποσοστό φοιτητών κατά μέσο όρο παρακολουθεί το θεωρητικό μέρος του μαθήματος;

0-20%		20-40%		40-60%	X	60-80%		80-100%		Δεν γνωρίζω	
-------	--	--------	--	--------	---	--------	--	---------	--	-------------	--

II.5 Αξιολόγηση της επίδοσης των φοιτητών στο μάθημα

II.5.1 Τρόποι Αξιολόγησης;

Σημειώστε στον πίνακα που ακολουθεί τις μεθόδους που χρησιμοποιείτε για την αξιολόγηση της απόδοσης των φοιτητών στο συγκεκριμένο μάθημα.

Εξέταση γραπτή στο τέλος του εξαμήνου	X
Εξέταση προφορική στο τέλος του εξαμήνου	
Πρόοδος (ενδιάμεση εξέταση):	
Κατ' οίκον εργασία:	X
Προφορική παρουσίαση εργασίας:	X
Εργαστήριο ή πρακτικές ασκήσεις:	
Άλλα * :	

* Περιγράψτε συνοπτικά τυχόν άλλους τρόπους αξιολόγησης.

--

Παρακολουθούνται όλοι οι φοιτητές κατά την εκτέλεση των εργαστηριακών ή πρακτικών ασκήσεων; (Ναι ή Όχι)	
Λαμβάνουν οι φοιτητές συστηματικά σχόλια (προφορικά ή γραπτά) στο μέσον του εξαμήνου; (Ναι ή Όχι).	ΝΑΙ

II.5.2 Πώς διασφαλίζετε τη διαφάνεια στην αξιολόγηση της επίδοσης των φοιτητών;

Με πρόσβαση στο γραπτό τους

III. ΥΠΟΔΟΜΕΣ

III.1 Διαθέσιμη εκπαιδευτική υποδομή του μαθήματος

III.1.1 Αίθουσες διδασκαλίας που χρησιμοποιούνται για το συγκεκριμένο μάθημα:

Αναφερθείτε στην επάρκεια, καταλληλότητα, ποιότητα των αιθουσών και του υποστηρικτικού εξοπλισμού και τη διαθεσιμότητά τους.

Χρησιμοποιείται αίθουσα του Τμήματος που διαθέτει προβολικό και πληρεί όλες τις σύγχρονες προδιαγραφές.

III.1.2 Εργαστήρια που χρησιμοποιούνται για το συγκεκριμένο μάθημα:

Αναφερθείτε στην επάρκεια, καταλληλότητα, ποιότητα των εργαστηριακών χώρων, του εργαστηριακού εξοπλισμού και της διαθεσιμότητάς τους.

--

III.1.3 Είναι διαθέσιμα τα εργαστήρια του μαθήματος για χρήση εκτός προγραμματισμένων ωρών;

--

III.1.4 Σπουδαστήρια:

Αναφερθείτε στην επάρκεια, καταλληλότητα, ποιότητα των χώρων, του εξοπλισμού και της διαθεσιμότητάς τους.

Υπάρχουν σπουδαστήρια στο χώρο της Βιβλιοθήκης του ΤΕΙ, επαρκή και κατάλληλα στα οποία πέραν των τραπεζιών για μελέτη υπάρχουν και Ηλεκτρονικοί Υπολογιστές με συνεχή διασύνδεση στο διαδίκτυο. Η Βιβλιοθήκη του ΤΕΙ Δυτικής Ελλάδας είναι προσβάσιμη στους σπουδαστές στο

μεγαλύτερο μέρος της ημέρας.

III.1.5 Χρησιμοποιείτε Εκπαιδευτικό Λογισμικό και ποιο; (περιγράψτε συνοπτικά)

III.1.6 Υπάρχει ικανοποιητική υποστήριξη του μαθήματος από τη βιβλιοθήκη (βιβλιογραφία και άλλοι μαθησιακοί πόροι);

ΝΑΙ

III.1.7 Πώς κρίνετε συνολικά τη διαθέσιμη εκπαιδευτική υποδομή;

Αν η απάντηση είναι αρνητική, σχολιάστε συνοπτικά τυχόν ελλείψεις και καταγράψτε τις αναγκαίες βελτιώσεις σύμφωνα με τις παραπάνω κατηγορίες.

Ικανοποιητική

III.2 Αξιοποίηση Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών (ΤΠΕ)

III.2.1 Χρησιμοποιούνται Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών στη διδασκαλία του μαθήματος και πώς;

Ναι, χρησιμοποιούνται Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών κατά την ώρα της διδασκαλίας με την προβολή διαφανειών. Επίσης σε ορισμένες αίθουσες υπάρχουν ηλεκτρονικοί διαδραστικοί πίνακες και σε όλους σχεδόν τους χώρους υπάρχει ενσύρματη σύνδεση με το Δίκτυο Υψηλών Ταχυτήτων του ΤΕΙ.

III.2.2 Χρησιμοποιούνται μαθησιακά βοηθήματα βασισμένα σε ΤΠΕ; (Αναφέρατε παραδείγματα).

ΟΧΙ

III.2.3 Χρησιμοποιούνται ΤΠΕ στην εργαστηριακή εκπαίδευση; Πώς;

ΟΧΙ

III.2.4 Χρησιμοποιείτε ΤΠΕ στην αξιολόγηση των φοιτητών; Πώς;

ΟΧΙ

III.2.5 Χρησιμοποιείτε ΤΠΕ στην επικοινωνία σας με τους φοιτητές; Πώς;

Ναι, καταρχήν με χρήση της πλατφόρμας eclass, μέσω της οποίας ανακοινώνονται στους σπουδαστές ζητήματα που αφορούν στην εκπαίδευσή τους και μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που κοινοποιείται στους φοιτητές, ώστε να μπορούν να επικοινωνήσουν μαζί μας για εκπαιδευτικά θέματα.

IV. ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΦΟΙΤΗΤΩΝ

IV.1 Σας κοινοποιείται κατάλογος των φοιτητών που είναι εγγεγραμμένοι στο μάθημα και πότε;

Μόλις ολοκληρωθεί η διαδικασία εγγραφής και δηλώσεων μαθημάτων.

IV.2 Ποια είναι η κατανομή βαθμολογίας και ο μέσος βαθμός των φοιτητών του μαθήματος;

Ξεκινήστε από το τρέχον έτος. Στην περίπτωση που διδάσκατε το μάθημα και τα προηγούμενα έτη καταγράψτε και τα συγκριτικά στοιχεία των προηγούμενων ετών

Έτος	Κατανομή Βαθμών (% φοιτητών)						Μέσος όρος Βαθμολογίας (σύνολο φοιτητών)
	0 – 3,9	4 – 4,9	5 – 5,9	6.0-6.9	7.0-8.4	8.5-10.0	
2013-2014							
2012-2013							
2011-2012							
2010-2011							
2009-2010							

V. Η ΑΠΟΨΗ ΤΩΝ ΦΟΙΤΗΤΩΝ ΓΙΑ ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ

V.1 Υπάρχει διαδικασία αξιολόγησης του μαθήματος και της διδασκαλίας από τους φοιτητές; Πώς εφαρμόζεται; Επισυνάψτε δείγμα του σχετικού ερωτηματολογίου.

Ναι. Εφαρμόζεται στα πλαίσια της γενικής αξιολόγησης του Τμήματος. Το ερωτηματολόγιο βρίσκεται στην έκθεση εσωτερικής αξιολόγησης.

V.2 Πώς αξιοποιούνται τα αποτελέσματα αυτών των αξιολογήσεων;

Τα αποτελέσματα αυτών των αξιολογήσεων αναλύονται με σκοπό τη εξαγωγή χρήσιμων συμπερασμάτων και προτάσεων που θα οδηγήσουν στη βελτίωση της λειτουργίας του Τμήματος.