

## 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
<b>2-502</b>	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

Εξοπλισμός υποστήριξης 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 και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των υπηρεσιών. Αναλύει στρατηγικά ζητήματα του μάρκετινγκ στις υπηρεσίες, που σχετίζονται με την ποιότητα στις υπηρεσίες, τη σημασία της εξυπηρέτησης του πελάτη και τη σημασία των εργαζομένων στις επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών. Εξετάζεται η οργάνωση των διαδικασιών παραγωγής της υπηρεσίας, η διοίκηση του προιοντικού χαρτοφυλακίου, η στρατηγική τιμολόγησης της υπηρεσίας, η τεχνική επικοινωνίας, η διοίκηση της διανομής, η επικοινωνίας και η διαχείριση του τόπου παροχής της υπηρεσίας. Δίνεται έμφαση στην ανάπτυξη και τη διαχείριση των σχέσεων με τους πελάτες με στόχο τη δημιουργία αφοσιωμένων πελατών και την κυριαρχία της εταιρίας στην αγορά.

<b>Κύριος Εκπαιδευτικός Στόχος (Στην Ελληνική και στην Αγγλική)</b>
<p>Στόχος του μαθήματος είναι η κατανόηση των λειτουργιών και των στρατηγικών που εφαρμόζονται στα διάφορα πεδία του Marketing Υπηρεσιών. Ανταγωνιστικός σχεδιασμός και τοποθέτηση ανταγωνιστικών υπηρεσιών στην αγορά.</p> <p><b>Main educational goals</b> The aim of the course is the understanding the functions and strategies implemented in the various fields of Services Marketing. Design of services in the competitive market.</p>

## I.2 Μαθησιακοί στόχοι

- Η παροχή συγκεκριμένων θεωρητικών γνώσεων.
- Η κατανόηση της αλληλεξάρτησης ανάμεσα στην επιχειρησιακή στρατηγική και τη στρατηγική του μάρκετινγκ υπηρεσιών.
- Η χρησιμοποίηση του μάρκετινγκ υπηρεσιών, ως μοχλός δυναμικής ανάπτυξης της επιχείρησης.
- Η κατανόηση του μοντέλου μέτρησης της ποιότητας στις υπηρεσίες.
- Η κατανόηση της σπουδαιότητας του ρόλου των εργαζόμενων ως προς τον τρόπο εξυπηρέτησης των πελατών και τη δημιουργία ευχαριστημένων και πιστών πελατών.
- Η χάραξη επιχειρηματικής στρατηγικής που θα βασίζεται στην ανάλυση των στοιχείων του μείγματος μάρκετινγκ στις υπηρεσίες.

### I. 2 learning objectives

- Providing specific theoretical knowledge.
- The understanding of the interdependence between the business strategy and the strategy Services Marketing.
- The use of service marketing, as lever dynamic development of the company.
- The understanding of quality measurement model for services.
- The understanding of the importance of the role of workers in the way of customer service and the creation of satisfied and loyal customers.
- The development of a business strategy based on the analysis of the marketing mix elements to services.

### 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 του μάρκετινγκ υπηρεσιών στην ανάπτυξη της επιχείρησης.
- κατανοήσουν του μοντέλου μέτρησης της ποιότητας στις υπηρεσίες..
- κατανοήσουν την επίδραση και το τρόπο λειτουργίας των στοιχείων του μείγματος μάρκετινγκ στις εταιρίες παροχής υπηρεσιών.
- κατανοήσουν τη σπουδαιότητα του ρόλου των εργαζόμενων ως προς τον τρόπο εξυπηρέτησης των πελατών με στόχο τη δημιουργία ευχαριστημένων και πιστών πελατών.
- καθορίσουν την αποτελεσματικότερη στρατηγική μάρκετινγκ που θα στηρίξεσαι στην καλύτερη εξυπηρέτηση του πελάτη ώστε η εταιρία να αποκτήσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και δυναμώσει την θέση της αγοράς

### 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 quality measurement of the model services..
- Understand the impact and the way of operation of the marketing mix elements on service companies
- Understand the importance of employee involvement in the way of customer service to create satisfied and loyal customers.
- Determine the most effective marketing strategy that will support better customer service to the company to gain a competitive advantage and strengthen its position in the market

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

1. Η έννοια και συστήματα ταξινόμησης υπηρεσιών.
2. Η συμπεριφορά των πελατών στις υπηρεσίες.
3. Ποιότητα υπηρεσιών. Μοντέλο μέτρησης της ποιότητας των υπηρεσιών.
4. Εξυπηρέτηση πελατών.
5. Ο ρόλος του ανθρώπινου δυναμικού και η συσχέτιση του με το μάρκετινγκ.
6. Σχεδιασμός του περιβάλλοντος των υπηρεσιών.
7. Ο ρόλος της οργάνωσης των διαδικασιών εξυπηρέτησης στη διαμόρφωση της εμπειρίας του πελάτη.
8. Διοίκηση του χαρτοφυλακίου προϊόντων σε με απήχηση παροχής υπηρεσιών.
9. Τιμολόγηση υπηρεσιών.
10. Τεχνικές επικοινωνίας.
11. Διοίκηση διανομής για τις επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών.
12. Επιτυγχάνοντας την αποκατάσταση στις υπηρεσίες και ανάκτηση πελατών.
13. Ανάπτυξη και διαχείριση σχέσεων με τους πελάτες.
14. Μάρκετινγκ για B2B υπηρεσίες.

#### **Analytical table 14 weekly courses**

1. The concept and the classification systems of marketing services
2. The behavior of the customer in services.
3. Quality of service. Model of quality measurement services.
4. Customer service.
5. The role of human resources and the relationship with marketing.
6. Design of the service environment.
7. The role of the organization of service processes in shaping the customer experience.
8. Product Portfolio Management in a service impact.
9. Pricing Methods of services.
10. Technical Communication.
11. Administration distribution for the undertaking providing services.
12. Achieving rehabilitation services and customer recovery.
13. Deploying and managing relations with our customers.
14. Marketing for B2B services.

### **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.aueb.gr/pages/news/attachments/2441\\_22.09.15.pdf](http://www.aueb.gr/pages/news/attachments/2441_22.09.15.pdf)

Πανεπιστήμιο Πειραιώς:

<http://www.ode.unipi.gr/index.php/el/electfallsemester/markfall>

Πανεπιστήμιο Μακεδονίας

<http://www.uom.gr/modules.php?op=modload&name=Mathimata&file=index&tmima=2&categorymenu=2>

Πανεπιστήμιο Πατρών

<http://www.bma.upatras.gr/index.php/el/2014-10-03-07-47-55/selides-mathimatou/mathimata-g-etous/25-2009-03-06-12-17-21>

### **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. Bentley University  
(<http://www.bentley.edu/academics/departments/marketing/undergraduate-courses>)
2. UCRiverside, University of California  
(<http://undergradbusiness.ucr.edu/major/marketing.html>)

- **Μεταπτυχιακά**

1. University of Warwick  
(<http://www.wbs.ac.uk/courses/postgraduate/marketing-and-strategy/details/#more>)

### **I.3 Είδος Μαθήματος**

Εξάμηνο Διδασκαλίας 1 <sup>ο</sup> – 12 <sup>ο</sup>	Υποχρεωτικό (Υ), Υποχρεωτικής Επιλογής (ΥΕ), Ελεύθερης Επιλογής (ΕΕ)	Υποβάθρου (ΥΠ), Επιστημονικής Περιοχής (ΕΠ), Γενικών Γνώσεων (ΓΓ), Ανάπτυξης Δεξιοτήτων (ΑΔ)	Μάθημα Κορμού (ΚΟ), Ειδίκευσης (ΕΙΔ), Κατεύθυνσης (ΚΑ)
5 <sup>ο</sup>	ΥΕ	ΕΠ	ΚΑ

### **I.4 Διδασκαλία**

Προβλεπόμενες Ώρες Διδασκαλίας ανά εξάμηνο				Σύνολο εβδομαδιαίων ωρών διδασκαλίας	Διδακτικές Μονάδες	Χρήση Πολλαπλής Βιβλιογραφίας (Ναι/Όχι)	Εργασία ή Πρόσδος (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. Αυλωνίτης Γ., Γούναρης Σπ., Τσιότσου Ρ., 2015. Μάρκετινγκ Υπηρεσιών. Εκδόσεις BROKEN HILL
2. Γούναρης Σπ., Καραντινού Κ., 2015. Μάρκετινγκ Υπηρεσιών. Εκδόσεις ROSILI

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

Αθανασούλης, Χ., 1997. Μάρκετινγκ Υπηρεσιών. Εκδόσεις ΣΤΑΜΟΥΛΗ ΑΕ.

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

Π.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 e-class, 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.