



Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο  
Σχολή Μηχανολόγων Μηχανικών  
Τομέας Βιομηχανικής Διοίκησης & Επιχειρησιακής Έρευνας

## Ακαδημαϊκό Έτος 2011 - 2012 Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ

Διδάσκων: Δρ. Νικόλαος Α. Παναγιώτου, Επίκουρος Καθηγητής

### Στόχος Μαθήματος

Ο στόχος του μαθήματος «Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ» είναι να επεξηγήσει στους φοιτητές της βασικές έννοιες του Μάρκετινγκ και να τους βοηθήσει να κατανοήσουν το σκεπτικό με το οποίο το Μάρκετινγκ βοηθά μία επιχείρηση στη λήψη σημαντικών αποφάσεων. Η ανάλυση των εννοιών θα στηριχθεί σε απόψεις πανεπιστημιακών αλλά και επαγγελματιών του χώρου που θα αντιμετωπιστούν με κριτική στάση. Με την ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές θα πρέπει να είναι σε θέση να αντιλαμβάνονται τις βασικές αρχές του Μάρκετινγκ και να κατανοούν σε μεγαλύτερο βάθος επιχειρηματικές στρατηγικές.

### Εκπαιδευτική Προσέγγιση

Διαλέξεις, Συζήτηση με τους Φοιτητές, Εξέταση, Εργασία Εξαμήνου.

### Βασικό Βιβλίο Μαθήματος

Kotler P. & Keller K. (2006), Marketing Management, 12<sup>η</sup> Έκδοση, Κλειδάριθμος.  
Παναγιώτου Ν. (2009), Σημειώσεις Μαθήματος «Εισαγωγή στο Marketing».

### Προτεινόμενες Βιβλιογραφικές Πηγές

Baker M. J., The Marketing Book, 5th Edition, Butterworth Heinemann, 2003.  
Batey M., Brand Meaning, Routledge Taylor & Francis Group, 2008.  
Chaffey D., Chadwick F. E., Johnston K. & Mayer R., Internet Marketing: Strategy, Implementation and Practice, Prentice Hall Financial Times, 2006.  
Hair J. F. Jr., Bush R. P. & Ortinau D. J., Marketing Research Withn a Changing Information Environment, 2nd Edition, McGraw-Hill Irwin, 2002.  
Sutton D. & Klein T., Enterprise Marketing Management: The New Science of Marketing, John Wiley & Sons, Inc.  
Wilson R. M. S. & Gilligan C., Strategic Marketing Management: Planning, Implementation & Control, Elsevier Butterworth Heinemann, 2005.

### Εργασία Εξαμήνου

Η εργασία του εξαμήνου θα περιλαμβάνει τη συγγραφή έκθεσης 5000 λέξεων. Σε αυτήν ο κάθε φοιτητής θα πρέπει να επιλέξει ένα από τα βασικά κεφάλαια Marketing (ενδεικτικά αναφέρονται: Έρευνα Αγοράς, το Προϊόν, η Τιμή, η Προώθηση, τα Δίκτυα Διανομής, Πληροφοριακά Συστήματα Marketing, Εργαλεία Στρατηγικού Marketing, Τμηματοποίηση Αγοράς και Τοποθέτηση Προϊόντων κλπ.) και να το αναπτύξει με δομημένο τρόπο στηριζόμενος στα ακόλουθα:

- Βιβλιογραφική επισκόπηση που θα πραγματοποιήσει.
- Πραγματικές επαγγελματικές εφαρμογές που θα καταφέρει να εντοπίσει.

Η τελική προθεσμία για την κατάθεση των εργασιών είναι η τελευταία ημέρα πριν από την εξεταστική περίοδο. Οι εργασίες θα πρέπει να σταλούν σε ηλεκτρονική μορφή στη διεύθυνση:  
panayiot@central.ntua.gr

Στο e-mail που θα αποσταλεί θα πρέπει να αναγράφεται: «Εργασία Marketing: Επώνυμο, Όνομα». Για κάθε επιτυχημένη παραλαβή του αρχείου, ο φοιτητής θα λαμβάνει επιβεβαίωση μέσω e-mail.

Η βαρύτητα της εργασίας επί του συνολικού βαθμού θα είναι 30%.