

## ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

<b>ΣΧΟΛΗ</b>	ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ		
<b>ΤΜΗΜΑ</b>	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ		
<b>ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	Προπτυχιακό		
<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>		<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	8 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	B2B MARKETING		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>		<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>
<i>σε περίπτωση που οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται σε διακριτά μέρη του μαθήματος π.χ. Διαλέξεις, Εργαστηριακές Ασκήσεις κ.λπ. Αν οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται ενιαία για το σύνολο του μαθήματος αναγράψτε τις εβδομαδιαίες ώρες διδασκαλίας και το σύνολο των πιστωτικών μονάδων</i>			
Διαλέξεις και Ασκήσεις Πράξης		4	6
<i>Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.</i>			
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Επιστημονικής Περιοχής		
<i>Υποβάθρου, Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων</i>			
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>	Δεν υπάρχουν		
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	Ελληνική		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	Όχι		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>			

### 1. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

<p><b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b></p> <p>Περιγράφονται τα μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος οι συγκεκριμένες γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες καταλλήλου επιπέδου που θα αποκτήσουν οι φοιτητές μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος.</p> <p><b>Συμβουλευτείτε το Παράρτημα Α</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Περιγραφή του Επιπέδου των Μαθησιακών Αποτελεσμάτων για κάθε ένα κύκλο σπουδών σύμφωνα με Πλαίσιο Προσόντων του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανώτατης Εκπαίδευσης</li> <li>• Περιγραφικοί Δείκτες Επιπέδων 6, 7 &amp; 8 του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων Διά Βίου Μάθησης και Παράρτημα Β</li> <li>• Περιληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων</li> </ul>
<p>Το μάθημα προσφέρεται σε προπτυχιακό επίπεδο και σύμφωνα με το Ευρωπαϊκό Πλαίσιο Επαγγελματικών Προσόντων για τη διά βίου μάθηση (ΕΠΕΠ) αφορά προσόντα επιπέδου 6. Στο επίπεδο αυτό τα μαθησιακά αποτελέσματα αποσκοπούν:</p> <p>α) στην απόκτηση προχωρημένων γνώσεων σε ένα πεδίο εργασίας ή σπουδής, οι οποίες συνεπάγονται κριτική κατανόηση θεωριών και αρχών</p> <p>β) στην ανάπτυξη προχωρημένων δεξιοτήτων και αποδεδειγμένης δεξιοτεχνίας/καινοτομικότητας για την επίλυση σύνθετων και απρόβλεπτων προβλημάτων σε εξειδικευμένο πεδίο εργασίας ή σπουδής</p> <p>γ) στην ανάπτυξη επαγγελματικών ικανοτήτων που αφορούν τη διαχείριση σύνθετων τεχνικών ή δραστηριοτήτων ή σχεδίων εργασίας, με ανάληψη ευθύνης για τη λήψη αποφάσεων σε απρόβλεπτα περιβάλλοντα εργασίας ή σπουδής. Επιπλέον να μπορεί να αναλαμβάνει την ευθύνη για τη διαχείριση της επαγγελματικής ανάπτυξης ατόμων και ομάδων.</p> <p>Με βάση τα παραπάνω, με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές αναμένεται να έχουν τις:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Γνώσεις ώστε να μπορούν να: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Αναγνωρίζουν την διαφορά ανάμεσα στο B2C και B2B μάρκετινγκ</li> <li>○ Αναγνωρίζουν τη σημασία των πωλήσεων για την υλοποίηση της στρατηγικής μάρκετινγκ</li> <li>○ Επιλέγουν και να συνδυάζουν διαφορετικές στρατηγικές B2B μάρκετινγκ</li> <li>○ Προσδιορίζουν B2B αγορές στο πλαίσιο της τμηματοποίησης και της χωροθέτησης</li> </ul> </li> <li>• Δεξιότητες ώστε να μπορούν να: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Εκτιμούν τις παραμέτρους εκτέλεσης και ανάλυσης του στρατηγικού σχεδιασμού B2B μάρκετινγκ</li> <li>○ Προσεγγίζουν πελάτες σε περιβάλλοντα B2B με σκοπό τη διεξαγωγή πώλησης</li> </ul> </li> </ul>

- Διακρίνουν τα είδη των τεχνικών πωλήσεων
- Εξετάζουν ποιοτικά και ποσοτικά δεδομένα της B2B αγοράς
- Παράγουν (συγγράφουν) αναφορές μάρκετινγκ για τις βιομηχανικές αγορές
- Ικανότητες ώστε να μπορούν να:
  - Εκτελούν τις βασικές δραστηριότητες της διοίκησης πωλήσεων
  - Λαμβάνουν σύνθετες αποφάσεις ακόμα και απρόβλεπτα περιβάλλοντα για την ανάπτυξη και την προώθηση B2B προϊόντων και υπηρεσιών
  - Συνεργαστούν, να συντονίζουν και να ελέγχουν τα εμπλεκόμενα στελέχη της επιχείρησης ώστε να εφαρμόζονται ορθά οι σχεδιαζόμενες B2B στρατηγικές.

### Γενικές Ικανότητες

Λαμβάνοντας υπόψη τις γενικές ικανότητες που πρέπει να έχει αποκτήσει ο πτυχιούχος (όπως αυτές αναγράφονται στο Παράρτημα Διπλώματος και παρατίθενται ακολούθως) σε ποια / ποιες από αυτές αποσκοπεί το μάθημα:

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

- 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
- Σχεδιασμός και διαχείριση έργων
- Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

## 2. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

- Βασικές έννοιες Βιομηχανικού Μάρκετινγκ (Business-to-Business – B2B) και διαφορές μεταξύ βιομηχανικών και καταναλωτικών αγορών.
- Στρατηγικός σχεδιασμός βιομηχανικού Μάρκετινγκ
- Αγοραστική συμπεριφορά οργανισμών – κέντρο αγοραστικών αποφάσεων. Πηγές πληροφόρησης των βιομηχανικών πελατών.
- Έρευνα & Τμηματοποίηση B2B αγοράς.
- Διοίκηση προϊόντων στις βιομηχανικές αγορές.
- Δίκτυα διανομής στο Βιομηχανικό Μάρκετινγκ.
- Τιμολογιακή πολιτική.
- Επικοινωνία και πωλήσεις στο Βιομηχανικό Μάρκετινγκ.
- Τεχνικές Προσωπικών Πωλήσεων – Διαχείριση Πωλήσεων
- Διαχείριση Παραπόνων – Υποστήριξης Πελατών
- Νέες Τεχνολογίες στις B2B πωλήσεις και την υποστήριξη
- Ανάλυση περιπτώσεων (case studies).

## 3. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

<p><b>ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ</b> Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.</p>	<p>Πρόσωπο με πρόσωπο</p>	
<p><b>ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ</b> Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</p>	<p>Χρήση οπτικοακουστικού και αλληλεπιδραστικού υλικού με τη βοήθεια ΤΠΕ Υποστήριξη μαθησιακής διαδικασίας και επικοινωνίας με τους φοιτητές μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class</p>	
<p><b>ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b> Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση,</p>	<p><b>Δραστηριότητα</b></p>	<p><b>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</b></p>

<p>Άσκηση Πεδίου, Μελέτη &amp; ανάλυση βιβλιογραφίας, Φροντιστήριο, Πρακτική (Τοποθέτηση), Κλινική Άσκηση, Καλλιτεχνικό Εργαστήριο, Διαδραστική διδασκαλία, Εκπαιδευτικές επισκέψεις, Εκπόνηση μελέτης (project), Συγγραφή εργασίας / εργασιών, Καλλιτεχνική δημιουργία, κ.λπ.</p> <p>Αναγράφονται οι ώρες μελέτης του φοιτητή για κάθε μαθησιακή δραστηριότητα καθώς και οι ώρες μη καθοδηγούμενης μελέτης ώστε ο συνολικός φόρτος εργασίας σε επίπεδο εξαμήνου να αντιστοιχεί στα standards του ECTS</p>	Διαλέξεις	39
	Ασκήσεις Πράξεις που εστιάζουν στην παρουσίαση μελετών περίπτωσης	13
	Ομαδική Εργασία σε Μελέτη Περίπτωσης	35
	Εκπαιδευτικές Επισκέψεις / Διαλέξεις Ειδικών	15
	Αυτοτελής Μελέτη	48
	<b>Σύνολο Μαθήματος</b> (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)	<b>150</b>
	<p><b>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ</b> Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης</p> <p>Γλώσσα Αξιολόγησης, Μέθοδοι αξιολόγησης, Διαμορφωτική ή Συμπερασματική, Δοκιμασία Πολλαπλής Επιλογής, Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης, Ερωτήσεις Ανάπτυξης Δοκιμών, Επίλυση Προβλημάτων, Γραπτή Εργασία, Έκθεση / Αναφορά, Προφορική Εξέταση, Δημόσια Παρουσίαση, Εργαστηριακή Εργασία, Κλινική Εξέταση Ασθενούς, Καλλιτεχνική Ερμηνεία, Άλλη / Άλλες</p> <p>Αναφέρονται ρητά προσδιορισμένα κριτήρια αξιολόγησης και εάν και που είναι προσβάσιμα από τους φοιτητές</p>	<p>I. Γραπτή τελική εξέταση (70%) που περιλαμβάνει:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής</li> <li>- Ανάλυση ρόλων και ενδιαφερομένων μερών σε σύντομη μελέτη περίπτωσης</li> <li>- Επίλυση προβλημάτων σχετικών με το B2B μάρκετινγκ</li> <li>- Συγκριτική αξιολόγηση στοιχείων θεωρίας</li> </ul> <p>II. Ομαδική Εργασία (30%)</p> <p>Σκοπός της εργασίας είναι ο έλεγχος των δεξιοτήτων που ανέπτυξαν οι σπουδαστές σε εργαλεία και υπηρεσίες που σχετίζονται με το B2B μάρκετινγκ και η ικανότητά τους να σχεδιάζουν και να υλοποιούν ένα έργο ομαδικά.</p>

#### 4. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

<p>-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :</p> <p>Π. Τομάρας, «Βιομηχανικό Μάρκετινγκ», έκδοση του ιδίου, 2009.</p> <p>Γ. Αυλωνίτης, Σ. Δημητριάδης και Κ. Ήντουνας, Στρατηγικό Βιομηχανικό Μάρκετινγκ. Μια ολοκληρωμένη προσέγγιση, Εκδόσεις Rossili, 2015</p> <p>Γ. Αυλωνίτης και Β. Σταθακόπουλος (2008), Αποτελεσματική Οργάνωση &amp; Διοίκηση Πωλήσεων, Εκδόσεις Σταμούλη, 2008.</p> <p>M.D. Hutt and T.W. Speh, «Business Marketing Management: B2B», South-Western College Publications, 2006</p> <p>Ph. Kotler, W. Pfoertch and I. Michi, «B2B Brand Management», Springer, 2006</p> <p>-Συναφή επιστημονικά περιοδικά:</p> <p>Journal of Business-to-Business Marketing Journal of Business &amp; Industrial Marketing Industrial Marketing Management</p>
---