

Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο

Κυπριακή Δημοκρατία

Διευθύνση Μέσης Τεχνικής και Επαγγελματικής Εκπαίδευσης και Κατάρτισης
της Ευρωπαϊκής Ένωσης στην ΚύπροΜΕΤΕΚ
ΜΕΤΑΜΒΕΒΛΗΜΑ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΩΣΔημόσια Σχολή Ανώτερης Επαγγελματικής Εκπαίδευσης και Κατάρτισης
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΜΕΣΗΣ ΤΕΧΝΙΚΗΣ ΚΑΙ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΚΑΙ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ, ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΝΕΟΛΑΙΑΣ

Η δράση υλοποιείται στο πλαίσιο του Έργου "Ανάπτυξη της Τεχνικής και Επαγγελματικής Εκπαίδευσης και Κατάρτισης".
Το Έργο συγχρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο της Ε.Ε. και την Κυπριακή Δημοκρατία.

Τίτλος Μαθήματος	ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ				
Κωδικός Μαθήματος	COOK0402				
Τύπος μαθήματος	Υποχρεωτικό, Θεωρητικό				
Επίπεδο	Επίπεδο 5 του Εθνικού Πλαισίου Προσόντων				
Έτος / Εξάμηνο φοίτησης	2 ^ο Έτος, Γ΄ ή Δ΄ Εξάμηνο				
Όνομα Διδάσκοντα	Μαρίνα Βασιλείου				
ECTS	3	Διαλέξεις / εβδομάδα	2	Εργαστήρια / εβδομάδα	
Στόχος Μαθήματος	Το μάθημα στοχεύει στην απόκτηση βασικών γνώσεων στο μάρκετινγκ και στην απόκτηση δεξιοτήτων στην ετοιμασία ενός πλάνου μάρκετινγκ για ένα εστιατόριο.				
Μαθησιακά Αποτελέσματα	<p>Οι σπουδαστές/στρίες θα είναι σε θέση να:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Αναλύουν τις διαδικασίες και τις λειτουργίες του Μάρκετινγκ, • Σχεδιάζουν μιας πελατο-κεντρική στρατηγική αγοράς/μάρκετινγκ για την απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος στην αγορά, • Συνθέτουν ένα βασικό πλάνο Μάρκετινγκ για ένα εστιατόριο. 				
Προαπαιτούμενα	Δεν ισχύει	Συναπαιτούμενα	Δεν ισχύει		
Περιεχόμενο Μαθήματος	<p>Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ Περιβάλλον Αγοράς (PESTEL / SWOT) Καταναλωτική Συμπεριφορά Τμηματοποίηση Αγορά Σχεδιάζοντας μία Πελατο-Κεντρική Στρατηγική Αγοράς/Μάρκετινγκ Τιμολογιακή Στρατηγική Κανάλια Εμπορίας Διαφήμιση, Δημόσιες Σχέσεις και Έρευνα Αγοράς Ανταγωνιστικό Πλεονέκτημα Ηλεκτρονικό Μάρκετινγκ Πλάνο Μάρκετινγκ</p>				
Μεθοδολογία	Το διδακτικό προσωπικό επιλέγει μία ή περισσότερες από τις παρακάτω				

Διδασκαλία	μεθόδους διδασκαλίας για την επίτευξη των προσδοκώμενων μαθησιακών αποτελεσμάτων του μαθήματος (χωρίς να περιορίζεται σε αυτές): διαλέξεις, επίδειξη, συζήτηση, σχέδια δράσης, μικρο-διδασκαλία, εξωσχολικές διδακτικές δραστηριότητες με τη μέθοδο του project, μέθοδο της ανεστραμμένης τάξης, περιπτωσιολογικές μελέτες, συνθετικές εργασίες, διερευνητική μέθοδο, εκπαιδευτικές επισκέψεις, παρουσιάσεις επισκεπτών, βιωματική μέθοδο στον χώρο εργασίας, εκμάθηση με πολυμέσα ηλεκτρονικής τεχνολογίας/ψηφιακές ικανότητες – ψηφιακή εκμάθηση/διδασκαλία, συνεντεύξεις με ειδικούς κλπ.
Βιβλιογραφία	Κώστας Τζωρτζάκης, Α. Τζωρτζάκη. Αρχές Μάρκετινγκ. Εκδότης: Rosili ISBN, 960-55749-6-x
Αξιολόγηση	Συμμετοχή / Παρουσία: 10% Εργασίες / Projects (Ομάδα ή Ατομική): 0% - 50% Μεσοπρόθεσμη Εξέταση: 0% - 30% Τελική Εξέταση: 0% - 40% Τελική Διεπιστημονική Εργασία/Παρουσίαση (Ομαδική ή Ατομική): 0% - 50%
Γλώσσα	Ελληνική