

22.

<b>Τίτλος μαθήματος</b>	<b>Διοίκηση Πωλήσεων</b>			
<b>Κωδικός μαθήματος</b>	<b>MRKT219</b>			
<b>Τύπος μαθήματος</b>	<b>Θεωρητικό, Μαθήματα Επιλογής (Συναπαιτούμενα Ομάδα Β)</b>			
<b>Επίπεδο</b>	Προπτυχιακό			
<b>Έτος /Εξάμηνο</b>	Έτος 2 <sup>ο</sup> Εξάμηνο 4 <sup>ο</sup>			
<b>Όνομα διδάσκοντα</b>	Γεροκώστας Κώστας			
<b>ECTS</b>	8	<b>Διαλέξεις/ εβδομάδα</b>	4	<b>Εργαστήρια/ εβδομάδα</b> X
<b>Σκοπός και στόχοι μαθήματος</b>	Στόχος του μαθήματος είναι να καταστήσει τους φοιτητές ικανούς να σχεδιάζουν σωστά στρατηγικές πωλήσεων όσον αφορά τον εντοπισμό, την προσέλκυση και απόκτηση πελατών όπως επίσης και στην ανάπτυξη των σχέσεων του Οργανισμού με τους πελάτες για διατήρησή τους.			
<b>Μαθησιακά αποτελέσματα</b>	<p>Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές αναμένεται να:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Κατανοήσουν την έννοια των πωλήσεων, την ποικιλία και την πολυπλοκότητα του ρόλου των πωλήσεων και των ανθρώπων που ασχολούνται με τις δραστηριότητες των πωλήσεων</li> <li>Αποκτήσουν την ικανότητα για ενδεδειγμένη εκτίμηση των βασικών στοιχείων της επιτυχημένης διαχείρισης πωλήσεων και των προσεγγίσεων και τεχνικών που χρησιμοποιούνται</li> <li>Εξηγήσουν εναλλακτικές προσεγγίσεις για τη διαχείριση πωλήσεων μέσω ανάλυσης της αγοράς</li> <li>Περιγράψουν τη μεθοδολογία προγραμματισμού πωλήσεων χρησιμοποιώντας καθιερωμένες τεχνικές</li> <li>Δημιουργούν και να οργανώνουν πωλήσεις μέσω μιας διαδικασίας βήμα προς βήμα</li> <li>Κατανοήσουν τη διαδικασία της διαπραγμάτευσης, του κλεισίματος της πώλησης, όπως και του σχεδιασμού και της διαχείρισης του χρόνου και της περιοχής πώλησης</li> <li>Γνωρίσουν τα χαρακτηριστικά μιας αποτελεσματικής παρουσίασης πωλήσεων</li> <li>Προσδιορίσουν βασικά ζητήματα που αφορούν την πρόσληψη, εκπαίδευση επαγγελματιών πωλητών όπως και της παροχής κινήτρων και αξιολόγησής τους</li> <li>Κατανοήσουν τη σημασία της ηθικής συμπεριφοράς στις πωλήσεις</li> </ul>			
<b>Προαπαιτούμενα</b>	<b>MRKT217 Βασικές Αρχές Μάρκετινγκ</b>	<b>Συναπαιτούμενα</b>	<b>MRKT220 Συμπεριφορά Καταναλωτή</b>	

<p><b>Περιεχόμενο μαθήματος</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ανάπτυξη της πώλησης και ο ρόλος της στο μάρκετινγκ</li> <li>• Στρατηγικές πωλήσεων             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Σχεδιασμός πωλήσεων και μάρκετινγκ</li> <li>• Η διαδικασία του σχεδιασμού</li> <li>• Η θέση της πώλησης στο πλάνο μάρκετινγκ</li> </ul> </li> <li>• Αγοραστική Συμπεριφορά Καταναλωτών, Επιχειρηματικές Αγορές και Αγοραστική Συμπεριφορά Επιχειρήσεων</li> <li>• Αποφάσεις Οργάνωσης &amp; Διοίκησης Πωλήσεων</li> <li>• Μέθοδοι πρόβλεψης &amp; Στόχοι πωλήσεων - Σχέδιο Πωλήσεων             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Η σημασία της Πρόβλεψης Πωλήσεων.</li> <li>• Μέθοδοι Πρόβλεψης Πωλήσεων Υποκειμενικές-Ποιοτικές Μέθοδοι</li> <li>• Μέθοδοι Πρόβλεψης Πωλήσεων Αντικειμενικές-Ποσοτικές Μέθοδοι</li> <li>• Σχεδιασμός περιοχής Πωλήσεων</li> <li>• Κριτήρια Επιλογής και Αξιολόγησης</li> <li>• Χαρακτηριστικά ενός Καλού Συστήματος Πωλήσεων</li> <li>• Διαδικασία Καθορισμού Στόχων</li> <li>• Επιλογή Τύπου Στόχων</li> </ul> </li> <li>• Καθορισμός δύναμης Πωλητών</li> <li>• Οργάνωση δύναμης Πωλητών</li> <li>• Στρατολόγηση και Επιλογή πωλητών</li> <li>• Καθήκοντα και Αμοιβή Πωλητών</li> <li>• Επιτήρηση και Αξιολόγηση Πωλητών</li> <li>• Πρόβλεψη Πωλήσεων και Προϋπολογισμός</li> </ul>
<p><b>Μεθοδολογία διδασκαλίας</b></p>	<p>Το περιεχόμενο του μαθήματος θα διδαχθεί με:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Παρουσιάσεις Power Point</li> <li>• Καθοδηγούμενες συζητήσεις με την ενεργό συμμετοχή των φοιτητών</li> <li>• Παραδείγματα με συναφείς με το πρόγραμμα μελέτες περίπτωσης</li> <li>• Ενότητα ερωταπαντήσεων και διευκρινήσεων</li> <li>• Χρήση διαδικτύου και συναφούς υποδομής τεχνολογιών πληροφορικής</li> <li>• Χρήση βιντεοπροβολέα και Πίνακα</li> <li>• Εκπόνηση Εργασιών</li> </ul>
<p><b>Βιβλιογραφία</b></p>	<p><b>Ελληνική Βιβλιογραφία</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Τσιρόπουλος, Γ. (2011). <i>Πορεία στην κορυφή : Μοντέρνα διοίκηση επιχειρήσεων επαγγελματικό μάρκετινγκ και πωλήσεις</i>. Lithoweb Ltd. ISBN: 9789963788224</li> <li>• Λαζαράς, Χ. (2007). <i>Τεχνικές Πωλήσεων και επικοινωνίας: 151 Εργαλεία αποτελεσματικότητας</i>. Προπομπός. ISBN: 978-960-7860-57-8</li> <li>• Μαυρουλέας, Ν. Α. (2005). <i>Οργάνωση και διοίκηση πωλήσεων</i>. Σταμούλης. ISBN: 960-351-150-1</li> <li>• Hopkins, T. (2003). <i>Πώς θα κατακτήσετε την τέχνη των πωλήσεων</i>. Κλειδάριθμος. ISBN: 960-209-656-X</li> </ul>

	<p><b>Αγγλική Βιβλιογραφία</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hinson, R. E. (2018). <i>Sales Management: A Primer for Frontier Markets</i>. Charlotte : Information Age Publishing. ISBN: 9781641133463. <b>EBSCOHost</b>.</li> <li>• Kunkle. M. (2021). <i>The Building Blocks of Sales Enablement</i>. Alexandria, VA : Association for Talent Development. ISBN: 9781952157622. EBSCOHost.</li> <li>• Simpkins, R. A. (2004). <i>The Secrets of Great Sales Management : Advanced Strategies for Maximizing Performance</i>. New York : AMACOM. ISBN: 9780814472385. EBSCOHost.</li> </ul>
<p><b>Αξιολόγηση</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Παρουσία και Συμμετοχή στην Τάξη: 10%</li> <li>• Εργασίες: 40%</li> <li>• Τελική Γραπτή Εξέταση: 50%</li> </ul>
<p><b>Γλώσσα</b></p>	<p>Ελληνικά ή Αγγλικά</p>