



# Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ

## Ενότητα 1 : Εισαγωγή στην Έννοια του Μάρκετινγκ

Χριστίνα Μπουτσούκη  
Τμήμα Οικονομικών Επιστημών



# Άδειες Χρήσης

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό υπόκειται σε άδειες χρήσης Creative Commons.
- Για εκπαιδευτικό υλικό, όπως εικόνες, που υπόκειται σε άλλου τύπου άδειας χρήσης, η άδεια χρήσης αναφέρεται ρητώς.



# Χρηματοδότηση

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό έχει αναπτυχθεί στα πλαίσια του εκπαιδευτικού έργου του διδάσκοντα.
- Το έργο «Ανοικτά Ακαδημαϊκά Μαθήματα στο Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης» έχει χρηματοδοτήσει μόνο την αναδιαμόρφωση του εκπαιδευτικού υλικού.
- Το έργο υλοποιείται στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» και συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο) και από εθνικούς πόρους.





ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ  
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

ΑΝΟΙΚΤΑ  
ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΑ  
ΜΑΘΗΜΑΤΑ



# Εισαγωγή στην Έννοια του Μάρκετινγκ



Ευρωπαϊκή Ένωση  
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ  
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ  
*επένδυση στην κοινωνία της γνώσης*

ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ  
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ

# Περιεχόμενα ενότητας

1. Τι είναι το Μάρκετινγκ.
2. Γιατί μελετάμε το Μάρκετινγκ.
3. Βασικές έννοιες του Μάρκετινγκ.
4. Ο ρόλος του Μάρκετινγκ στην επιχείρηση.
5. Τι κάνουν οι marketers σε έναν οργανισμό.
6. Η ιδεολογία του Μάρκετινγκ.
7. Το μίγμα Μάρκετινγκ.
8. Δραστηριότητες του Μάρκετινγκ.
9. Νέες τάσεις στο Μάρκετινγκ.
10. Βιβλιογραφία.



# Σκοποί ενότητας

- Η ενότητα αυτή έχει ως σκοπό να κάνει μια εισαγωγή στην Έννοια του Μάρκετινγκ.





ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ  
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

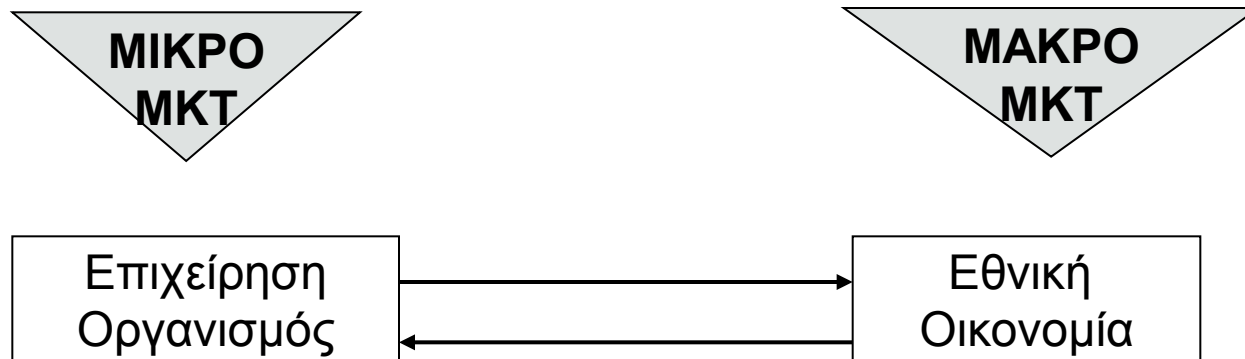
---

Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ

# Τι είναι το Μάρκετινγκ

# 1. Τι είναι το Μάρκετινγκ

- Το Μάρκετινγκ (ΜΚΤ) είναι μια κοινωνική διαδικασία και μια διαδικασία μάνατζμεντ με την οποία τα άτομα αλλά και οι ομάδες αποκτούν αυτά που χρειάζονται και επιθυμούν, διαμέσου της δημιουργίας και ανταλλαγής προϊόντων & αξιών (Kotler, 1999).
- Το ΜΚΤ εφαρμόζεται σε κερδοσκοπικούς και μη-κερδοσκοπικούς οργανισμούς.







ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ  
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

---

Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ

# Γιατί μελετάμε το Μάρκετινγκ

## 2. Γιατί μελετάμε το Μάρκετινγκ

---

Γιατί βρίσκεται γύρω μας παντού σε όλες τις εκφάνσεις της ζωής μας.





ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ  
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

---

Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ

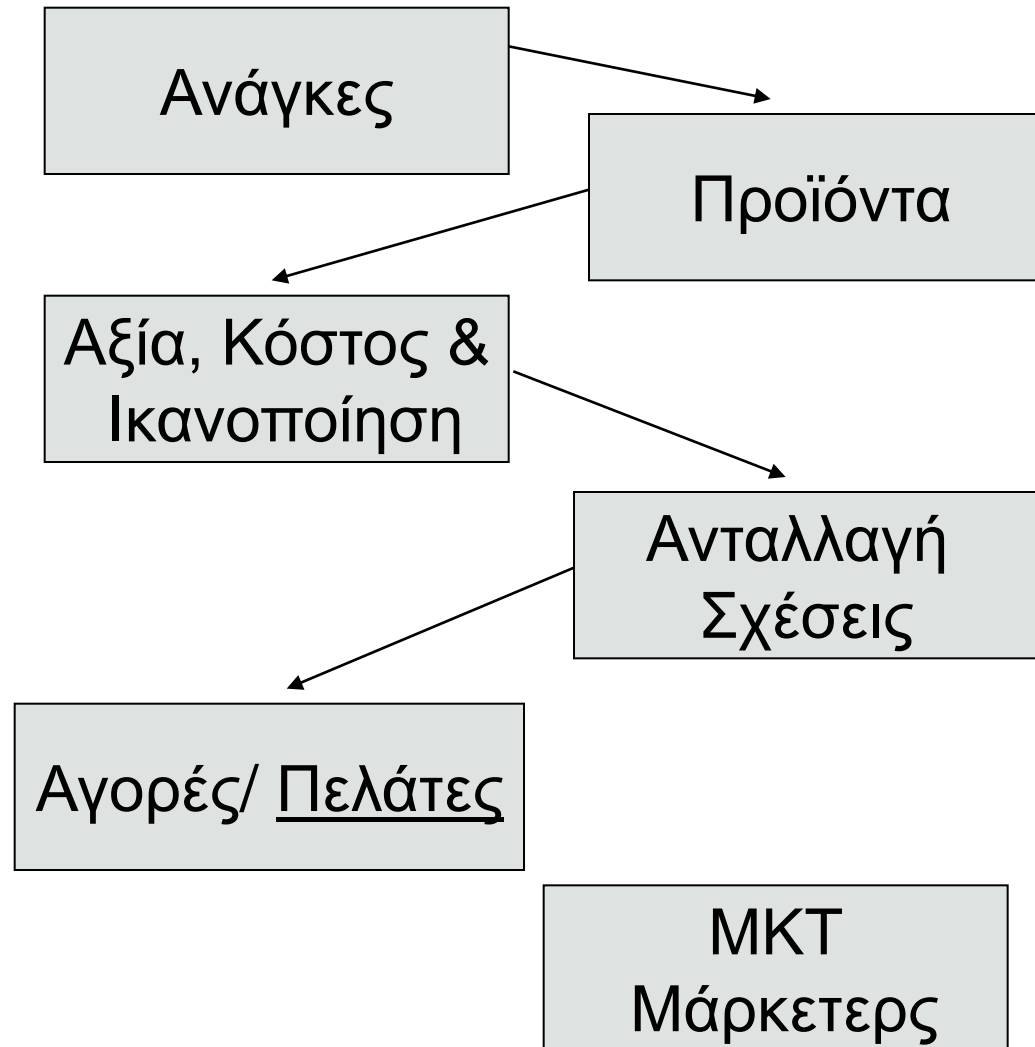
# Βασικές έννοιες του Μάρκετινγκ

### 3. Βασικές έννοιες του Μάρκετινγκ 1/2

- Στην καρδιά του Μάρκετινγκ είναι ο Πέλατης και η ικανοποίηση των αναγκών του.
- Το μάρκετινγκ δίνει έμφαση στη δημιουργία αξέχαστων καταναλωτικών εμπειριών.



### 3. Βασικές έννοιες του Μάρκετινγκ 2/2





ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ  
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

---

Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ

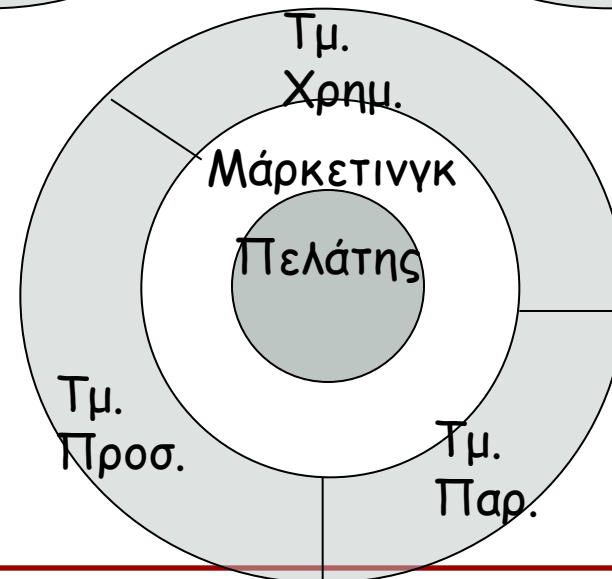
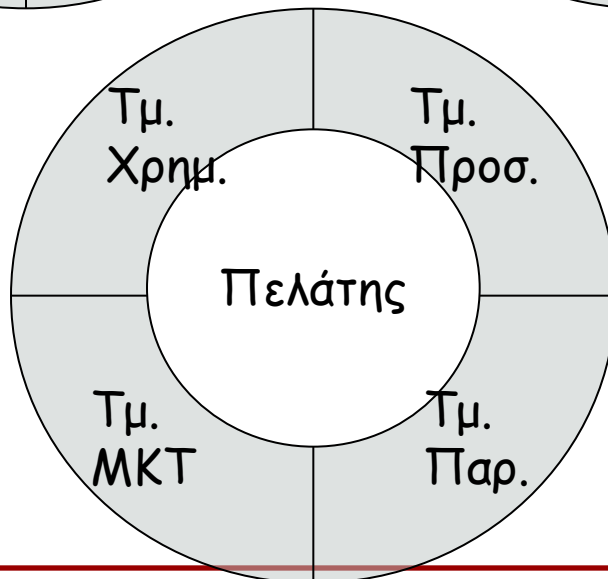
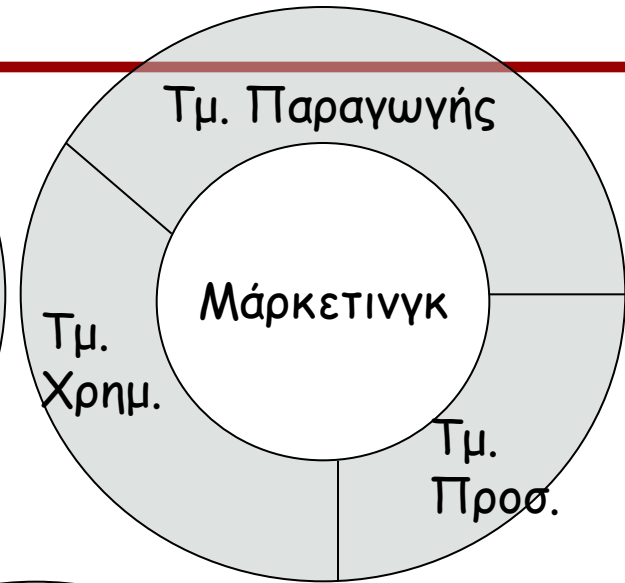
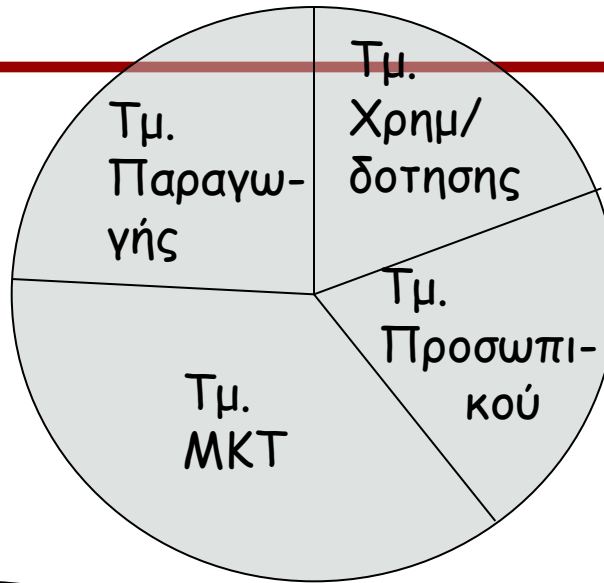
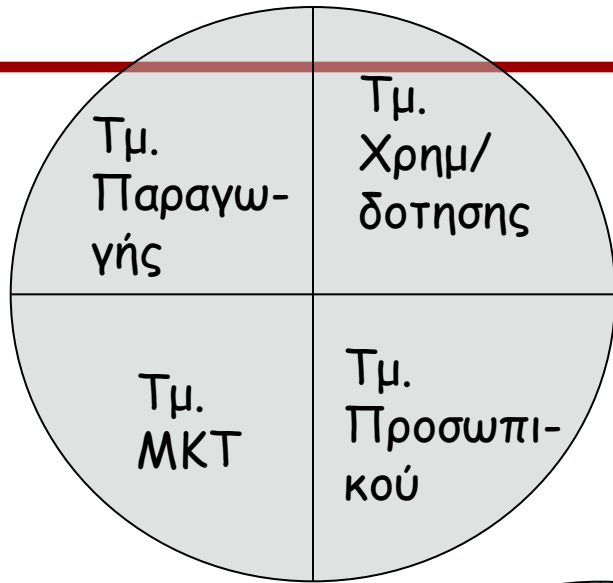
# Ο Ρόλος του Μάρκετινγκ στην επιχείρηση

## 4. Ο Ρόλος του Μάρκετινγκ στην επιχείρηση 1/2

- Η σύγχρονη έννοια του ΜΚΤ περιλαμβάνει το συντονισμό όλων των δραστηριοτήτων της επιχ/σης, όλων των τμημάτων και διευθύνσεων της, για την επιτυχία του σκοπού της μεγιστοποίησης κέρδους της επιχ/σης και της ικανοποίησης των πελατών.



# 4. Ο Ρόλος του Μάρκετινγκ στην επιχείρηση 2/2







ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ  
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ

# Τι κάνουν οι marketers σε ένα οργανισμό

## 5. Τι κάνουν οι marketers σε έναν οργανισμό

- Παρέχουν πληροφορίες για τον καταναλωτή και την αγορά – δημιουργία των 4Ps (Product, Price, Place, Promotion).
- Παρέχουν στρατηγική μάρκετινγκ για την επιχείρηση.
- Ηγούνται των λειτουργιών και προγραμμάτων μάρκετινγκ.
- Συνεργάζονται με τα υπόλοιπα τμήματα και με εξωτερικούς συνεργάτες.





ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ  
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

---

Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ

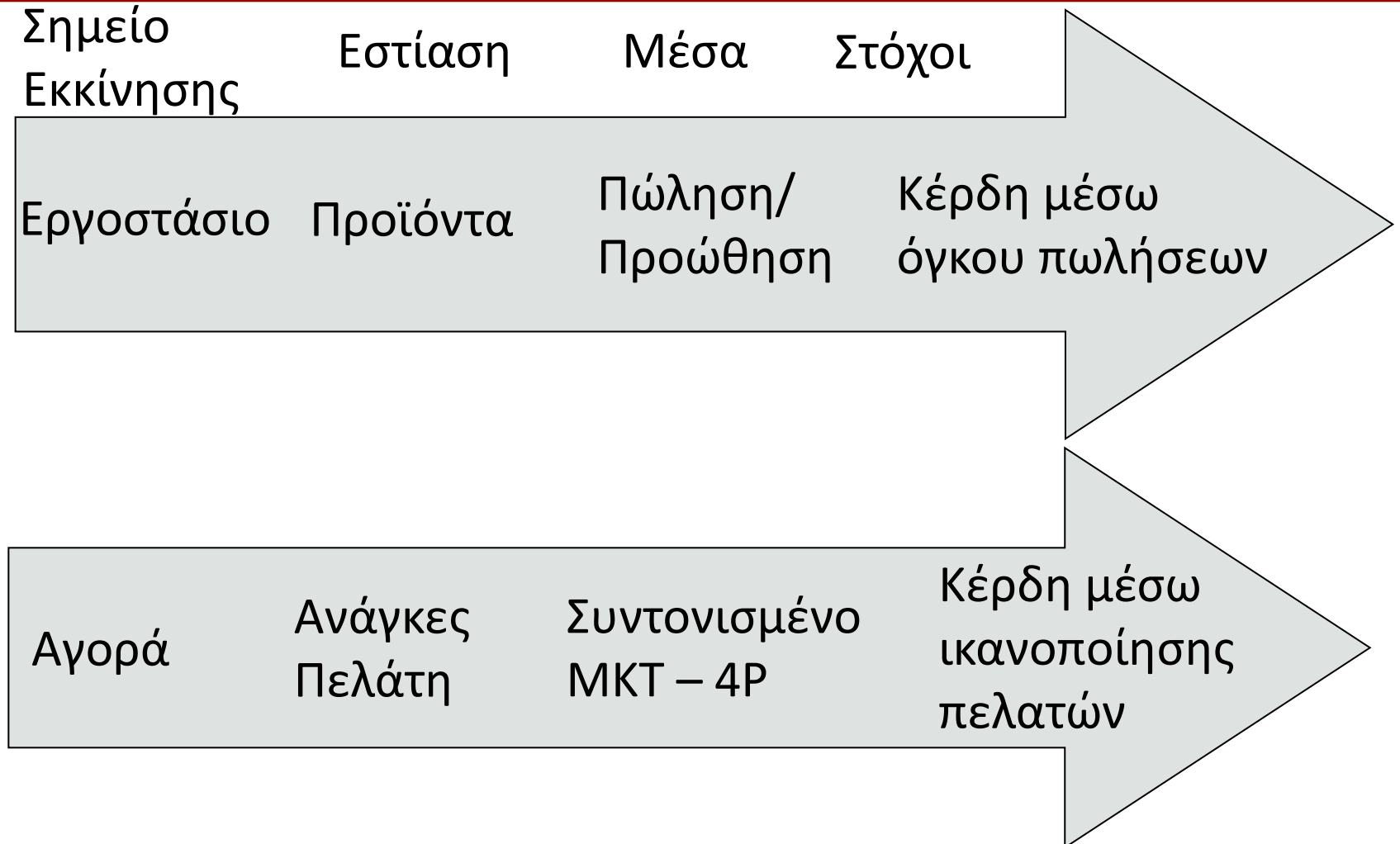
# Η Ιδεολογία του Μάρκετινγκ

## 6. Η Ιδεολογία του Μάρκετινγκ 1/2

- εστιάζει στις ανάγκες και επιθυμίες του πελάτη και την προσφορά κατάλληλων προϊόντων/υπηρεσιών για την ικανοποίηση του κατά τρόπο πιο αποτελεσματικό από τους ανταγωνιστές. Συμβάλλει στην κοινωνική ευημερία.
- ενσωματώνει την αντίληψη της παραγωγής, του προϊόντος, πώλησης, του μάρκετινγκ και του κοινωνικού μάρκετινγκ.



## 6. Η Ιδεολογία του Μάρκετινγκ 2/2





ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ  
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

---

Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ

# Το Μίγμα Μάρκετινγκ

## 7. Το Μίγμα Μάρκετινγκ 1/2

- Η ιδεολογία του ΜΚΤ αποτελεί τη βασική φιλοσοφία της επιχ/σης για την επίτευξη των αντικειμενικών της σκοπών. Η ιδεολογία του ΜΚΤ πετυχαίνεται με το μίγμα ΜΚΤ. Το μίγμα ΜΚΤ είναι ένα σύστημα αλληλοσχετιζόμενων δραστηριοτήτων που σχεδιάστηκαν για την ικανοποίηση των πελατών και στόχων της επιχ/σης.



# 7. Το Μίγμα Μάρκετινγκ 2/2

---

- Product= Προϊόν
- Promotion= Προώθηση
- Price= Τιμή
- Place= Διανομή







ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ  
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

---

Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ

# Άλλες δραστηριότητες Μάρκετινγκ

## 8. Άλλες δραστηριότητες Μάρκετινγκ

---

- Έρευνα Αγοράς,
- Τμηματοποίηση,
- Συμπεριφορά καταναλωτή.





ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ  
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

---

Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ

# Νέες τάσεις στο Μάρκετινγκ

## 9. Νέες τάσεις στο Μάρκετινγκ

- Νέες Τεχνολογίες – Customization.
- Νέες Μορφές Επιχ/σεων (πχ στρατ. συμμαχίες).
- Relationship Marketing.
- Κοινωνική Ευθύνη Επιχ/σεων.
- Πιο μορφωμένοι/ευαισθητοποιημένοι καταναλωτές.



# 10. Βιβλιογραφία

- M. Baker (2003). The Marketing Book. Butterworth-Heinemann, Oxford.
- P. Kotler (1999). Marketing Management. Analysis, Planning, Implementation & Control. Prentice Hall, New Jersey.
- Τσακλάγκανος (2004). Βασικές Αρχές του Μάρκετινγκ. Εκδόσεις Κυριακίδη.



# Σημείωμα Αναφοράς

Copyright Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Χριστίνα Μπουτσούκη.  
«Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ. Εισαγωγή στην έννοια του Μάρκετινγκ».  
Έκδοση: 1.0. Θεσσαλονίκη 2014. Διαθέσιμο από τη δικτυακή διεύθυνση:  
<http://eclass.auth.gr/courses/OCRS447/>



# Σημείωμα Αδειοδότησης

Το παρόν υλικό διατίθεται με τους όρους της άδειας χρήσης Creative Commons Αναφορά - Παρόμοια Διανομή [1] ή μεταγενέστερη, Διεθνής Έκδοση. Εξαιρούνται τα αυτοτελή έργα τρίτων π.χ. φωτογραφίες, διαγράμματα κ.λ.π., τα οποία εμπεριέχονται σε αυτό και τα οποία αναφέρονται μαζί με τους όρους χρήσης τους στο «Σημείωμα Χρήσης Έργων Τρίτων».



Ο δικαιούχος μπορεί να παρέχει στον αδειοδόχο ξεχωριστή άδεια να χρησιμοποιεί το έργο για εμπορική χρήση, εφόσον αυτό του ζητηθεί.

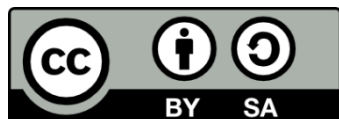
[1] <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>





# Εισαγωγή στην έννοια του Μάρκετινγκ

Επεξεργασία: <Έλλη Βλαχοπούλου>  
Θεσσαλονίκη, <Ιούνιος 2015>



Ευρωπαϊκή Ένωση  
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ  
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ





ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ  
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

---

# Σημειώματα

# Διατήρηση Σημειωμάτων

Οποιαδήποτε αναπαραγωγή ή διασκευή του υλικού θα πρέπει να συμπεριλαμβάνει:

- το Σημείωμα Αναφοράς
- το Σημείωμα Αδειοδότησης
- τη δήλωση Διατήρησης Σημειωμάτων
- το Σημείωμα Χρήσης Έργων Τρίτων (εφόσον υπάρχει)

μαζί με τους συνοδευόμενους υπερσυνδέσμους.

