

Τίτλος Μαθήματος	Μάρκετινγκ για Σχεδιαστές				
Κωδικός Μαθήματος	GRD220				
Τύπος μαθήματος	Υποχρεωτικό				
Επίπεδο	Πτυχίο (1ος Κύκλος)				
Έτος / Εξάμηνο φοίτησης	2 <sup>ο</sup> Έτος / 3 <sup>ο</sup> Εξάμηνο φοίτησης				
Όνομα Διδάσκοντα	Θα ανακοινωθεί				
ECTS	6	Διαλέξεις / εβδομάδα	3 ώρες/14 εβδομάδες	Εργαστήρια / εβδομάδα	Δεν Ισχύει
Στόχος Μαθήματος	<p>Το μάθημα αυτό στόχο έχει να εισαγάγει στις φοιτητές/Τριές στις βασικές αρχές του Μάρκετινγκ που έχει να κάνει με το επάγγελμά του σχεδιαστή. Μέσα από το μάθημα αναμένεται να αποκτήσουν γνώσεις και εμπειρίες στην έρευνα, στο στρατηγικό προγραμματισμό και σχεδιασμό, στην αξιολόγηση και στην παρουσίαση προωθητικού υλικού, το οποίο να απευθύνεται σε ποικίλους κλάδους, επιχειρήσεις, προϊόντα, υπηρεσίες και να στοχεύει σε διαφορετικές αγορές.</p>				
Μαθησιακά Αποτελέσματα	<p>Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές/τριες αναμένονται να είναι σε θέση να:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Αναγνωρίζουν τα βασικά εργαλεία του μάρκετινγκ, τα οποία σχετίζονται με τη βιομηχανία του επαγγέλματος τους αλλά και πως εφαρμόζονται πρακτικά σε διάφορες εργασίες.</li> <li>• Διαμορφώνουν επιτυχημένες στρατηγικές μάρκετινγκ που να απευθύνονται σε διαφορετικά ακροατήρια.</li> <li>• Εφαρμόζουν με επιτυχία τις γνώσεις που απέκτησαν στο μάθημα αυτό για να παρωθούν τη δική τους σχεδιαστική δουλειά αλλά και αυτή των πελατών τους.</li> </ul>				
Προαπαιτούμενα	GRD100	Συν-απαιτούμενα	Κανένα		
Περιεχόμενο Μαθήματος	<p>Κατά τη διάρκεια του μαθήματος, οι φοιτητές/τριες θα μελετήσουν τις ακόλουθες θεματικές περιοχές:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Έρευνα, στρατηγικός προγραμματισμό και σχεδιασμός.</li> <li>- Εξέλιξη και παρουσίαση προωθητικού υλικού, το οποίο να απευθύνεται σε ποικίλους κλάδους, επιχειρήσεις, προϊόντα, υπηρεσίες και στοχεύει σε διαφορετικές αγορές.</li> <li>- Έρευνα σε ανταγωνιστικές αγορές.</li> <li>- Τρόποι ανάπτυξης ιδεών για με στοχευόμενο μήνυμα μάρκετινγκ.</li> <li>- Δημογραφικός καθορισμός νέων αγορών.</li> <li>- Επαγγελματικοί μέθοδοι προώθησης δουλειάς, προϊόντων και υπηρεσιών.</li> </ul>				

Μεθοδολογία Διδασκαλίας	Διαλέξεις Ομαδική Εργασία Εξατομικευμένη Διδασκαλία Κριτική Αυτόνομη Μελέτη Παρουσιάσεις		
Βιβλιογραφία	<u>Ελληνική Βιβλιογραφία:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Arens Von William, Arens Christian, Weigold Michael, Αποτελεσματική Διαφήμιση, Αθήνα.</li> <li>- Ναλμπάντης Μιχαήλ Ε., Brand, η στρατηγική, Φερενίκη.</li> </ul> <u>Αγγλική Βιβλιογραφία:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Seth Godin, This is Marketing: You Can't Be Seen Until You Learn To See, Portfolio Penguin.</li> <li>- Miller Donald, Building a StoryBrand, Thomas Nelson.</li> <li>- Barry, P., The advertising concept book : think now, design later : a complete guide to creative ideas, strategies and campaigns, Thames &amp; Hudson.</li> <li>- Nancy Skolos &amp; Tom Wedell, Type, Image, Message: Merging Pictures and Ideas-A Graphic.</li> </ul>		
Αξιολόγηση	Εξετάσεις	40%	
	Εργασίες	50%	
	Παρουσία και Συμμετοχή στη Τάξη	10%	
	<b>Σύνολο</b>	<b>100%</b>	
Γλώσσα	Ελληνική		