

Executive MBA «Στρατηγική Μάρκετινγκ» -Τελική Ομαδική Εργασία -

Καλείστε να επιλέξετε δύο (2) διαφορετικά προϊόντα/υπηρεσίες από διαφορετικές επιχειρήσεις (ιδανικά από τον ίδιο κλάδο, χωρίς ωστόσο να είναι δεσμευτικό). Έχετε πρόσφατα προσληφθεί ως σύμβουλοι μάρκετινγκ και σας ζητούν να κάνετε μια αξιολόγηση των δύο (2) περιπτώσεων σε επίπεδο στρατηγικού μάρκετινγκ καθώς και να προτείνετε αλλαγές/προσθήκες/βελτιώσεις για την περαιτέρω ανάπτυξή τους. Συστήνεται η επιλογή μιας περισσότερο και μιας λιγότερο επιτυχημένης περίπτωσης για να είναι ευδιάκριτη η συγκριτική ανάλυση που θα κάνετε μεταξύ τους σε θέματα όπως:

1. Προσανατολισμός της εταιρείας
2. Ανταγωνιστική Στρατηγική που ακολουθεί η εταιρεία
3. Αγορά-Στόχος και Στρατηγική Τοποθέτησης για το προϊόν/υπηρεσία
4. Ανάλυση της ταυτότητας του προϊόντος/της υπηρεσίας (brand identity and brand values)
5. Αξιολόγηση της υφιστάμενης εικόνας (brand image) βασισμένοι σε δευτερογενείς πηγές
6. Αξιολόγηση προϊόντικού χαρτοφυλακίου στη βάση δευτερογενών δεδομένων
7. Συζήτηση περαιτέρω προοπτικών (εφόσον κρίνεται σκόπιμο) μέσω:
 - Στρατηγικής Ανάπτυξης της εταιρείας
 - Ανάπτυξη στρατηγικής (ανα)τοποθέτησης (re-positioning) του προϊόντος/υπηρεσίας εφόσον κρίνεται σκόπιμο
 - Ανάπτυξης/αναδιαμόρφωσης του εμπορικού σήματος (re-branding) εφόσον κρίνεται σκόπιμο

Θα ήταν χρήσιμο στην προσπάθειά σας να μελετήσετε/παρουσιάσετε (εφόσον απαιτείται):

- Ενδεικτικές προτάσεις για τη γραφιστική αποτύπωση λογοτύπου
- Πρόταση για σλόγκαν με βάση τη στρατηγική τοποθέτησης και την αντίστοιχη προσέγγιση (brand personality) – εφόσον αυτά κριθούν απαραίτητα ως βελτιώσεις/αλλαγές και δεν προταθεί η διατήρηση της υφιστάμενης στρατηγικής

(!) Η μελέτη σας πρέπει να ακολουθεί τη λογική:

A) της κριτικής αξιολόγησης της υφιστάμενης κατάστασης σε σχέση με πιθανές αλλαγές/προσθήκες στη στρατηγική κάθε εταιρείας

B) της συγκριτικής ανάλυσης προς τεκμηρίωση της περισσότερο και λιγότερη επιτυχημένης περίπτωσης (σύγκριση μεταξύ των δύο εταιρειών)

Για την άντληση και παρουσίαση των απαραίτητων πληροφοριών, ενθαρρύνεται η παρουσίαση με τη χρήση διαδραστικού υλικού (π.χ. screenshots, video ή podcast, πιθανή συνέντευξη με κάποιο στέλεχος οργανισμού τουρισμού ή επιχείρησης που θα επιλέξετε κ.λπ.)

Σημειώσεις/Οδηγίες:

Απαραίτητη η χρήση δευτερογενών πηγών (ακαδημαϊκών και άλλων αξιόπιστων στοιχείων από κλαδικές έρευνες, επιχειρήσεις και οργανισμούς) καθώς και η αναφορά τους εντός του κειμένου και στο τέλος της εργασίας (λίστα βιβλιογραφίας) με την απαραίτητη μορφοποίηση (συστήνεται η χρήση APA)

Συστήνεται η χρήση υλικού που θα διευκολύνει τόσο την ομάδα όσο και το κοινό για την κατανόηση του θέματος (π.χ. φωτογραφίες και στην περίπτωση χρήσης βίντεο/podcast θα ήταν χρήσιμη η παράθεση link για την παρακολούθησή). Σε περίπτωση που προχωρήσετε σε άντληση πληροφοριών από πρωτογενείς πηγές (π.χ. συνέντευξη), πρέπει να το αναφέρετε εντός της παρουσίασης

* εργασίες που δεν θα σταλούν μέσω e-mail & έως τις παρακάτω προθεσμίες δεν θα γίνονται δεκτές

** έγκυρες προς αξιολόγηση θεωρούνται οι παρουσιάσεις που συνοδεύονται από υλικό (ppt/rppt κ.λπ.) που θα παρουσιαστεί υποχρεωτικά στην εικονική αίθουσα (σ.σ. δεν αξιολογούνται εργασίες χωρίς να πραγματοποιηθεί παρουσίαση)

*** παρακαλούνται όλα τα μέλη της ομάδας να έχουν διαθέσιμο αντίγραφο των αρχείων προς παρουσίαση/διαμοιρασμό (για λόγους ασφαλείας/τεχνικούς λόγους)

ΠΡΟΘΕΣΜΙΑ ΑΠΟΣΤΟΛΗΣ ΑΡΧΕΙΟΥ ΟΜΑΔΙΚΗΣ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗΣ: Τετάρτη 10 Ιουνίου (23:59)

*έγκυρη θεωρείται η υποβολή αρχείου μόνο σε μορφή powerpoint .ppt/.pptx

**η υποβολή πρέπει να γίνει ηλεκτρονικά μέσω e-mail

***παρακαλείται μόνο ένα μέλος από κάθε ομάδα να αποστείλει το αρχείο

****ο τίτλος του αρχείου θα πρέπει να διατυπωθεί όπως φαίνεται παρακάτω
DPTH-Strategic Marketing–Ομάδα Χ (#αριθμός ομάδας)

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΟΜΑΔΙΚΩΝ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΕΩΝ

Οι παρουσιάσεις θα λάβουν χώρα την παρακάτω ημερομηνία, κατά την οποία η συμμετοχή και παρουσία όλων είναι απαραίτητη:

- **Πέμπτη 11 Ιουνίου 2026**

* Μέγιστη διάρκεια παρουσίασης: **10 λεπτά** (θα ακολουθήσουν ερωτήσεις)

(!) Προσοχή:

Προϋπόθεση για την αξιολόγηση είναι:

- i) η **υποχρεωτική συμμετοχή** όλων των μελών της ομάδας στην παρουσίαση (όλες/οι πρέπει να παρουσιάσουν στην ομάδα – άτομα που δεν θα είναι παρόντα/ούσες ώστε να παρουσιάσουν δεν λαμβάνουν βαθμό για την τελική παρουσίαση
- ii) η **υποχρεωτική παρακολούθηση και συμμετοχή** όλων των ομάδων στη συζήτηση που θα ακολουθήσει μετά από κάθε παρουσίαση

Καλή Επιτυχία!