

Τίτλος του μαθήματος	Διοίκηση Υπηρεσιών
Κωδικός του μαθήματος	
Τύπος του μαθήματος	Επιλογής στην Κατεύθυνση Μάνατζμεντ
Επίπεδο του μαθήματος	Μεταπτυχιακό
Έτος σπουδών	Πρώτο (1 ^ο)
Εξάμηνο	Δεύτερο (2 ^ο)
Πιστωτικές μονάδες ECTS	5
Όνομα διδάσκοντος/ διδασκόντων	Δήμητρα Παπαδημητρίου, Επίκουρη Καθηγήτρια
Σκοπός του Μαθήματος	Ο σκοπός του μαθήματος είναι η διερεύνηση των διαστάσεων των επιτυχημένων επιχειρήσεων/οργανισμών παροχής υπηρεσιών. Οι επιμέρους στόχοι του μαθήματος είναι: • Να παρέχει μια συστηματική μελέτη του τομέα των υπηρεσιών, και των αλλαγών που συντελούνται στην παροχή και στην ζήτηση. • Να ενισχύσει την κατανόηση της διαφορετικότητας των υπηρεσιών, αλλά και της άρρηκτης σχέσης τους με τα προϊόντα. • Να εμβαθύνει στην συνολική ποιότητα της εμπειρίας του πελάτη από την υπηρεσία. • Να αναδείξει το καταλυτικό ρόλο των τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών στην διαδικασία αποφάσεων αγοράς υπηρεσιών.
Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος	Στο τέλος αυτού του μαθήματος ο φοιτητής/τρια θα είναι σε θέση: • Να γνωρίζει το εύρος ανάπτυξης και την ποικιλομορφία του τομέα των υπηρεσιών. • Να κατανοεί τη σημαντικότητα της διοικητικής διάστασης στην διαμόρφωση και ενίσχυση της συνολικής εμπειρίας του καταναλωτή από την υπηρεσία. • Να κατανοεί διαστάσεις που προσθέτουν επιπλέον αξία στην υπηρεσία. • Να γνωρίζει τους παράγοντες που επιδρούν στην προσφορά και τη ζήτηση των υπηρεσιών.

Δεξιότητες	Στο τέλος αυτού του μαθήματος ο/η φοιτητής/τρια θα έχει αναπτύξει τις ακόλουθες δεξιότητες: • Να θέτει σε εφαρμογή θεωρητική γνώση και εργαλία του μάνατζμεντ και μάρκετινγκ στη διαδικασία διαχείρισης των υπηρεσιών. • Να σχεδιάζει νέες υπηρεσίες, ή να ενισχύει υπάρχουσες με καινοτόμες παρεμβάσεις. • Να σχεδιάζει και να θέτει σε εφαρμογή προτάσεις ενίσχυσης της συνολικής εμπειρίας του πελάτη από την υπηρεσία. • Να χρησιμοποιεί την γνώση του μάρκετινγκ στο τομέα των υπηρεσιών.
Προαπαιτήσεις	Δεν υπάρχουν προαπαιτούμενα μαθήματα. Οι φοιτητές πρέπει να διαθέτουν βασικές γνώσεις οργανωσιακής θεωρίας, συμπεριφοράς και μάρκετινγκ.
Περιεχόμενα (ύλη) του μαθήματος	• Ο ρόλος των υπηρεσιών στην οικονομία • Ομαδοποίηση υπηρεσιών και θεωρητικές προσεγγίσεις • Ανταγωνιστικές στρατηγικές υπηρεσιών • Σχεδιασμός καινοτόμων υπηρεσιών • Ποιότητα υπηρεσιών-μετρήσεις • Η διάσταση της εμπειρίας στο τομέα των υπηρεσιών • Υποστηρικτικές εγκαταστάσεις και διαδικασίες • Επικοινωνία με χρήστες (service encounter) • Διαχείριση προσφοράς και ζήτησης • Παγκοσμιοποιημένες υπηρεσίες και διαδίκτυο
Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη	Fitzsimmons JA and Fitzsimmons MJ, Service Management, McGraw-Hill, 2010. Cook, David, Chon-Huat Goh, and Chen H. Chung: "Service

	Typologies: A State of the Art Survey," <i>Production and Operations Management</i>, vol. 8, no. 3, fall 1999, 318-338. Karmarkar, U. S. and R. Pitbladdo: "Service Markets and Competition," <i>Journal of Operations Management</i>, vol. 12, no. 3-4, June 1995, pp. 397-412. A. Parasuraman, V.A. Zeithaml, and L.L. Berry, "SERVQUAL: A Multiple-item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality," <i>Journal of Retailing</i>, vol. 64, no. 1, spring 1988, pp. 12-40. Cronin, J. J. and S. A. Taylor: "SERVPERF Versus SERVQUAL: Reconciling Performance-Based and Perceptions-Minus-Expectations Measurement of Service Quality," <i>Journal of Marketing</i>, vol. 58, January 1994, pp. 125-131. Hill, Arthur V., Julie M. Hays, and Eitan Naveh: "A Model for Optimal Delivery Time Guarantees," <i>Journal of Service Research</i>, vol. 2, no. 3, February 2000, pp. 254-264. Bitner, Mary Jo: "Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees," <i>Journal of Marketing</i>, vol. 58, April 1992, pp. 57-71. Durrande-Moreau, Agnes: "Waiting for Service: Ten Years of Empirical Research," <i>International Journal of Service Industry Management</i>, vol. 10, no. 2, 1999, pp. 171-189. McLaughlin, Curtis P., and Sydney Coffy: "Measuring Productivity in Services," <i>International Journal of Service Industry Management</i>, vol. 1, no. 1, 1990, 46-64. Papadimitriou, D. (2013). Service quality components as antecedents of satisfaction and behavioral intentions: The case of a Greek carnival Festival, <i>Journal of Convention & Event Tourism</i>, 14, 42-64. Επιστημονικά περιοδικά Journal of Business Strategy Strategic Management Journal Journal of Strategic Studies Global Strategy Journal Advances in Strategic Management Long Range Planning Strategic Organization
--	---

	Business Strategy Review Strategic Change Strategy and Leadership
Διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι	Διαλέξεις, μελέτες περίπτωσης, ατομικές και ομαδικές εργασίες
Μέθοδοι αξιολόγησης/ βαθμολόγησης	Ο τελικός βαθμός προκύπτει ως ο σταθμικός μέσος των βαθμών ενός μιας εργασίας, μιας παρουσίασης και της τελικής γραπτής εξέτασης. Ελάχιστος προβιβάσιμος βαθμός «πέντε» (5).
Γλώσσα διδασκαλίας	Ελληνικά.