

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΑΘΗΝΩΝ



ATHENS UNIVERSITY
OF ECONOMICS
AND BUSINESS

ΣΧΟΛΗ
ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
SCHOOL OF
BUSINESS

ΤΜΗΜΑ
ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ &
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
DEPARTMENT OF
MARKETING &
COMMUNICATION

ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ

ΤΜΗΜΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΈΤΟΣ 2026-2027



Η Εθνική Αρχή Ανώτατης Εκπαίδευσης (ΕΘΑΑΕ) πιστοποίησε ότι το Προπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών (ΠΠΣ), Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών (ΟΠΑ) **συμμορφώνεται πλήρως** (fully compliant) με τις αρχές του Προτύπου Ποιότητας ΠΠΣ της ΕΘΑΑΕ και τις Αρχές Διασφάλισης Ποιότητας του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανώτατης Εκπαίδευσης (ESG 2015) για το επίπεδο σπουδών 6 του Εθνικού και Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων. Η διάρκεια ισχύος της Πιστοποίησης ορίζεται για πέντε έτη, από 29-05-2020 έως 28-05-2025. Το τελικό κείμενο της Έκθεσης Πιστοποίησης είναι διαθέσιμο [εδώ](#).

A. Πληροφορίες Σχετικά με το Ίδρυμα	3
A1. Επωνυμία, διεύθυνση και στοιχεία επικοινωνίας	3
A2. Ημερομηνίες ακαδημαϊκού έτους/εξαμήνων	3
A3. Ακαδημαϊκές Αρχές και Υπηρεσίες	4
A4. Γενική περιγραφή του Ίδρύματος	6
A5. Κατάλογος των προσφερόμενων προγραμμάτων σπουδών που οδηγούν στην απόκτηση ακαδημαϊκού τίτλου	7
A6. Διαδικασίες εισαγωγής/εγγραφής	7
A7. Βασικοί Κανονισμοί του Ίδρύματος (συμπεριλαμβανομένων των διαδικασιών ακαδημαϊκής αναγνώρισης)	7
A8. Συντονιστής ECTS του Ίδρύματος	7
B. Το ΤΜΗΜΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	8
B1. Γενική περιγραφή	8
B2. Πληροφορίες σχετικά με το Πρόγραμμα Σπουδών	10
B3. Περιγραφή των Επιμέρους Ενοτήτων Μαθημάτων	20
Γ1. Φοιτητική Λέσχη	152
Γ2. Ηλεκτρονικές Υπηρεσίες	152
Γ3. Ιατρικές Υπηρεσίες, Ασφάλιση/Υγειονομική Περίθαλψη	154
Γ4. Υπηρεσίες για Φοιτητές με Ειδικές Ανάγκες	154
Γ5. Καθηγητής-Σύμβουλος ή Σύμβουλος Σπουδών	155
Γ6. Σπουδαστήρια - Αναγνωστήρια – Βιβλιοθήκες	155
Γ7. Μονάδα Υποστήριξης Φοιτητών/τριών	155
Γ8. Μονάδα Μεταφοράς Τεχνολογίας και Καινοτομίας	156
Γ9. Φοιτητικοί Σύλλογοι	156
Γ10. Δίκτυο Αποφοίτων	156
Γ11. Πρόγραμμα Εθελοντισμού	157
Γ12. Μονάδα Διασφάλισης Ποιότητας	157
Γ13. Κέντρο Επιμόρφωσης και Διά Βίου Μάθησης	157
Γ14. Υποβολή Παραπόνων και Ενστάσεων	158
Γ15. Ισότητα των Φύλων	158

A. Πληροφορίες Σχετικά με το Ίδρυμα

A1. Επωνυμία, διεύθυνση και στοιχεία επικοινωνίας

Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών (ΟΠΑ)

Πατησίων 76, Αθήνα, 104 34

+30 (210) 8203911

webmaster@aueb.gr

http://aueb.gr

<https://www.facebook.com/auebgreece>

<https://twitter.com/aueb>

A2. Ημερομηνίες ακαδημαϊκού έτους/εξαμήνων

ΧΕΙΜΕΡΙΝΟ ΕΞΑΜΗΝΟ

Μαθήματα

Έναρξη Μαθημάτων:

Τελευταία ημέρα μαθημάτων

πριν τις διακοπές των Χριστουγέννων:

Επανεναρξη μαθημάτων:

Λήξη Μαθημάτων:

- Δηλώσεις μαθημάτων:

Εξαμηνιαίες Εξετάσεις Περιόδου Ιανουαρίου-Φεβρουαρίου 2027

Έναρξη Εξετάσεων:

Πέρασ Εξετάσεων:

Ανακοίνωση Βαθμών Εξετάσεων:

Αργίες

Εορτασμός Επετείου 28ης Οκτωβρίου

Επέτειος Πολυτεχνείου

Θεοφάνεια

ΕΑΡΙΝΟ ΕΞΑΜΗΝΟ

Μαθήματα

Έναρξη Μαθημάτων:

Τελευταία ημέρα μαθημάτων πριν τις διακοπές του Πάσχα:

Επανεναρξη μαθημάτων:

Λήξη Μαθημάτων:

- Δηλώσεις μαθημάτων:

Εξαμηνιαίες Εξετάσεις Περιόδου Ιουνίου 2027

Έναρξη Εξετάσεων:

Πέρασ Εξετάσεων:

Ανακοίνωση Βαθμών Εξετάσεων:

Αργίες

Καθαρά Δευτέρα

Εορτασμός Επετείου 25^{ης} Μαρτίου

Αγίου Πνεύματος

Επαναληπτικές Εξετάσεις Περιόδου Σεπτεμβρίου 2027

Έναρξη Εξετάσεων:

Πέρασ Εξετάσεων:

Ανακοίνωση Βαθμών Εξετάσεων:

Δευτέρα 5 Οκτωβρίου 2026

Τετάρτη 23 Δεκεμβρίου 2026

Πέμπτη 7 Ιανουαρίου 2027

Παρασκευή 15 Ιανουαρίου 2027

από Δευτέρα 19 Οκτωβρίου έως και Κυριακή 8 Νοεμβρίου 2026

Δευτέρα 18 Ιανουαρίου 2027

Παρασκευή 12 Φεβρουαρίου 2027

μέχρι Κυριακή 14 Μαρτίου 2027

Τετάρτη 28 Οκτωβρίου 2026

Τρίτη 17 Νοεμβρίου 2026

Τετάρτη 6 Ιανουαρίου 2027

Δευτέρα 15 Φεβρουαρίου 2027

Παρασκευή 23 Απριλίου 2027

Δευτέρα 10 Μαΐου 2027

Παρασκευή 28 Μαΐου 2027

από Δευτέρα 1 Μαρτίου έως και Κυριακή 21 Μαρτίου 2027

Δευτέρα 31 Μαΐου 2027

Παρασκευή 25 Ιουνίου 2027

μέχρι Κυριακή 25 Ιουλίου 2027

Δευτέρα 15 Μαρτίου 2027

Πέμπτη 25 Μαρτίου 2027

Δευτέρα 21 Ιουνίου 2027

Τετάρτη 1 Σεπτεμβρίου 2027

Παρασκευή 1 Οκτωβρίου 2027

μέχρι Κυριακή 31 Οκτωβρίου 2027



A3. Ακαδημαϊκές Αρχές και Υπηρεσίες ΟΙ ΠΡΥΤΑΝΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ

Οι Πρυτανικές Αρχές του Πανεπιστημίου αποτελούνται από τον Πρύτανη και τους Αντιπρυτάνεις ως ακολούθως:

Ο Πρύτανης

Καθηγητής Βασίλειος Βασδέκης

Οι Αντιπρυτάνεις

Αντιπρύτανης Ακαδημαϊκών Υποθέσεων και Προσωπικού

Καθηγητής Λεωνίδα Δουκάκης

Αντιπρύτανης Έρευνας και Δια Βίου Μάθησης

Καθηγήτρια Γεωργία Σιουγλέ

Αντιπρύτανης Οικονομικού Προγραμματισμού & Υποδομών

Αναπληρώτρια Καθηγήτρια Ελεάννα Γαλανάκη

Αντιπρύτανης Διεθνούς Συνεργασίας και Ανάπτυξης

Καθηγήτρια Νάνσυ Πουλούδη

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Κοσμήτορας: Καθηγήτρια Αγγελική Πουλυμενάκου

ΤΜΗΜΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Πρόεδρος: Αναπληρώτρια Καθηγήτρια Ειρήνη Νικάνδρου

ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Πατησίων 76, Αθήνα, 104 34

☎ +30 (210) 8203101-3 /427

✉ secretary.marketing@aueb.gr

💻 www.dept.aueb.gr/mbc

📘 <https://www.facebook.com/mbc.aueb>

📺 marketing.communication.aueb

🎵 marketing.aueb

ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗ ΔΟΜΗ ΟΠΑ

Η οργάνωση και η λειτουργία του Ιδρύματος διέπεται από την κείμενη νομοθεσία όπως ισχύει. Το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών υπάγεται στην εποπτεία του Υπουργείου Παιδείας, Θρησκευμάτων και Αθλητισμού. Τα όργανα διοίκησης των Α.Ε.Ι. σύμφωνα με τις κείμενες διατάξεις είναι

α) το Συμβούλιο Διοίκησης,

β) η Σύγκλητος,



- γ) ο Πρύτανης,
- δ) οι Αντιπρυτάνεις,
- ε) ο Εκτελεστικός Διευθυντής.

Έως τη συγκρότηση του Συμβουλίου Διοίκησης ανά Α.Ε.Ι. και την ανάληψη των καθηκόντων του, οι αρμοδιότητές του ασκούνται από το Πρυτανικό Συμβούλιο του Α.Ε.Ι.

ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΗ ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΟΠΑ

Το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών διαρθρώνεται από ακαδημαϊκές μονάδες δύο (2) επιπέδων: α) τις Σχολές και β) τα Τμήματα

Η κάθε Σχολή διαρθρώνεται κατ' ελάχιστο από δύο (2) Τμήματα, καλύπτει μια ενότητα συγγενών επιστημονικών περιοχών και εξασφαλίζει τη διεπιστημονική προσέγγιση στη διδασκαλία και την έρευνα μεταξύ των Τμημάτων της. Η Σχολή έχει ως αρμοδιότητα την εποπτεία και το συντονισμό της λειτουργίας των Τμημάτων και του εκπαιδευτικού και ερευνητικού έργου που παράγεται από αυτά, σύμφωνα με τον Εσωτερικό Κανονισμό Λειτουργίας.

Τα όργανα της Σχολής, σύμφωνα με τον Ν.4957/2022 (Α 141) όπως ισχύει είναι: α) ο Κοσμήτορας και β) η Κοσμητεία

Το Τμήμα αποτελεί τη θεμελιώδη ακαδημαϊκή μονάδα του Ιδρύματος και έχει ως στόχο την προαγωγή ενός συγκεκριμένου πεδίου της επιστήμης, της τεχνολογίας, των γραμμάτων και των τεχνών μέσω της εκπαίδευσης και της έρευνας. Το Τμήμα αποτελείται από το σύνολο των μελών Διδακτικού Ερευνητικού Προσωπικού (ΔΕΠ), των μελών του Ειδικού Εκπαιδευτικού Προσωπικού (ΕΕΠ), των μελών του Εργαστηριακού Διδακτικού Προσωπικού (ΕΔΙΠ) και των μελών του Ειδικού Τεχνικού Εργαστηριακού Προσωπικού (ΕΤΕΠ), που υπηρετούν σε αυτό.

Όργανα του Τμήματος σύμφωνα με τον Ν.4957/2022 (Α 141), όπως ισχύει, είναι: α) η Συνέλευση, β) το Διοικητικό Συμβούλιο, γ) ο Πρόεδρος και δ) ο Αντιπρόεδρος.

Το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών αποτελείται από **τρεις Σχολές και οκτώ Τμήματα**:

1. ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ:

- Τμήμα Διεθνών και Ευρωπαϊκών Οικονομικών Σπουδών
- Τμήμα Οικονομικής Επιστήμης.

2. ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ:

- Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας
- Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων
- Τμήμα Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής
- Τμήμα Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας

3. ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ & ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ:

- Τμήμα Πληροφορικής
- Τμήμα Στατιστικής



ΤΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΤΟΥ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ

Το προσωπικό του Πανεπιστημίου αποτελείται από τις ακόλουθες κατηγορίες:

➤ ΔΙΔΑΚΤΙΚΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ:

- Μέλη Δ.Ε.Π.: Διδακτικό και Ερευνητικό Προσωπικό
- Ομότιμοι Καθηγητές
- Επισκέπτες Καθηγητές
- Ειδικό Εκπαιδευτικό Προσωπικό (Ε.Ε.Π.)
- Εργαστηριακό Διδακτικό Προσωπικό (Ε.ΔΙ.Π)
- Ειδικό Τεχνικό Εργαστηριακό Προσωπικό (Ε.Τ.Ε.Π.)
- Επιστημονικοί Συνεργάτες
- Πανεπιστημιακοί Υπότροφοι
- Επιστημονικό Προσωπικό
- Συμβασιούχοι Διδάσκοντες
- Διδάσκοντες με απόσπαση

➤ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ

Το ΟΠΑ παρέχει τόσο διοικητικές όσο και άλλες υπηρεσίες (σίτισης, στέγασης, βιβλιοθήκης, άθλησης κ.ά.) με στόχο την εξυπηρέτηση των φοιτητών του αλλά και του υπόλοιπου ανθρώπινου δυναμικού.

ΟΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

Το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών παρέχει τόσο διοικητικές όσο και άλλες υπηρεσίες (σίτισης, στέγασης, βιβλιοθήκης, άθλησης κ.α) με στόχο την εξυπηρέτηση των φοιτητών του αλλά του υπόλοιπου ανθρώπινου δυναμικού. Περισσότερες πληροφορίες σχετικά με την οργάνωση και λειτουργία των παρεχόμενων υπηρεσιών του ιδρύματος μπορείτε να αναζητήσετε στην κεντρική ιστοσελίδα του ιδρύματος (<http://www.aueb.gr>).

A4. Γενική περιγραφή του Ιδρύματος

Το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών (ΟΠΑ), ως Ανώτατο Εκπαιδευτικό Ίδρυμα, είναι Νομικό Πρόσωπο Δημοσίου Δικαίου και εποπτεύεται από το Υπουργείο Παιδείας, Θρησκευμάτων και Αθλητισμού.

Το ΟΠΑ είναι, κατά σειρά αρχαιότητας, το τρίτο Ανώτατο Εκπαιδευτικό Ίδρυμα της χώρας και το πρώτο στον χώρο των Οικονομικών Επιστημών και της Διοίκησης των Επιχειρήσεων. Στην πορεία προστέθηκαν τα επιστημονικά πεδία της Πληροφορικής και της Στατιστικής. Από το έτος ίδρυσής του το 1920 έως και σήμερα έχει πλούσια ιστορία σημαντικών επιστημονικών επιτευγμάτων, που χαρακτηρίζουν το σύγχρονο παρόν και προδιαγράφουν εξαιρετικές προοπτικές για το μέλλον.

Το Ίδρυμα, ως κέντρο αριστείας στην ακαδημαϊκή έρευνα και στη διδασκαλία, αξιολογείται ως ένα από τα κορυφαία πανεπιστήμια της χώρας μας και ένα από τα καλύτερα διεθνώς στα γνωστικά αντικείμενα που θεραπεύει. Η φήμη του αντανακλά από τη μια πλευρά, το υψηλό επίπεδο του επιστημονικού του προσωπικού, την ποιότητα του ερευνητικού και διδακτικού του έργου και τα σύγχρονα προγράμματα σπουδών, και από την άλλη την υψηλή



επιστημονική κατάρτιση των αποφοίτων του που τους επιτρέπει να δραστηριοποιούνται επαγγελματικά με επιτυχία τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό.

A5. Κατάλογος των προσφερόμενων προγραμμάτων σπουδών που οδηγούν στην απόκτηση ακαδημαϊκού τίτλου

Αναλυτικές πληροφορίες για τα προγράμματα σπουδών παρέχονται στους οδηγούς σπουδών και τις ιστοσελίδες των τμημάτων.

A6. Διαδικασίες εισαγωγής/εγγραφής

Η εισαγωγή στο τμήμα γίνεται μέσω πανελλαδικών εξετάσεων. Η εγγραφή των επιτυχόντων των Πανελλαδικών Εξετάσεων, στις Σχολές και τα Τμήματα της Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης και κατ' επέκταση στο ΟΠΑ, πραγματοποιείται κάθε Σεπτέμβριο μέσω του συστήματος της υποχρεωτικής ηλεκτρονικής εγγραφής, σύμφωνα με τις οδηγίες του Υπουργείου Παιδείας, Θρησκευμάτων και Αθλητισμού.

A7. Βασικοί Κανονισμοί του Ιδρύματος (συμπεριλαμβανομένων των διαδικασιών ακαδημαϊκής αναγνώρισης)

Στους βασικούς κανονισμούς του Ιδρύματος περιλαμβάνονται ενδεικτικά :

- ✓ [Εσωτερικός Κανονισμός Λειτουργίας Ο.Π.Α.](#)
- ✓ [Κανονισμός Προγραμμάτων Μεταπτυχιακών και Διδακτορικών Σπουδών Ο.Π.Α.](#)
- ✓ [Κανονισμός Λειτουργίας Μονάδας Εσωτερικού Ελέγχου](#)
- ✓ [Πρότυπος Εσωτερικός Κανονισμός Λειτουργίας Πανεπιστημιακών Εργαστηρίων Ο.Π.Α.](#)
- ✓ [Εσωτερικός Κανονισμός Λειτουργίας του Κέντρου Επιμόρφωσης και Διά Βίου Μάθησης του Ο.Π.Α. και Οργανωτική Δομή των Υπηρεσιών του](#)
- ✓ [Κανονισμός Λειτουργίας Κέντρου Υποστήριξης Διδασκαλίας και Μάθησης του Ο.Π.Α](#)
- ✓ [Κανονισμός Πρακτικής Άσκησης Ο.Π.Α.](#)
- ✓ [Κανονισμός Λειτουργίας Μονάδας Μεταφοράς Τεχνολογίας και Καινοτομίας Ο.Π.Α.](#)
- ✓ [Κανονισμός Θερινών Προγραμμάτων Σπουδών Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών Ο.Π.Α.](#)

A8. Συντονιστής ECTS του Ιδρύματος

Ο Συντονιστής ECTS του Ιδρύματος είναι ο εκάστοτε Πρόεδρος της Μονάδας Διασφάλισης Ποιότητας (ΜΟΔΙΠ), ο οποίος διασφαλίζει τη συμμόρφωση του Ιδρύματος με τις αρχές και τους κανόνες του ευρωπαϊκού συστήματος συσσώρευσης και μεταφοράς πιστωτικών μονάδων, επιβλέπει την τήρηση και εφαρμογή τους και είναι υπεύθυνος για την πλήρη αναγνώριση και μεταφορά των πιστωτικών μονάδων.



B. Το ΤΜΗΜΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Η Εθνική Αρχή Ανώτατης Εκπαίδευσης (ΕΘΑΑΕ) πιστοποίησε ότι το Προπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών (ΠΠΣ), Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών (ΟΠΑ) συμμορφώνεται πλήρως (fully compliant) με τις αρχές του Προτύπου Ποιότητας ΠΠΣ της ΕΘΑΑΕ και τις Αρχές Διασφάλισης Ποιότητας του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανώτατης Εκπαίδευσης (ESG 2015) για το επίπεδο σπουδών 6 του Εθνικού και Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων. Η διάρκεια ισχύος της Πιστοποίησης ορίζεται για πέντε έτη, από 29-05-2020 έως 28-05-2025. Το τελικό κείμενο της Έκθεσης Πιστοποίησης είναι διαθέσιμο στον [σύνδεσμο](#).

B1. Γενική περιγραφή

Το τμήμα Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας είναι ένα δυναμικό, διεθνώς καταξιωμένο τμήμα, πρωτοπόρο στην έρευνα και την εκπαίδευση. Η προσήλωση του τμήματος στην αριστεία αποτυπώνεται στο αξιόλογο ερευνητικό έργο του ακαδημαϊκού προσωπικού και την επαγγελματική καταξίωση των αποφοίτων του. Οι ισχυροί δεσμοί του τμήματος με την αγορά και τις επιχειρήσεις, η δυνατότητα πρακτικής άσκησης, οι ευκαιρίες κινητικότητας μέσω ευρωπαϊκών προγραμμάτων και η καλλιέργεια δεξιοτήτων όπως η διαχείριση της πολυπλοκότητας, η κριτική σκέψη και η δημιουργικότητα ενισχύουν το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα των αποφοίτων στην αγορά εργασίας.

Το τμήμα Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας ιδρύθηκε το 1992 και αποτελεί σήμερα το μόνο πανεπιστημιακό τμήμα στην Ελλάδα που εξειδικεύεται στην επιστήμη του μάρκετινγκ, προσφέροντας σπουδές μάρκετινγκ και επικοινωνίας σε προπτυχιακό και μεταπτυχιακό επίπεδο. Επιδίωξη του τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας είναι να λειτουργεί ως κέντρο ακαδημαϊκής αριστείας. Προσπαθεί να ανταποκρίνεται συνεχώς στις σύγχρονες επιστημονικές εξελίξεις και στις απαιτήσεις της εθνικής οικονομίας για εξειδικευμένα στελέχη με υψηλού επιπέδου γνώσεις. Το τμήμα Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας συμβάλλει στη φήμη και το κύρος του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών κατακτώντας και διατηρώντας μία διακεκριμένη θέση στη διεθνή ακαδημαϊκή κοινότητα. Τα μέλη του διδακτικού και ερευνητικού προσωπικού του παρουσιάζουν ένα πλούσιο ερευνητικό έργο σε έγκριτα επιστημονικά περιοδικά και συνέδρια, το οποίο συναγωνίζεται συναφή τμήματα πολύ γνωστών πανεπιστημίων της αλλοδαπής και αποτελεί την καλύτερη απόδειξη για την ποιότητά του.

B1.1 Προσωπικό του Τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας

Στο ανθρώπινο δυναμικό του τμήματος εντάσσονται καθηγητές, αναπληρωτές καθηγητές, επίκουροι καθηγητές και λέκτορες με πλούσιο επιστημονικό έργο και σημαντικό αριθμό δημοσιεύσεων σε διακεκριμένα επιστημονικά περιοδικά, καθώς και με διδακτορικά διπλώματα και προϋπηρεσία από καθιερωμένα και προβεβλημένα πανεπιστήμια του εξωτερικού και του εσωτερικού. Οι καθηγητές του τμήματος προσφέρουν σημαντικό ερευνητικό, διδακτικό και διοικητικό έργο σε επίπεδο τμήματος, σε επίπεδο σχολής και συνολικά στο Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.

Πρόεδρος Τμήματος: Αναπληρώτρια Καθηγήτρια Ειρήνη Νικάνδρου

Προϊσταμένη Γραμματείας: Ιωάννα Κόγια



Ακαδημαϊκό Προσωπικό

Καθηγητές

Παρασκευάς Αργουσιλίδης, Διδάκτωρ Πανεπιστημίου Stirling

Μαρία Βακόλα, Διδάκτωρ Πανεπιστημίου Salford

Σέργιος Δημητριάδης, Διδάκτωρ Πανεπιστημίου Aix-Marseille III

Κωνσταντίνος Ήντουνας, Διδάκτωρ Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών

Φλώρα Κοκκινάκη, Διδάκτωρ Πανεπιστημίου University College London

Γεώργιος Μπάλτας, Διδάκτωρ Πανεπιστημίου Warwick

Διονύσιος Σκαρμέας, Διδάκτωρ Πανεπιστημίου Cardiff

Βλάσιος Σταθακόπουλος, Διδάκτωρ Πανεπιστημίου Arizona

Αναπληρωτές Καθηγητές

Άννα-Ελένη Γαλανάκη, Διδάκτωρ Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών

Καλυψώ Καραντινού, Διδάκτωρ Πανεπιστημίου Manchester

Ειρήνη Νικάνδρου, Διδάκτωρ Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών

Παναγιώτης Ρεπούσης, Διδάκτωρ Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών

Χαράλαμπος Σαριδάκης, Διδάκτωρ Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών

Επίκουροι Καθηγητές

Κωνσταντίνα Γεωργίου, Διδάκτωρ Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών

Αρετή Γκυπάλη, Διδάκτωρ Πανεπιστημίου Πατρών

Δημήτριος Δρόσος, Διδάκτωρ Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών

Κωνσταντίνος Καμινάκης, Διδάκτωρ Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών

Θεόδωρος Λάππας, Διδάκτωρ Πανεπιστημίου California, Riverside

Λήδα Παναγιωτοπούλου, Διδάκτωρ Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών

Εργαστηριακό Διδακτικό Προσωπικό (ΕΔΙΠ)

Ανδρέας Ευαγγελάτος, Μεταπτυχιακό δίπλωμα Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών

Γιώργος Καλλιαμπέτσος, Μεταπτυχιακό δίπλωμα Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών

Δημήτριος Λυμπερόπουλος, Μεταπτυχιακό δίπλωμα Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών

Ηλίας Μπαλαφούτης, Μεταπτυχιακό δίπλωμα Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών

Ομότιμοι Καθηγητές

Ελένη Αποσπύρη, Διδάκτωρ Πανεπιστημίου Connecticut

Νικόλαος Παπαβασιλείου, Διδάκτωρ Πανεπιστημίου Köln

Νάνσυ Παπαλεξανδρή, Διδάκτωρ Πανεπιστημίου Bath

Βασίλειος Πατσουράτης, Διδάκτωρ Πανεπιστημίου Glasgow

Αθανάσιος Σκούρας, Διδάκτωρ Πανεπιστημίου London School of Economics

Ιωάννης Χαλικιάς, Διδάκτωρ Πανεπιστημίου Warwick

Διοικητικό Προσωπικό Γραμματείας



Ιωάννα Κόγια (προϊσταμένη γραμματείας), Μεταπτυχιακό δίπλωμα Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών

Μαρία Μαρνέρου (αναπληρώτρια γραμματέας)

Αμαλία Νταή, Μεταπτυχιακό δίπλωμα Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών

Δήμητρα Χατζηδημητρίου, Μεταπτυχιακό δίπλωμα Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών

B2. Πληροφορίες σχετικά με το Πρόγραμμα Σπουδών

B2.1 Προϋποθέσεις Εισαγωγής

Η εισαγωγή στο τμήμα γίνεται μέσω πανελλαδικών εξετάσεων και κατατακτηρίων εξετάσεων.

B2.2 Απονεμόμενος Ακαδημαϊκός Τίτλος

Στους απόφοιτους του τμήματος απονέμεται τίτλος σπουδών στο Μάρκετινγκ και την Επικοινωνία. Πρέπει να σημειωθεί ότι το πτυχίο είναι ενιαίο και η κατεύθυνση σπουδών δεν αναγράφεται στο πτυχίο (περγαμηνή), αλλά αναγράφεται μόνο στο αντίγραφο πτυχίου και στο πιστοποιητικό αναλυτικής βαθμολογίας.

B2.3 Μαθησιακά Αποτελέσματα Προγράμματος Σπουδών

Με την ολοκλήρωση του προγράμματος σπουδών οι απόφοιτοι αναμένεται:

- 1) Να έχουν αποκτήσει ένα πλήρες υπόβαθρο στη διοίκηση επιχειρήσεων
- 2) Να γνωρίζουν τους παράγοντες που επηρεάζουν την αποτελεσματικότητα μιας επιχείρησης
- 3) Να έχουν κατανοήσει τις λειτουργίες και τους ρόλους των διαφόρων τμημάτων μιας επιχείρησης
- 4) Να έχουν εξοικειωθεί με το σύνολο των διεργασιών και λειτουργιών του μάρκετινγκ και της επικοινωνίας
- 5) Να είναι σε θέση να καταρτίσουν επιχειρηματικά πλάνα, πλάνα μάρκετινγκ και πλάνα επικοινωνίας και να μπορούν να διοικήσουν την εφαρμογή τους
- 6) Να έχουν αποκτήσει εξειδικευμένη γνώση σε μία εκ των τεσσάρων κατευθύνσεων: διεθνή επιχειρηματικότητα και καινοτομία, διοίκηση ανθρώπινου δυναμικού, επιχειρησιακή αναλυτική και ψηφιακό μάρκετινγκ.

B2.4 Εκπαιδευτικοί και Επαγγελματικοί Στόχοι

Οι πτυχιούχοι του τμήματος διαθέτουν προηγμένες γνώσεις σε θέματα μάρκετινγκ και επικοινωνίας μαζί με ισχυρές βάσεις στον ευρύτερο χώρο των διοικητικών και οικονομικών επιστημών. Οι απόφοιτοι του τμήματος διαθέτουν ισχυρά προσόντα για μία επιτυχή σταδιοδρομία, έχουν πολύ καλές επαγγελματικές προοπτικές και απασχολούνται στην Ελλάδα και στο εξωτερικό στους τομείς μάρκετινγκ, επικοινωνίας, διεθνούς επιχειρείν, ηλεκτρονικού μάρκετινγκ, ηλεκτρονικής επικοινωνίας, διοίκησης ανθρωπίνων πόρων, επιχειρησιακής αναλυτικής, εξαγωγών, διαφήμισης, διοίκησης επωνύμου προϊόντος, πωλήσεων, έρευνας αγοράς, και δημοσίων σχέσεων. Αξίζει επίσης να σημειωθεί ότι οι απόφοιτοι του Τμήματος διαθέτουν τις γνώσεις και τις δεξιότητες για την έναρξη της δικής τους επιχειρηματικής δράσης.

B2.5 Γενική περιγραφή του προγράμματος σπουδών

Στόχος του προγράμματος σπουδών είναι η άρτια κατάρτιση και η πολύπλευρη ανάπτυξη των φοιτητών για την εξασφάλιση άριστων προοπτικών σταδιοδρομίας. Οι φοιτητές του τμήματος αποκτούν προηγμένες γνώσεις σε θέματα στον ευρύτερο χώρο των διοικητικών και οικονομικών επιστημών, με εξειδίκευση στο μάρκετινγκ και την επικοινωνία. Επιπλέον,



οι φοιτητές κατά το τέταρτο έτος σπουδών εξειδικεύονται σε μια εκ των τεσσάρων προσφερόμενων κατευθύνσεων:

- Διεθνής Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία
- Διοίκηση Επιχειρήσεων & Ανθρώπινου Δυναμικού
- Επιχειρησιακή Αναλυτική
- Ψηφιακό Μάρκετινγκ

B2.6 Διάρθρωση του Προγράμματος Σπουδών

Η υποχρεωτική φοίτηση στο πρόγραμμα προπτυχιακών σπουδών διαρκεί τέσσερα ακαδημαϊκά έτη. Για την απόκτηση του πτυχίου, οι φοιτητές υποχρεούνται να προαχθούν σε σαράντα (40) μαθήματα, εκ των οποίων:

- 1) Τριάντα (30) μαθήματα είναι **Υποχρεωτικά**,
- 2) Τέσσερα (4) μαθήματα είναι **Κατεύθυνσης** και
- 3) Έξι (6) είναι μαθήματα **Επιλογής**. Τα μαθήματα επιλογής προέρχονται είτε από ενιαία λίστα μαθημάτων (προσφερόμενα τόσο από το τμήμα όσο και από τα υπόλοιπα τμήματα του ΟΠΑ) είτε από τα μαθήματα των άλλων κατευθύνσεων.
- 4) Εκτός των παραπάνω μαθημάτων, όλοι οι φοιτητές υποχρεούνται να προαχθούν σε πέντε (5) μαθήματα μίας από τις τρεις (3) ξένες γλώσσες που προσφέρονται στο πανεπιστήμιο (αγγλική, γαλλική, γερμανική), εκτός εάν υπάρχει αναγνωρισμένο δίπλωμα ξένης γλώσσας (<https://bit.ly/2xBDjtw>).

B2.7 Διάγραμμα Μαθημάτων του Προγράμματος Σπουδών με Πιστωτικές Μονάδες (60 ανά έτος)

ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ: ΕΞΑΜΗΝΑ 1 – 6

Εξάμηνο	Κωδικός	ΤΙΤΛΟΣ
1	5411	Εισαγωγή στη Διοίκηση Επιχειρήσεων (ECTS 6)
1	5622	Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ (ECTS 6)
1	5311	Εισαγωγή στην Οικονομική Ανάλυση I (ECTS 6)
1	5231	Εισαγωγή στην Πληροφορική (ECTS 6)
1	5721	Ψυχολογία (ECTS 6)
1	5011	Αγγλική Γλώσσα I – Βασικά Επιχειρησιακά Αγγλικά: Μέρος Α
1	5021	Γαλλική Γλώσσα I – Βασικά Επιχειρησιακά Γαλλικά: Μέρος Α
1	5031	Γερμανική Γλώσσα I – Βασικά Επιχειρησιακά Γερμανικά: Μέρος Α
2	5722	Εισαγωγή στην Επικοινωνία (ECTS 6)
2	5316	Εισαγωγή στην Οικονομική Ανάλυση II (ECTS 6)
2	5724	Ψηφιακή Επικοινωνία (ECTS 6)
2	5151	Ποσοτικές Μέθοδοι I (ECTS 6)

Εξάμηνο	Κωδικός	ΤΙΤΛΟΣ
2	5623	Συμπεριφορά Καταναλωτή (ECTS 6)
2	5012	<i>Αγγλική Γλώσσα II – Βασικά Επιχειρησιακά Αγγλικά: Μέρος Β</i>
2	5022	<i>Γαλλική Γλώσσα II – Βασικά Επιχειρησιακά Γαλλικά: Μέρος Β</i>
2	5032	<i>Γερμανική Γλώσσα II – Βασικά Επιχειρησιακά Γερμανικά: Μέρος Β</i>
3	5636	Διαφήμιση και Επικοινωνία (ECTS 6)
3	5634	Έρευνα Μάρκετινγκ (ECTS 6)
3	5133	Λήψη Επιχειρηματικών Αποφάσεων (ECTS 6)
3	5513	Λογιστική Ι (ECTS 6)
3	5122	Ποσοτικές Μέθοδοι ΙΙ (ECTS 6)
3	5013	<i>Αγγλική Γλώσσα ΙΙΙ – Ενδιάμεσα Επιχειρησιακά Αγγλικά: Μέρος Α</i>
3	5023	<i>Γαλλική Γλώσσα ΙΙΙ – Ενδιάμεσα Επιχειρησιακά Γαλλικά: Μέρος Α</i>
3	5033	<i>Γερμανική Γλώσσα ΙΙΙ – Ενδιάμεσα Επιχειρησιακά Γερμανικά: Μέρος Α</i>
4	5414	Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού (ECTS 6)
4	5625	Διοίκηση Πωλήσεων (ECTS 6)
4	5412	Οργανωσιακή Συμπεριφορά (ECTS 6)
4	5514	Λογιστική ΙΙ (ECTS 6)
4	2416	Χρηματοδοτική Διοίκηση Ι (ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ) (ECTS 6)
4	5014	<i>Αγγλική Γλώσσα ΙV – Ενδιάμεσα Επιχειρησιακά Αγγλικά: Μέρος Β</i>
4	5024	<i>Γαλλική Γλώσσα ΙV – Ενδιάμεσα Επιχειρησιακά Γαλλικά: Μέρος Β</i>
4	5034	<i>Γερμανική Γλώσσα ΙV – Ενδιάμεσα Επιχειρησιακά Γερμανικά: Μέρος Β</i>
5	5738	Εταιρική Επικοινωνιακή Στρατηγική (ECTS 6)
5	5781	Εταιρική Ηθική και Υπευθυνότητα (ECTS 6)
5	5315	Οικονομική των Επιχειρήσεων (ECTS 6)
5	5225	Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης (ECTS 6)
5	5637	Μάρκετινγκ Υπηρεσιών (ECTS 6)
5	5015	<i>Αγγλική Γλώσσα V – Επιχειρησιακή Αλληλογραφία και Επικοινωνία</i>
5	5025	<i>Γαλλική Γλώσσα V – Επιχειρησιακή Αλληλογραφία και Επικοινωνία</i>
5	5035	<i>Γερμανική Γλώσσα V – Επιχειρησιακή Αλληλογραφία και Επικοινωνία</i>

Εξάμηνο	Κωδικός	ΤΙΤΛΟΣ
6	5648	Δίκτυα Διανομής και Logistics (ECTS 6)
6	5407	Επιχειρησιακή Στρατηγική και Στρατηγικό Μάρκετινγκ (ECTS 6)
6	5624	Πολιτική Προϊόντος (ECTS 6)
6	5647	Τιμολογιακή Στρατηγική (ECTS 6)
6	5626	Ψηφιακό Μάρκετινγκ (ECTS 6)

ΜΑΘΗΜΑΤΑ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗΣ: ΕΞΑΜΗΝΑ 7 – 8

Εξάμηνο	Κωδικός	ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ/ ΤΙΤΛΟΣ
		ΔΙΕΘΝΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ
7	5638	Διεθνές Μάρκετινγκ (ECTS 6)
7	5787	Διοίκηση Καινοτομίας (ECTS 6)
8	5694	Ψηφιακό Εμπόριο (ECTS 6)
8	5780	Επιχειρηματικότητα (ECTS 6)
		ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ
7	5415	Διοίκηση Αλλαγών στην Ψηφιακή Εποχή (ECTS 6)
7	5783	Συμβουλευτική των Επιχειρήσεων (ECTS 6)
8	5782	Θετική Οργανωσιακή Παιδεία (ECTS 6)
8	5428	Ηγεσία και Ανάπτυξη Προσωπικών Δεξιοτήτων (ECTS 6)
		ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ
7	5689	Αναλυτική Διαδικτύου (ECTS 6)
7	5691	Αναλυτική Μάρκετινγκ (ECTS 6)
8	5688	Ποσοτικά Μοντέλα Μάρκετινγκ (ECTS 6)
8	5667	Σχεδιασμός και Ανάλυση Προωθητικών Ενεργειών (ECTS 6)
		ΨΗΦΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ
7	5689	Αναλυτική Διαδικτύου (ECTS 6)
7	5693	Σχεδιασμός & Ανάπτυξη Διαδικτυακών Εφαρμογών (ECTS 6)
8	5692	Πολυκαναλικό Μάρκετινγκ και Εμπειρία Πελάτη (ECTS 6)
8	5694	Ψηφιακό Εμπόριο (ECTS 6)

ΜΑΘΗΜΑΤΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ: ΕΞΑΜΗΝΑ 7 – 8

Εξάμηνο	Κωδικός	ΤΙΤΛΟΣ
7	1193	Αρχές Κοινωνιολογίας (ECTS 6) (δεν προσφέρθηκε 2025-2026)
7	8117	Βάσεις Δεδομένων (ECTS 6)
7	5627	Βιομηχανικό (B2B) Μάρκετινγκ (ECTS 6)
7	2115	Γενικά Μαθηματικά για τη Διοίκηση Επιχειρήσεων (δεν προσφέρθηκε 2025-2026)
7	1550	Δημόσια Οικονομική Ι (ECTS 6)
7	5725	Δημόσιες Σχέσεις και Διαχείριση Κρίσεων (ECTS 6)
7	5718	Διαπολιτισμική Επικοινωνία & Διοίκηση Επιχειρήσεων (ECTS 6)
7	5785	Διοίκηση Διεθνών Επιχειρήσεων (ECTS 6)
7	8121	Διοίκηση Έργων και Προγραμμάτων (ECTS 6)
7	6122	Εισαγωγή στον Προγραμματισμό με R (ECTS 6)
7	3125	Εισαγωγή στον Προγραμματισμό Υπολογιστών (ECTS 6)
7	5000	Εκπόνηση Εργασίας (ECTS 6)
7	2715	Επιχειρησιακή Αναλυτική και Τεχνολογίες Λήψης Αποφάσεων (ECTS 6)
7	2812	Θέματα Επιχειρησιακής Στρατηγικής (ECTS 6)
7	1705	Θεωρία Παιγνίων & Αβεβαιότητας (ECTS 6)
7	5668	Μάρκετινγκ Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων (ECTS 6)
7	5657	Μάρκετινγκ Λιανικού και Χονδρικού Εμπορίου (ECTS 6)
7	5050	Πρακτική Άσκηση (ECTS 6)
7	5677	Σχεδιασμός Δημιουργικού και Διαφημιστικών Μηνυμάτων (ECTS 6)
7	2511	Χρηματοδοτική Διοίκηση ΙΙ (ΕΙΔΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ) (ECTS 6)
7	3090	Ψηφιακό Εκπαιδευτικό Υλικό (ECTS 6)
8	7124	Αγορές Χρήματος και Κεφαλαίου (ECTS 6)
8	8126	Ανάλυση & Μοντελοποίηση Διαδικασιών & Συστημάτων (ECTS 6)
8	5788	Απασχολησιμότητα στην Ψηφιακή Εποχή (ECTS 6)
8	5728	Διαπραγματεύσεις (ECTS 6)
8	8152	Διαχείριση Ψηφιακού Περιεχομένου και Επικοινωνίας Ανθρώπου-Υπολογιστή (ECTS 6)
8	4112	Διεθνής Οικονομική (ECTS 6)

1/9/2026



Εξάμηνο	Κωδικός	ΤΙΤΛΟΣ
8	8134	Διοίκηση Παραγωγής και Υπηρεσιών (ECTS 6)
8	5690	Διοίκηση Σχέσεων Πελατών (CRM) (ECTS 6)
8	5698	Ειδικά Θέματα Ανάπτυξης Ψηφιακών Προϊόντων και Υπηρεσιών (ECTS 6)
8	5000	Εκπόνηση Εργασίας (ECTS 6)
8	7112	Εμπορικό και Εταιρικό Δίκαιο (ECTS 6)
8	4116	Ευρωπαϊκό Δίκαιο (ECTS 6)
8	5678	Μάρκετινγκ Κοινωνικών Επιχειρήσεων και μη Κερδοσκοπικών Οργανισμών (ECTS 6)
8	1764	Οικονομική του Περιβάλλοντος & των Φυσικών Πόρων (ECTS 6)
8	5050	Πρακτική Άσκηση (ECTS 6)
8	8106	Προγραμματισμός I (ECTS 6)
8	3222	Προγραμματισμός Υπολογιστών με Java (ECTS 6)
8	8166	Σχεδιασμός και Ανάπτυξη Προϊόντων (ECTS 6)
8	5658	Τουριστικό Μάρκετινγκ (ECTS 6)
8	2214	Υπολογιστικά Συστήματα και Σύγχρονες Τεχνολογικές Τάσεις (ECTS 6)
8	5046	Αγγλική Γλώσσα VI - Επιχειρησιακή Ορολογία (ECTS 6)
8	5056	Γαλλική Γλώσσα VI - Επιχειρησιακή Ορολογία (ECTS 6)
8	5066	Γερμανική Γλώσσα VI - Επιχειρησιακή Ορολογία (ECTS 6)

Συγκεντρωτικός Πίνακας: Μαθήματα και Πιστωτικές Μονάδες

Εξάμηνο	Αρ. Μαθημάτων	Αριθμός Πιστωτικών Μονάδων
1ο	5	30
2ο	5	30
3ο	5	30
4ο	5	30
5ο	5	30
6ο	5	30
7ο	5	30
8ο	5	30
Σύνολο	40	240

Σημείωση: Τα μαθήματα Ξένης Γλώσσας (I-V) δεν προσμετρώνται στο σύνολο των πιστωτικών μονάδων.



B2.8 Δηλώσεις μαθημάτων

Κατά την έναρξη κάθε εξαμήνου οι φοιτητές υποχρεούνται να υποβάλουν ηλεκτρονική δήλωση μαθημάτων (www.e-grammateia.gr), προκειμένου να έχουν το δικαίωμα να συμμετάσχουν στην εξεταστική περίοδο (τακτική και επαναληπτική) κάθε εξαμήνου. Από το δεύτερο έτος και μετά, οι φοιτητές πρέπει να δηλώνουν και τα οφειλόμενα μαθήματα προηγούμενων εξαμήνων.

Οι φοιτητές Α' και Β' εξαμήνων μπορούν να δηλώσουν μέγιστο αριθμό μαθημάτων ίσο με 7. Οι φοιτητές Γ' και Δ' εξαμήνων μπορούν να δηλώσουν μέγιστο αριθμό μαθημάτων ίσο με 8. Οι φοιτητές των Ε' και ΣΤ' εξαμήνων μπορούν να δηλώσουν μέγιστο αριθμό μαθημάτων ίσο με 9.

Οι φοιτητές των Ζ' και Η' εξαμήνων και έπειτα μπορούν να δηλώσουν μέγιστο αριθμό μαθημάτων ίσο με 10. Στο μέγιστο αριθμό δήλωσης μαθημάτων δεν προσμετρούνται τα μαθήματα Ξένης Γλώσσας (I-V) καθώς και τα μαθήματα που ανήκουν στο Πρόγραμμα Σπουδών στις Επιστήμες της Αγωγής και της Εκπαίδευσης. Οι φοιτητές μπορούν να δηλώνουν τα μαθήματα Κατεύθυνσης από το 7^ο εξάμηνο κι έπειτα, και **μόνο εφόσον** έχουν δηλώσει κατεύθυνση.

B2.9 Τελικές Εξετάσεις & Κανονισμοί Εξετάσεων και Αξιολόγησης/Βαθμολόγησης

Μετά την ολοκλήρωση της διδακτικής περιόδου, οι φοιτητές είναι υποχρεωμένοι να συμμετέχουν στις τελικές εξετάσεις του κάθε μαθήματος. Ο επιτρεπόμενος χρόνος εξέτασης για κάθε μάθημα δεν υπερβαίνει τις 3 ώρες. Υπεύθυνος για την διεξαγωγή της εξέτασης είναι ο διδάσκων του μαθήματος.

Ένας φοιτητής για να προαχθεί σε ένα μάθημα οφείλει να λάβει τουλάχιστον το βαθμό 5 στην βαθμολογική κλίμακα 0 -10. Εάν ένας φοιτητής αποτύχει στην εξέταση της φθινοπωρινής ή της εαρινής περιόδου, μπορεί να επανεξεταστεί στο συγκεκριμένο μάθημα εκ νέου την περίοδο Σεπτεμβρίου.

Οι φοιτητές καλούνται επίσης να εκπονήσουν υποχρεωτικές ή προαιρετικές, ομαδικές η ατομικές εργασίες ή και παρουσιάσεις στο πλαίσιο της εξέτασης των μαθημάτων. Στον τελικό βαθμό εκτός από τον βαθμό της γραπτής εξέτασης μπορεί να συνυπολογιστεί και ο βαθμός των εργασιών που έχουν εκπονηθεί στο μάθημα, σύμφωνα με τα οριζόμενα από τον διδάσκοντα του μαθήματος.

Κλίμακα Βαθμολόγησης

Η κλίμακα βαθμολόγησης έχει ως ακολούθως:

10,00 – 8,51 Άριστα

8,50 - 6,51 Λίαν Καλώς

6,50 - 5,00 Καλώς

< 5,00 Αποτυχία



B2.10 Περαιτέρω Δυνατότητες και Ευκαιρίες του Προγράμματος Σπουδών

Γνώση Πληροφορικής

Τα μαθήματα του νέου προγράμματος σπουδών που θα αποδεικνύουν γνώση πληροφορικής και χρήσης ηλεκτρονικών υπολογιστών, διαμορφώνονται ως εξής:

- Εισαγωγή στην Πληροφορική
- Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης
- Ποσοτικές Μέθοδοι I
- Ψηφιακή Επικοινωνία (προηγ. τίτλος: Ηλεκτρονική Επικοινωνία)

ERASMUS+: Ευρωπαϊκά και Διεθνή Προγράμματα Κινητικότητας

Στους φοιτητές του τμήματος δίνεται προαιρετικά δυνατότητα συμμετοχής στο ευρωπαϊκό πρόγραμμα ανταλλαγής φοιτητών Erasmus+ Κινητικότητα για Σπουδές ή/και για Πρακτική Άσκηση.

Επιλέγοντας την **Κινητικότητα για Σπουδές** διανύουν ένα ή δύο εξάμηνα σπουδών σε κάποιο Πανεπιστήμιο Ευρωπαϊκής χώρας που συμμετέχει στο συγκεκριμένο πρόγραμμα. Παρακολουθούν μαθήματα τα οποία αντιστοιχίζονται και αναγνωρίζονται πλήρως με μαθήματα από το Πρόγραμμα Σπουδών του τμήματος και τα οποία προστίθενται στο σύνολο των μαθημάτων για τη λήψη πτυχίου.

Επιλέγοντας την **Κινητικότητα για Πρακτική Άσκηση**, οι ενδιαφερόμενοι υλοποιούν δίμηνη (κατ' ελάχιστο) Πρακτική Άσκηση σε οργανισμούς και επιχειρήσεις του εξωτερικού, ακολουθώντας τις προϋποθέσεις του προγράμματος και τις προθεσμίες και οδηγίες του γραφείου Erasmus+ του ΟΠΑ, όπως δημοσιεύονται στις σχετικές ανακοινώσεις στον ιστότοπο του ΟΠΑ www.aueb.gr. Αντίστοιχα, η κινητικότητα αυτή είτε αναγνωρίζεται ως μάθημα επιλογής (ακολουθώντας συγκεκριμένη διαδικασία αξιολόγησης από το υπεύθυνο μέλος ΔΕΠ του τμήματος) είτε αναγράφεται στο Παράρτημα Διπλώματος (σε περίπτωση που κάποιος φοιτητής έχει ήδη επιτύχει στο μάθημα «Πρακτική Άσκηση»). Επιπλέον, σύμφωνα με τις υποδείξεις του προγράμματος μπορούν να συμμετέχουν στο πρόγραμμα Erasmus+ Κινητικότητα για Πρακτική Άσκηση πρόσφατοι πτυχιούχοι, χωρίς όμως να αναγράφεται αυτή η κινητικότητα στο Παράρτημα Διπλώματος.

Αναλυτικές πληροφορίες στον ιστότοπο του τμήματος:

<http://www.dept.aueb.gr/el/mbc/content/πρόγραμμα-erasmus>

Τέλος στους φοιτητές του τμήματος δίνεται δυνατότητα συμμετοχής στο αντίστοιχο πρόγραμμα Erasmus+ Διεθνής Κινητικότητα για Σπουδές/ International Credit Mobility με πλήρη ακαδημαϊκή αναγνώριση των σπουδών τους. Περισσότερες πληροφορίες, όροι και προϋποθέσεις συμμετοχής στον ιστότοπο του γραφείου Erasmus+ ΟΠΑ:

<http://www.aueb.gr/el/content/πρόγραμμα-έρασμος>

Πρακτική Άσκηση

Στους φοιτητές του τμήματος δίνεται προαιρετικά η δυνατότητα να υλοποιήσουν **Πρακτική Άσκηση** σε οργανισμούς και επιχειρήσεις στην Ελλάδα μέσω του Προγράμματος Πρακτικής Άσκησης στο ΟΠΑ. Το τμήμα ακολουθεί τις διαδικασίες και οδηγίες του γραφείου Πρακτικής Άσκησης του ΟΠΑ, όπως αναφέρονται στον σχετικό ιστότοπο <https://www.aueb.gr/el/internship/>. Η επιτυχής ολοκλήρωσή της αξιολογείται και αναγνωρίζεται ως μάθημα επιλογής (ακολουθώντας συγκεκριμένη διαδικασία αξιολόγησης από το υπεύθυνο μέλος ΔΕΠ του τμήματος). Δείτε περισσότερα για τους όρους και προϋποθέσεις στον ιστότοπο του τμήματος <http://www.dept.aueb.gr/el/mbc/content/πρακτική-άσκηση>



Πρόγραμμα Σπουδών στις Επιστήμες της Αγωγής και της Εκπαίδευσης

Στους φοιτητές του τμήματος προσφέρεται επίσης προαιρετικά ειδικό πρόγραμμα στις επιστήμες της αγωγής και της εκπαίδευσης, συγκεκριμένες πληροφορίες για το οποίο παρέχονται στον παρακάτω σύνδεσμο:

<https://www.dept.aueb.gr/tep>.

B2.11 Συντονιστής ECTS του Τμήματος

Συντονιστής ECTS του Τμήματος είναι η κ. Λήδα Παναγιωτοπούλου, Επίκουρη Καθηγήτρια.

B2.12 Πρόσβαση σε Περαιτέρω Σπουδές

Οι απόφοιτοι του τμήματος μπορούν να συνεχίσουν τις σπουδές τους σε μεταπτυχιακό επίπεδο στην Ελλάδα και το εξωτερικό στον ευρύτερο χώρο της διοίκησης επιχειρήσεων.

Το Τμήμα Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας έχει την ευθύνη της οργάνωσης και λειτουργίας των Προγραμμάτων Μεταπτυχιακών Σπουδών

α. «Μάρκετινγκ και Επικοινωνία» με τις εξής Κατευθύνσεις:

1. Μάρκετινγκ και Επικοινωνία (προσφέρεται σε τμήματα πλήρους και μερικής φοίτησης)
2. Μάρκετινγκ και Επικοινωνία με Διεθνή Προσανατολισμό (προσφέρεται σε τμήμα πλήρους φοίτησης)

β. «Αναλυτική Μάρκετινγκ» (προσφέρεται σε τμήματα πλήρους και μερικής φοίτησης)

Το τμήμα Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας συμμετέχει επιπλέον στην οργάνωση και λειτουργία των εξής προγραμμάτων μεταπτυχιακών σπουδών:

- ΠΜΣ στη Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού (Πλήρους και Μερικής Φοίτησης) *Επισπεύδων Τμήμα*
- ΠΜΣ στη Διοίκηση Επιχειρήσεων: MBA (Πλήρους και Μερικής Φοίτησης)
- ΠΜΣ στη Διοίκηση Επιχειρήσεων για Στελέχη – Executive MBA (Μερικής Φοίτησης)
- ΠΜΣ στη Διοικητική των Επιχειρήσεων με Διεθνή Προσανατολισμό – MBA International (Πλήρους και Μερικής Φοίτησης)



B3. Περιγραφή των Επιμέρους Ενοτήτων Μαθημάτων

B3.1 Υποχρεωτικά Μαθήματα

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 5411

Τύπος του μαθήματος: Υποχρεωτικό Μάθημα

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 1ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 1ο εξάμηνο (Χειμερινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος: Ε. Νικάνδρου, Λ. Παναγιωτοπούλου

Περιεχόμενο του μαθήματος: Το μάθημα σκοπό έχει να εισάγει τους σπουδαστές στις βασικές έννοιες της Διοίκησης των Επιχειρήσεων. Η γνώση του αντικειμένου του μαθήματος αποτελεί βασική προϋπόθεση αποτελεσματικότητας και επιτυχίας όλων των στελεχών, ανεξάρτητα από τον τομέα ειδίκευσής τους, την επιχείρηση ή τον οργανισμό στον οποίο εργάζονται. Στόχος του μαθήματος είναι τόσο η ανάπτυξη του πλαισίου μέσα στο οποίο ασκείται η Διοίκηση, όσο και του περιεχομένου και των λειτουργιών της.

Συγκεκριμένα, αναπτύσσονται οι ακόλουθες ενότητες:

- I. Οργανισμοί και Οργανωσιακή Θεωρία, Προσεγγίσεις στην έννοια της Επιχείρησης
- II. Λειτουργίες της Επιχείρησης. Εννοιολογικός Προσδιορισμός της Διοίκησης Επιχειρήσεων & Λειτουργίες του Μάνατζμεντ, Δεξιότητες, Διοικητικά στελέχη
- III. Η έννοια της Ηθικής και η Κοινωνική Ευθύνη
- IV. Οργανωσιακή Κουλτούρα και Πολιτισμική Ποικιλομορφία
- V. Το Περιβάλλον της επιχείρησης
- VI. Θεωρία Συστημάτων και Επιχειρησιακοί στόχοι
- VII. Η Λειτουργία του Προγραμματισμού
- VIII. Διαδικασίες Λήψης Αποφάσεων
- IX. Η Λειτουργία της Οργάνωσης, Θεμελιώδη Στοιχεία της Οργανωσιακής Δομής
- X. Η Λειτουργία της Διεύθυνσης
- XI. Η Λειτουργία του Ελέγχου
- XII. Ειδικά θέματα στη Διοίκηση Επιχειρήσεων: Επιχειρηματικότητα, Διεθνής Διοίκηση Επιχειρήσεων

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα:

Μετά το τέλος του μαθήματος, οι σπουδαστές θα είναι σε θέση να:

- I. Ορίζουν τι είναι μάνατζμεντ και τις επιμέρους λειτουργίες αυτού και να εξηγούν τη σημασία ορθής εφαρμογής τους στην πράξη.
- II. Αναλύουν το εξωτερικό και εσωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης, να εντοπίζουν τους παράγοντες που επηρεάζουν την αποτελεσματικότητα της επιχείρησης και να ορίζουν επιχειρησιακούς στόχους.
- III. Δίνουν τρόπους επίλυσης θεμάτων που αφορούν τον οργανωσιακό σχεδιασμό.
- IV. Ορίζουν τη σημασία της επιχειρηματικότητας σε μια οικονομία και να περιγράψουν τα συστατικά στοιχεία ενός επιχειρηματικού σχεδίου.

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη:

- Bateman & Konopaske (2023) Διοίκηση Επιχειρήσεων, 15^η έκδ., Εκδ. Τζιόλα
- Daft & Benson (2016) Μάνατζμεντ, Εκδ. Κλειδάριθμος



Τρόπος παράδοσης μαθήματος (κατανομή σε διαλέξεις, σεμινάρια, εργαστήρια) και διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι: Στο μάθημα, εκτός των διαλέξεων, θα χρησιμοποιηθούν εργαστηριακές μέθοδοι μάθησης όπως ομαδικές εργασίες, case studies, ερωτηματολόγια, videos.

Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης:

Γραπτή Εξέταση: 75%

Τα θέματα στη γραπτή εξέταση θα απαιτούν από τους σπουδαστές εις βάθος γνώση των θεμάτων που έχουν αναπτυχθεί στο μάθημα και κριτικό στοχασμό.

Γραπτή Εργασία και Παρουσιάσεις: 25%

Μια ομαδική γραπτή και προφορική εργασία που στόχο έχει να βοηθήσει τους σπουδαστές να κατανοήσουν τις θεωρητικές έννοιες της Διοίκησης των Επιχειρήσεων, συνδέοντάς τες με την πράξη μέσα από την ανάλυση μιας μικρής επιχείρησης και του περιβάλλοντος μέσα στο οποίο δραστηριοποιείται.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 5622

Τύπος του μαθήματος: Υποχρεωτικό Μάθημα

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 1^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 1^ο εξάμηνο (Χειμερινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος: Σ.Δημητριάδης, Κ. Καμινάκης

Περιεχόμενο του μαθήματος:

Στο μάθημα αυτό θα παρουσιαστούν οι γενικές αρχές, μέθοδοι και πολιτικές μάρκετινγκ. Το περιεχόμενο του μαθήματος περιλαμβάνει: Εισαγωγή, περιεχόμενο, αντικείμενο, εξέλιξη, Ορισμοί του μάρκετινγκ, Οι διεργασίες μάρκετινγκ, γενικό πλαίσιο ανάλυσης και δράσης, Στρατηγικό μάρκετινγκ, Τοποθέτηση προϊόντος, Τμηματοποίηση αγοράς, Συμπεριφορά καταναλωτή, Έρευνα αγοράς, Πολιτική προϊόντος, Πολιτική τιμών, Πολιτική διανομής, Πολιτική επικοινωνίας, Ιδιαιτερότητες του βιομηχανικού μάρκετινγκ.

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα: Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι συμμετέχοντες θα πρέπει:

- I. Να κατανοήσουν τις βασικές αρχές, αποφάσεις, εργαλεία και ορολογία του μάρκετινγκ,
- II. Να εξοικειωθούν με το σύνολο των διεργασιών και λειτουργιών του μάρκετινγκ
- III. Να αποκτήσουν μία συνολική και συνδυαστική εικόνα των αποφάσεων μάρκετινγκ ως λειτουργία της επιχείρησης.

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη:

- Δημητριάδης Σ., Τζωρτζάκη Α. (2010). Μάρκετινγκ, Αρχές, Στρατηγικές, Εφαρμογές, Εκδόσεις Rosili.
- Grewal D. Levy M., Λεωνίδου Λ., Φωτιάδης Θ., (2022), ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ, Εκδόσεις ΚΡΙΤΙΚΗ

Τρόπος παράδοσης μαθήματος και διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι:

Το μάθημα βασίζεται σε διαλέξεις, μελέτες περιπτώσεων, ανάλυση παραδειγμάτων και περιλαμβάνει ομαδική εργασία.



Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης

Τελική, γραπτή, ατομική εξέταση. Γραπτή ομαδική εργασία

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ Ι

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 5311

Τύπος του μαθήματος: Υποχρεωτικό Μάθημα

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 1^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 1^ο εξάμηνο (Χειμερινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος: Εντεταλμένος Διδάσκων

Περιγραφή του μαθήματος Η κατασκευή υποδειγμάτων. Ο σκοπός τους και οι αρχές με τις οποίες κατασκευάζονται. Το βασικό οικονομικό υπόδειγμα. Η οριακή ανάλυση. Οι υποθέσεις για την συμπεριφορά του καταναλωτή. Η συνάρτηση χρησιμότητας και οι καμπύλες αδιαφορίας. Η καμπύλη ζήτησης ενός προϊόντος και οι προσδιοριστικοί του παράγοντες. Οι υποθέσεις για την λειτουργία της επιχείρησης. Οι διάφορες μορφές κόστους. Ο χρονικός ορίζοντας για μια επιχείρηση. Το κόστος ευκαιρίας. Η καμπύλη προσφοράς για ένα προϊόν και οι προσδιοριστικοί του παράγοντες. Η ισορροπία στην αγορά. Κοινωνική ευημερία. Πλεόνασμα του καταναλωτή. Πλεόνασμα του παραγωγού. Οι διάφορες μορφές της αγοράς και οι συνέπειες τους στην παραγομένη ποσότητα, στον προσδιορισμό της τιμής του προϊόντος και στην κοινωνική ευημερία.

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα:

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές θα είναι σε θέση να:

- Κατανοούν τα βασικά ζητήματα ανάλυσης της συμπεριφοράς των καταναλωτών και των παραγωγών και εξάγουν τις καμπύλες προσφοράς και ζήτησης.
- Να κατανοούν τα αποτελέσματα στην ευημερία από την παρέμβαση του κράτους στην λειτουργία των ανταγωνιστικών αγορών.
- Αναγνωρίζουν την έννοια της σπανιότητας των πόρων στην καθημερινότητα.
- Αναγνωρίζουν τις βασικές διαφορές ανάμεσα στις μορφές αγοράς προϊόντων.
- Αναλύουν τους διαφορετικούς τύπους αγοράς (μονοπώλιο, ολιγοπώλιο και ανταγωνιστική αγορά).
- Αναλύουν τις επιπτώσεις από τις μεταβολές στη ζήτηση και προσφορά στις τιμές και τις ποσότητες των αγαθών και υπηρεσιών.
- Αναλύουν τη συμπεριφορά των επιχειρήσεων/παραγωγών σε μια ανταγωνιστική αγορά τόσο στη βραχυχρόνια όσο και στη μακροχρόνια περίοδο.
- Επιλύουν προβλήματα σχετικά με τον υπολογισμό του πλεονάσματος του καταναλωτή και του παραγωγού.

Να γνωρίζουν τις επιπτώσεις της παρέμβασης του κράτους όταν υπάρχουν εξωτερικότητες στην παραγωγή ή την κατανάλωση αγαθών.

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη:

- Mankiw G., Taylor M. (2018). Οικονομική- Μικροοικονομική, Εκδόσεις Τζιόλα.



- Begg D., Vernasca G., Fisher S., Dornbusch R. (2015) Εισαγωγή στην Οικονομική, Τόμος Α, Εκδόσεις Κριτική.

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- American Economic Review
 - Quarterly Journal of Economics
- European Economic Review

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 5231

Τύπος του μαθήματος: Υποχρεωτικό Μάθημα

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 1^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 1^ο εξάμηνο (Χειμερινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος/διδασκόντων: Δ. Δρόσος, Θ. Λάμπας, Γ. Καλλιαμπέτσος

ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ:

Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές θα πρέπει:

- Να κατανοούν τις βασικές έννοιες και αρχές λειτουργίας ενός υπολογιστή (αρχιτεκτονική, λογισμικό και υλικό).
- Να έχουν εξοικειωθεί με βασικές έννοιες και αρχές της επιστήμης της πληροφορικής, της διαχείρισης της πληροφορίας, των υπολογιστικών συστημάτων, και των δικτύων/τηλεπικοινωνιών.
- Να χειρίζονται με ευχέρεια το λογισμικό MS Excel.
- Να μπορούν να σχεδιάσουν και να υλοποιήσουν απλά προγράμματα λογισμικού σε Python.
- Να είναι εξοικειωμένοι με τα βασικά είδη δεδομένων και να έχουν αποκτήσει μια αρχική εμπειρία με την επεξεργασία αυτών των δεδομένων με την Python.
- Να έχουν κατανοήσει τη βασική δομή μιας ιστοσελίδας και να έχουν αποκτήσει μια αρχική εμπειρία με την συλλογή δεδομένων από τον Παγκόσμιο Ιστό.
- Να έχουν εκτεθεί στη διαδικασία σχεδιασμού και χρήσης μιας βάσης δεδομένων MySQL.
- Να έχουν εκτεθεί στην χρήση εργαλείων ψηφιακής δικτύωσης και επικοινωνίας χρησιμοποιώντας τεχνολογίες διαδικτύου.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ:

Σκοπός του μαθήματος είναι να εξοικειωθούν οι φοιτητές με τις βασικές έννοιες της πληροφορικής. Οι φοιτητές με το πέρας του μαθήματος θα γνωρίζουν τι μπορεί και τι δεν μπορεί να κάνει ένας υπολογιστής και ποια είναι τα βασικά στοιχεία της τεχνολογίας της πληροφορικής από την χρήση, αρχιτεκτονική και λειτουργία του υπολογιστή μέχρι το διαδίκτυο, τον παγκόσμιο ιστό και τις πιο πρόσφατες διαδικτυακές τεχνολογίες και υπηρεσίες. Οι φοιτητές θα εξοικειωθούν με βασικές έννοιες της Πληροφορικής μέσα από παραδείγματα και εξάσκηση με πραγματικά εργαλεία και δεδομένα. Ιδιαίτερη έμφαση θα δοθεί στον σχεδιασμό και την υλοποίηση προγραμμάτων λογισμικού, στα διάφορα είδη δεδομένων και τις εφαρμογές του κάθε είδους, στην συλλογή και καθαρισμό δεδομένων από τον Παγκόσμιο Ιστό, καθώς και στις βάσεις δεδομένων. Η διδακτέα ύλη είναι φτιαγμένη έτσι ώστε να εξυπηρετεί ακόλουθα μαθήματα στο πρόγραμμα σπουδών που απαιτούν γνώσεις νέων τεχνολογιών πληροφορικής και ψηφιακής επικοινωνίας.



ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:

- Γιαγλής, Γ. (2012). Αρχές λειτουργίας και προγραμματισμού Η/Υ, Εκδόσεις Εταιρεία Αξιοποίησης και Διαχείρισης της Περιουσίας του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών Α.Ε.
- Evans A., Kendall, M., Roatsy M. A. (2018). Εισαγωγή στην πληροφορική, Εκδόσεις Κριτική Α.Ε.
- Δρόσος, Δ., Βουγιούκας, Δ., Καλλίγερος, Ε., Κοκολάκης, Σ., Σκιάνης, Χ., 2015. Εισαγωγή στην επιστήμη των υπολογιστών & επικοινωνιών. [ηλεκτρ. βιβλ.] Αθήνα:Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών. Διαθέσιμο στο: <http://hdl.handle.net/11419/4582>.

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- International Journal of Information Management
- MIS Quarterly
- Information & Management
- International Journal of Electronic Commerce

Τρόπος παράδοσης μαθήματος και διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι:

Διαλέξεις, εργαστήρια.

Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης: Η αξιολόγηση κάθε φοιτητή διαμορφώνεται κατά 80% από την δοκιμασία των γραπτών εξετάσεων και 20% από την εξέταση σε ασκήσεις στο εργαστήριο υπολογιστών.

ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 5721

Τύπος του μαθήματος: Υποχρεωτικό Μάθημα

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 1^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 1^ο εξάμηνο (Χειμερινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Ονόματα του διδάσκοντος /διδασκόντων: Φλ. Κοκκινάκη, Κ. Γεωργίου

Περιεχόμενο του μαθήματος: Στόχος του μαθήματος είναι να εισάγει τους φοιτητές στον ευρύ και ενδιαφέροντα κλάδο της Ψυχολογίας και να παρουσιάσει τις βασικές μεθόδους, έννοιες, θεωρίες και ευρήματα. Το μάθημα καλύπτει μια σειρά από σημαντικά θέματα της Γνωστικής Ψυχολογίας, της Κοινωνικής Ψυχολογίας και της μελέτης της Προσωπικότητας. Έμφαση δίνεται τόσο στις κλασικές όσο και στις σύγχρονες προσεγγίσεις στη μελέτη αυτών των θεμάτων και στη σχέση τους με την Επικοινωνία και το Μάρκετινγκ. Συγκεκριμένα, στο μάθημα καλύπτονται οι ακόλουθες θεματικές ενότητες:

- I. Εισαγωγή στην Ψυχολογία: Αντικείμενο και Μέθοδοι
- II. Αντίληψη
- III. Μάθηση, Μνήμη
- IV. Προσωπικότητα, Νοημοσύνη
- V. Εισαγωγή στην Κοινωνική Ψυχολογία: Αντικείμενο και Μέθοδοι
- VI. Κοινωνική Νόηση, Κοινωνική Αντίληψη
- VII. Κοινωνική Απόδοση: Κλασικές θεωρίες, Σφάλματα στην Κοινωνική Απόδοση
- VIII. Στάσεις: Έννοια, Δομή και Μέτρηση, Αλλαγή Στάσεων, Στάσεις και Συμπεριφορά



- IX. Κοινωνική Επιρροή: Συμμόρφωση, Μειονοτική Επιρροή, Ενδοτικότητα, Υπακοή στην Εξουσία
- X. Ομάδες: Επίδοση, Λήψη Αποφάσεων, Ηγεσία
- XI. Διομαδικές Σχέσεις και Προκατάληψη: Προκατάληψη, Στερεότυπα, Διακρίσεις, Αίτια της Προκατάληψης, Μείωση της Προκατάληψης και Βελτίωση των Διομαδικών Σχέσεων.

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα: Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές θα πρέπει:

- I. Να είναι σε θέση να κατανοήσουν και να συγκρίνουν τις διαφορετικές θεωρητικές προσεγγίσεις και να αξιολογήσουν τη συμβολή τους στη μελέτη της συμπεριφοράς.
- II. Να είναι σε θέση να συνδέσουν τις θεωρητικές προσεγγίσεις με πραγματικές καταστάσεις και προβλήματα.
- III. Να διακρίνουν τη συνάφεια μεταξύ ψυχολογικών φαινομένων και διεργασιών και συμπεριφοράς καταναλωτή.
- IV. Να διακρίνουν τη σχέση που μπορεί να έχουν διαφορετικά φαινόμενα με τη στρατηγική και τις ενέργειες μάρκετινγκ και επικοινωνίας και την αποτελεσματικότητά τους.

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη:

- Βοσνιάδου, Σ. (Επιμ.) (2011). *Εισαγωγή στην Ψυχολογία*, Εκδόσεις Gutenberg.
- Κοκκινάκη, Φ. (2023). *Κοινωνική Ψυχολογία: Εισαγωγή στη Μελέτη της Κοινωνικής Συμπεριφοράς*, Εκδόσεις Gutenberg.
- Atkinson, R. L. et al. (2003). *Εισαγωγή στην Ψυχολογία του Hilgard*, Εκδόσεις Παπαζήσης, (2 τόμοι).
- Hogg, M. A., & Vaughan, G. M. (2010). *Κοινωνική Ψυχολογία*, Εκδόσεις Gutenberg.
- Schacter, D. L., Gilbert, D. T., Wegner, D. M., & Nock, M. K. (2018). *Εισαγωγή στην Ψυχολογία*. Αθήνα: Gutenberg.

Τρόπος παράδοσης μαθήματος και διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι: Διαλέξεις κατά τις οποίες παρουσιάζονται και συζητούνται οι προεξέχουσες θεωρίες καθώς και τα ευρήματα συναφών εμπειρικών ερευνών.

Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης: Τελική γραπτή εξέταση. Τα θέματα απαιτούν σύντομες απαντήσεις ή επιλογή μεταξύ πολλαπλών επιλογών. Η υψηλή επίδοση προϋποθέτει την καλή και σε βάθος κατανόηση του περιεχομένου του μαθήματος, καθώς και αναλυτική και κριτική ικανότητα.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 5722

Τύπος του μαθήματος: Υποχρεωτικό Μάθημα

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 1 έτος

Εξάμηνο σπουδών: 2^ο εξάμηνο (Εαρινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος/διδασκόντων: Κ. Καμινάκης, Δ. Λυμπερόπουλος, Γ. Καλλιαμπέτσος



Περιεχόμενο του μαθήματος: Το περιεχόμενο του μαθήματος περιλαμβάνει τις εξής βασικές θεματικές ενότητες:

- I. Βασικά Μοντέλα των Θεωριών Επικοινωνίας
- II. Εισαγωγή στη Σημειωτική & Σημειωτική ανάλυση επιχειρησιακών μηνυμάτων
- III. Βασικές έννοιες και αρχές αποτελεσματικής διαπροσωπικής Επικοινωνίας
- IV. Λεκτική και Μη Λεκτική επικοινωνία
- V. Δημόσια Επικοινωνία: Σχεδιασμός και Παράδοση Αποτελεσματικών Προφορικών Παρουσιάσεων
- VI. Σχεδιασμός και συγγραφή αποτελεσματικών επαγγελματικών γραπτών αναφορών
- VII. Αποτελεσματική χρήση, επεξεργαστή κειμένου (Word) και προγράμματος δημιουργίας οπτικών βοηθημάτων για παρουσιάσεις (PowerPoint) (εργαστηριακή ενότητα)

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα: Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι συμμετέχοντες θα πρέπει:

- I. Να αναγνωρίζουν τα συνθετικά στοιχεία και να αναλύουν παραδείγματα επιχειρησιακής επικοινωνίας, βασιζόμενοι στα θεωρητικά μοντέλα επικοινωνίας
- II. Να αναλύουν διαφημιστικά μηνύματα χρησιμοποιώντας στοιχεία από το πλαίσιο της σημειωτικής ανάλυσης
- III. Να αναγνωρίζουν και να ερμηνεύουν τους μη λεκτικούς κώδικες που δομούν τα μηνύματα στο επιχειρησιακό περιβάλλον
- IV. Να αναλύουν τις επικοινωνιακές ανάγκες, να σχεδιάζουν και να παρουσιάζουν αποτελεσματικά προφορικά μηνύματα στο πλαίσιο της δημόσιας επικοινωνίας
- V. Να σχεδιάζουν και να χρησιμοποιούν αποτελεσματικά οπτικά βοηθήματα για τις προφορικές παρουσιάσεις
- VI. Να σχεδιάζουν και να μορφοποιούν αποτελεσματικά, διάφορες μορφές επαγγελματικών γραπτών δοκιμίων

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη:

- Hall, S. (2010). *Αυτό σημαίνει Αυτό, Αυτό σημαίνει Εκείνο - Σημειωτική: Οδηγός Χρήσης*, Εκδόσεις Δίαυλος
- Ντανέσι Μαρσέλ, 2017, *Μηνύματα, σημεία και σημασίες Ένα βασικό εγχειρίδιο για τη σημειωτική και τη θεωρία της επικοινωνίας*, University Studio Press (Messages, Signs And Meaning. A Basic Textbook In Semiotics And Communication Theory)
- Χαλεβελάκη Μαρία, 2010, *Μια Εισαγωγή Στη Σημειολογία - Θεωρία Και Εφαρμογές*, Εκδόσεις Καστανιώτη
- ΜακΚουέιλ Ντενις, Βιντάλ Σβεν, 2001, *Σύγχρονα μοντέλα επικοινωνίας*, Εκδόσεις Καστανιώτη
- John Fiske, (1992), *Εισαγωγή στην Επικοινωνία*, Αιγόκερος
- Μάγγου Μαριάννα, 2015, *Εισαγωγή στο Πρόγραμμα επεξεργασίας κειμένου Microsoft Office Word*, Σημειώσεις παραδόσεων ΟΠΑ
- Μάγγου Μαριάννα, 2015, *Εισαγωγή στο Πρόγραμμα παρουσιάσεων Microsoft Office PowerPoint*, Σημειώσεις παραδόσεων ΟΠΑ

Τρόπος παράδοσης μαθήματος και διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι: Η διδασκαλία περιλαμβάνει παραδόσεις με ταυτόχρονη αλληλεπίδραση με το ακροατήριο, παρουσίαση



και ανάλυση μελετών περίπτωσης, εργαστήριο με χρήση υπολογιστών και συγγραφή, παρουσίαση ομαδικών εργασιών.

Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης: Η αξιολόγηση κάθε φοιτητή διαμορφώνεται κατά 50% από την δοκιμασία των γραπτών εξετάσεων, 25% από την εξέταση σε ασκήσεις στο εργαστήριο υπολογιστών και 25% από την παρουσίαση και παράδοση ομαδικής εργασίας καθώς και από την συμμετοχή σε ασκήσεις και τεστ που γίνονται κατά την διάρκεια των παραδόσεων.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ II

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 5316

Τύπος του μαθήματος: Υποχρεωτικό Μάθημα

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 1ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 2^ο εξάμηνο (Εαρινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος: Εντεταλμένος Διδάσκων

Στόχος του μαθήματος.

Να βοηθήσει τους φοιτητές, ως αυριανά στελέχη επιχειρήσεων και οργανισμών, να αντιλαμβάνονται την λειτουργία της πραγματικής οικονομίας και πώς οι μεταβολές βασικών μακροοικονομικών μεταβλητών επηρεάζουν τις επιχειρηματικές αποφάσεις.

Περιεχόμενο του μαθήματος:

Εισαγωγή στα μακροοικονομικά μεγέθη

Θεωρία κατανάλωσης, αποταμίευσης και επένδυσης

Προσδιορισμός του εθνικού εισοδήματος - πολλαπλασιαστές

Δημόσιες δαπάνες - φόροι - δημόσιο χρέος- κρατικός προϋπολογισμός

Προσφορά και ζήτηση χρήματος

Νομισματική και δημοσιονομική πολιτική σε κλειστή οικονομία

Μακροοικονομική καμπύλη ζήτησης και Συνολική προσφορά

Ανεργία, Πληθωρισμός, Καμπύλη Phillips

Διεθνής οικονομία (διεθνές εμπόριο, συνάλλαγμα, συναλλαγματική πολιτική, ανταγωνιστικότητα)

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα: Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές αναμένεται να είναι εξοικειωμένοι με τις έννοιες της κατανάλωσης, αποταμίευσης, επένδυσης, εθνικού εισοδήματος, συνολικής προσφοράς και ζήτησης, δημοσιονομικής και νομισματικής πολιτικής, πληθωρισμού, ανεργίας, διεθνούς εμπορίου και συναλλάγματος. Η προσέγγιση που ακολουθείται συνδυάζει τόσο την Κεϋνσιανή ανάλυση για την βραχυχρόνια περίοδο όσο και την νεοκλασική για την μακροχρόνια.

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη:

I. Mankiw, N.G. (2002). *Αρχές της Οικονομικής*, Τόμος Β', Εκδόσεις Δαρδανός.

II. P.Krugman and R.Wells (2009), *Μακροοικονομική*, Εκδόσεις Επίκεντρο

III. Sloman J. (2009). *Economics*, 7th edition, Prentice Hall.

IV. Samuelson, A.P. and Nordhaus D.W. (2003). *Οικονομική*, Τόμος Β', Εκδόσεις Παπαζήση.

V. W.Baumol and A.Blinder (2009), *Μακροοικονομική Πολιτική*, Αρχές και Πολιτική εκδόσεις Π.Χ. Πασχαλίδης

Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης: Τελική γραπτή εξέταση (80%) και εργασία (20%).



ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 5724

Τύπος του μαθήματος: Υποχρεωτικό

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 1^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 2^ο εξάμηνο (Εαρινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος/διδασκόντων: Κ. Καμινάκης, Α. Ευαγγελάτος, Η. Μπαλαφούτης

Περιεχόμενο του μαθήματος: Σκοπός του μαθήματος είναι να παρουσιάσει και να συζητήσει τις αρχές, τα μοντέλα, τους τρόπους και τις ιδιαιτερότητες της επικοινωνίας με ηλεκτρονικά μέσα. Τα θέματα που καλύπτονται περιλαμβάνουν: αρχές και μοντέλα επικοινωνίας στα ψηφιακά μέσα, επικοινωνία στο Web 2.0, blogs, κοινότητες, κοινωνικά δίκτυα, μορφή & κώδικες επικοινωνίας στα ψηφιακά μέσα, εισαγωγή στα συστήματα διαχείρισης περιεχομένου (Content Management Systems), θέματα ασφάλειας και ιδιωτικότητας στην ηλεκτρονική επικοινωνία.

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα: Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι συμμετέχοντες θα πρέπει:

- I. Να έχουν κατανοήσει τις ιδιαιτερότητες της επικοινωνίας με ψηφιακά μέσα,
- II. Να γνωρίζουν τις μορφές & κώδικες επικοινωνίας στα ψηφιακά μέσα,
- III. Να γνωρίζουν τις αρχές δομής και λειτουργίας συστημάτων διαχείρισης περιεχομένου και να είναι σε θέση να τις εφαρμόσουν σε ένα αρχικό επίπεδο,
- IV. Να γνωρίζουν τις αρχές δομής και λειτουργίας εικονικών κοινοτήτων (Web 2.0) και να είναι σε θέση να τις εφαρμόσουν σε ένα αρχικό επίπεδο.

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη:

- I. Laudon K., Travel C. (2019). Ηλεκτρονικό Εμπόριο 2018, Επιχειρήσεις, Τεχνολογία, Κοινωνία. Εκδόσεις Παπασωτηρίου.
- II. Tuten T., Solomon M. (2016). Social Media Marketing - Μάρκετινγκ με Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης, Εκδόσεις Δίαυλος.
- III. Σημειώσεις διδασκόντων.

Τρόπος παράδοσης μαθήματος και διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι: Το μάθημα βασίζεται σε διαλέξεις, μελέτες περιπτώσεων, ανάλυση παραδειγμάτων και περιλαμβάνει υποχρεωτικές ομαδικές εργασίες καθώς και υποχρεωτικά εργαστήρια.

Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης: Τελική, γραπτή, ατομική εξέταση. Υποχρεωτικές γραπτές εργασίες.

ΠΟΣΟΤΙΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ I

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 5151

Τύπος του μαθήματος: Υποχρεωτικό Μάθημα

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 1^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 2ο Εξάμηνο (Εαρινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS



Όνομα του διδάσκοντος: Κ. Καμινάκης, Η.Μπαλαφούτης

Περιεχόμενο του μαθήματος: Το περιεχόμενο του μαθήματος περιλαμβάνει τις εξής θεματικές ενότητες: Είδη Στατιστικών δεδομένων. Πηγές και μέθοδοι συλλογής δεδομένων. Τρόποι παρουσίασης δεδομένων (κατανομές, πίνακες, διαγράμματα). Βασικά χαρακτηριστικά αριθμητικών δεδομένων (τάση, διασπορά, ασυμμετρία). Εισαγωγικές έννοιες στις πιθανότητες και κατανομές πιθανοτήτων (κανονική κατανομή, διωνυμική κατανομή, κατανομή Poisson). Εκτιμητική (κατανομές δειγματοληψίας και διαστήματα εμπιστοσύνης). Έλεγχος υποθέσεων (έλεγχος μέσου, έλεγχος ποσοστού, έλεγχος διαφοράς δύο μέσων, έλεγχος διαφοράς δύο ποσοστών, έλεγχος λόγου δύο διακυμάνσεων, έλεγχος ανεξαρτησίας ιδιοτήτων).

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα: Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος «Ποσοτικές Μέθοδοι Ι» οι φοιτητές θα είναι σε θέση να:

- I. Καταλάβουν τις βασικές έννοιες των τρόπων μέτρησης σε κατάλληλη κλίμακα των πληροφοριών που συναντώνται σε επιχειρηματικά προβλήματα και των μεθόδων διαχείρισης αυτών των αριθμητικών (ποσοτικών) πληροφοριών
- II. Εκτελούν αναλύσεις των δεδομένων με τη βοήθεια των υπολογιστών και των σχετικών προγραμμάτων και συγκεκριμένα με το SPSS
- III. Προβαίνουν σε εκτεταμένες αναλύσεις αριθμητικών δεδομένων στα πλαίσια των εργαστηρίων, των γραπτών εργασιών και της διπλωματικής εργασίας
- IV. Εμπεδύσουν τις βασικές έννοιες των μεθόδων ανάλυσης και να είναι σε θέση να κατανοήσουν τις προχωρημένες μεθόδους των επομένων εξαμήνων.

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη:

- Χαλικιάς, Ι. (2024), *Στατιστική: Μέθοδοι ανάλυσης για επιχειρηματικές αποφάσεις (5η έκδοση)*, Rossili, Αθήνα
- Keller, G., Gaciu, N. (2023), *Στατιστική για Οικονομικά και Διοίκηση Επιχειρήσεων*, Broken Hill, Αθήνα

Τρόπος παράδοσης μαθήματος και διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι:

Διαλέξεις με διαδραστικό χαρακτήρα, που συνδυάζουν αναλύσεις παραδειγμάτων και μελετών περιπτώσεων με τη χρήση στατιστικών προγραμμάτων. Παράλληλα γίνονται εργαστήρια στην αίθουσα των Η/Υ για την εκμάθηση και εξάσκηση ανάλυσης δεδομένων σε SPSS.

Μέθοδοι αξιολόγησης / βαθμολόγησης:

Η εξέταση του μαθήματος θα γίνει μέσω μιας τελικής γραπτής εξέτασης στη θεωρία (70%) και στο εργαστήριο στη χρήση SPSS (30%).

ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 5623

Τύπος του μαθήματος: Υποχρεωτικό Μάθημα

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 1 έτος

Εξάμηνο σπουδών: 2^ο εξάμηνο (Εαρινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος/διδασκόντων: Φλ. Κοκκινάκη, Χ. Σαριδάκης



Περιεχόμενο του μαθήματος: Η Συμπεριφορά Καταναλωτή ασχολείται με τη μελέτη των διαδικασιών μέσω των οποίων άτομα ή ομάδες ατόμων αναζητούν, επιλέγουν και αγοράζουν, χρησιμοποιούν και αξιολογούν προϊόντα και υπηρεσίες ώστε να ικανοποιήσουν τις ανάγκες και τις επιθυμίες τους. Στόχος του μαθήματος είναι να κατανοήσουν οι φοιτητές το αντικείμενο και τις μεθόδους αυτού του επιστημονικού πεδίου και να γνωρίσουν τις κλασικές και σύγχρονες θεωρητικές και εμπειρικές προσεγγίσεις στη μελέτη της συμπεριφοράς του καταναλωτή και τη σημασία τους για τη χάραξη αποτελεσματικών στρατηγικών μάρκετινγκ. Στο μάθημα εξετάζονται οι ακόλουθες θεματικές ενότητες:

- I. Εισαγωγή στη Συμπεριφορά Καταναλωτή: έννοια, ερευνητικές μέθοδοι, συγγενείς κλάδοι, σχέση με το μάρκετινγκ.
- II. Εξωτερικές επιδράσεις καταναλωτικής συμπεριφοράς: δημογραφικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά, αξίες, κουλτούρα, ομάδες αναφοράς, καθοδηγητές γνώμης.
- III. Εσωτερικές διαδικασίες: επεξεργασία πληροφοριών, αντίληψη, μάθηση, μνήμη, κίνητρα, αυτο-εικόνα, προσωπικότητα, τρόπος ζωής (lifestyle), στάσεις, συναισθήματα.
- IV. Θεωρία και μέθοδοι τμηματοποίησης της αγοράς καταναλωτών.
- V. Διαδικασίες λήψης αγοραστικών αποφάσεων: Στάδια λήψης αγοραστικών αποφάσεων, τύποι αγοραστικών αποφάσεων, ανάμειξη καταναλωτή και διαδικασίες λήψης αγοραστικών αποφάσεων.
- VI. Μετα-αγοραστική συμπεριφορά.
- VII. Προστασία καταναλωτή: άσκηση πολιτικής προστασίας του καταναλωτή, κρατικοί οργανισμοί και ενώσεις προστασίας καταναλωτών, ρυθμιστικά πλαίσια και νομοθεσία.

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα: Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές θα πρέπει:

- I. Να γνωρίζουν το αντικείμενο και τις μεθόδους της συμπεριφοράς καταναλωτή.
- II. Να είναι σε θέση να αξιολογήσουν τις διαφορετικές θεωρητικές και εμπειρικές προσεγγίσεις.
- III. Να κατανοούν, ειδικότερα, τις διαδικασίες μέσω των οποίων οι καταναλωτές αναζητούν και αξιολογούν τις διαθέσιμες επιλογές και διαμορφώνουν τις προτιμήσεις τους.
- IV. Να κατανοούν τη σημασία της συμπεριφοράς του καταναλωτή για τον σχεδιασμό αποτελεσματικών ενεργειών μάρκετινγκ.
- V. Να κατανοούν τους τρόπους με τους οποίους οι στρατηγικές μάρκετινγκ επηρεάζουν τη συμπεριφορά του καταναλωτή.

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη:

- Κοκκινάκη Φ. (2023). Συμπεριφορά Καταναλωτή. Gutenberg. (Επιστημονική Επιμέλεια της μετάφρασης στα Ελληνικά του βιβλίου 'Schiffman, L., & Wisenblit, J. L. (2018). Consumer Behavior, 12th Edition. Pearson') [προτεινόμενο σύγγραμμα]
- Μπάλας, Γ. & Παπασταθοπούλου, Π. (2021), Συμπεριφορά Καταναλωτή, 3η Έκδοση, Εκδόσεις Rosili [προτεινόμενο σύγγραμμα]

Άλλη βιβλιογραφία:

- Engel, J. F., Blackwell, R. D. & Miniard, P. W. (1995). Consumer Behavior, 8th Ed. Orlando, FL: The Dryden Press.
- Haugtvedt, C. P., Herr, P. M., & Kardes, F. R. (Eds) (2008). Handbook of Consumer Psychology. NY: Taylor and Francis.



- Hoyer, W., D., MacInnis, D. J., & Pieters, R. (2018). Consumer Behavior, 7th Ed. Boston, MA: Cengage. Kardes, F., Cronley, M., & Cline, T. (2011). Consumer Behavior. Mason, OH: South Western.
- Mothersbaugh, D. L., Hawkins, D. I., & Kleiser, S. B. (2020). Consumer Behavior: Building Marketing Strategy, 14th Ed. New York: McGraw-Hill.
- Peter, J. P., & Olson, J. (2009). Consumer Behavior and Marketing Strategy, 9th Ed. New York: McGraw- Hill
- Robertson, T. S. & Kassirjian, H. H. (1991). Handbook of Consumer Behavior. Englewood Cliffs, NJ. Prentice Hall.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). Consumer Behavior, 12th Ed. Upper Saddle River, NJ : Pearson Schiffman, I. G., Kanouk, L. L., & Hansen, H. (2008). Consumer Behaviour: A European Outlook, 9th Edition. Harlow, UK: Pearson.
- Solomon, M. R. (2018). Consumer Behavior: Buying, Having and Being, 12th Ed. (Global Edition). Harlow, UK: Pearson.
- Solomon, M. R., Bamossy, G., Askegaard, S., & Hogg, M. K. (2010). Consumer Behaviour: A European Perspective, 4th Ed. Harlow, UK: Pearson.

Τρόπος παράδοσης μαθήματος και διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι: Διαλέξεις με διαδραστικό χαρακτήρα που περιλαμβάνουν παρουσίαση των κύριων θεωρητικών προσεγγίσεων και ανάλυση παραδειγμάτων και μελετών περιπτώσεων.

Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης: Τελική γραπτή εξέταση. Τα θέματα απαιτούν σύντομες απαντήσεις ή επιλογή μεταξύ πολλαπλών επιλογών. Η υψηλή επίδοση προϋποθέτει την καλή και σε βάθος κατανόηση του περιεχομένου του μαθήματος, αναλυτική και κριτική ικανότητα και δυνατότητα συνδυασμού και εφαρμογής του θεωρητικού περιεχομένου σε πραγματικές καταστάσεις και προβλήματα.

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 5636

Τύπος του μαθήματος: Υποχρεωτικό Μάθημα

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 2^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 3^ο εξάμηνο (Χειμερινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος: Χ. Σαριδάκης, Φλ. Κοκκινάκη

Περιεχόμενο του μαθήματος: Στόχος του μαθήματος είναι να αναγνωρίσει ο φοιτητής τη στενή σχέση μεταξύ διαφημιστικής στρατηγικής και στρατηγικής μάρκετινγκ και να κατανοήσει τους μηχανισμούς που καθορίζουν την αποτελεσματικότητα ενός διαφημιστικού προγράμματος. Το μάθημα επικεντρώνεται στις σύγχρονες ερευνητικές προσεγγίσεις στη μελέτη της διαφήμισης (ιεραρχικά μοντέλα της διαφήμισης, διαφήμιση σε συνθήκες υψηλής και χαμηλής ανάμιξης, μοντέλα στόχων-στρατηγικής και σχεδιασμού) και εξετάζει σε βάθος τόσο τη στρατηγική (ολοκληρωμένη επικοινωνιακή στρατηγική μάρκετινγκ, στόχοι, στρατηγική μηνύματος, προϋπολογισμός, σχεδιασμός μέσων και μέτρηση αποτελεσματικότητας) όσο και τη δημιουργική πλευρά της διαφήμισης (δημιουργικός σχεδιασμός, ανάπτυξη, τεχνικές, είδη επικλήσεων). Επίσης, γίνεται ενδελεχής παρουσίαση της διαφήμισης στο διαδίκτυο, στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και σε άλλα ψηφιακά μέσα.



Έμφαση δίνεται επίσης στη διοίκηση της διαφήμισης τόσο από την πλευρά των πελατών όσο και από την πλευρά των διαφημιστικών εταιρειών.

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα: Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές θα πρέπει:

- I. Να γνωρίζουν τις διαφορετικές θεωρητικές και εμπειρικές προσεγγίσεις στη μελέτη της διαφήμισης.
- II. Να μπορούν να αξιολογήσουν και να χρησιμοποιήσουν τα θεωρητικά εργαλεία ανάπτυξης της διαφημιστικής στρατηγικής.
- III. Να κατανοούν τις διαδικασίες διοίκησης της διαφήμισης και τους διακριτούς ρόλους που εμπλέκονται σε αυτές.
- IV. Να γνωρίζουν πώς να σχεδιάσουν, να αναπτύξουν, να εκτελέσουν και να αξιολογήσουν ένα αποτελεσματικό διαφημιστικό πρόγραμμα.

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη:

- *Arens, v. W., Arens, C., & Weigold, M. (2014). Αποτελεσματική Διαφήμιση. Αθήνα: Rosili.*
- *Ζώτος, Γ., Ζώτου Α., Κυρούση Α., Μπουτσούκη Χ., Πάλλα Π., Χατζηθωμάς Λ., (2018). Διαφήμιση: Σχεδιασμός, Ανάπτυξη, Αποτελεσματικότητα (6η έκδ.). Θεσσαλονίκη: University Studio Press.*

Άλλα συγγράμματα:

- *Arens, W. F. , Arens, C., & Weigold, M. F. (2017). M: Advertising (3rd Ed.). New York: McGraw-Hill.*
- *Belch, G. E., & Belch, M. A. (2017). Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective (11th Ed.). New York: McGraw-Hill.*
- *Katz, H. (2017). The Media Handbook: A Complete Guide to Advertising Media Selection, Planning, Research, and Buying (6th Ed.). New York: Routledge, Taylor & Francis Group.*
- *Lane R. W., King, K., & Reichert, T. (2010). Kleppner's Advertising Procedure (18th Ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.*
- *Moriarty S., Mitchell N., Wood C., & Wells W. (2019). Advertising & IMC: Principles and Practice (11th Ed.). Pearson.*
- *Rossiter J. R. & Percy L. (1997). Advertising Communications and Promotion Management (2nd Ed.). New York: McGraw Hill.*
- *Sissors J. Z. and Baron R. B. (2010), Advertising Media Planning, (7th Ed.). New York: McGraw-Hill.*

Τρόπος παράδοσης μαθήματος και διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι: Διαλέξεις με διαδραστικό χαρακτήρα, που περιλαμβάνουν παρουσίαση των θεωρητικών προσεγγίσεων και ανάλυση παραδειγμάτων και μελετών περιπτώσεων.

Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης: Τελική γραπτή εξέταση. Τα θέματα απαιτούν σύντομες απαντήσεις ή επιλογή μεταξύ πολλαπλών επιλογών. Η υψηλή επίδοση προϋποθέτει την καλή και σε βάθος κατανόηση του περιεχομένου του μαθήματος, αναλυτική και κριτική ικανότητα και δυνατότητα συνδυασμού και εφαρμογής του θεωρητικού περιεχομένου σε πραγματικές καταστάσεις και προβλήματα.



ΕΡΕΥΝΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 5634

Τύπος του μαθήματος: Υποχρεωτικό Μάθημα

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 2^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 3^ο εξάμηνο (Χειμερινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος: Β. Σταθακόπουλος

Περιεχόμενο του μαθήματος: Το μάθημα αυτό αποσκοπεί στο να δώσει στους φοιτητές τα απαραίτητα εργαλεία που απαιτούνται ώστε να γίνετε ένας ευφυής χρήστης της έρευνας αγοράς. Ο στόχος του μαθήματος είναι να κατανοήσουν οι φοιτητές με σαφή τρόπο τη λογική της έρευνας μάρκετινγκ, τους διάφορους τύπους της έρευνας μάρκετινγκ, τη διαδικασία της έρευνας μάρκετινγκ και το ρόλο που διαδραματίζει η έρευνα μάρκετινγκ στη λήψη αποφάσεων. Συνεπώς, μεγάλο μέρος του μαθήματος θα αφιερωθεί στη μεθοδολογία διεξαγωγής μιας ολοκληρωμένης έρευνας αγοράς.

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα: Με την ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές θα πρέπει να έχουν:

- I. Βελτιώσει τις ικανότητές τους στον σωστό ορισμό του ερευνητικού προβλήματος. Μόνο όταν το ερευνητικό πρόβλημα έχει οριστεί με σωστό τρόπο, τα αποτελέσματα της έρευνας θα αποδειχθούν χρήσιμα,
- II. Αναπτύξει τις ικανότητές τους να αξιολογούν κριτικά διαφορετικές ερευνητικές προσεγγίσεις και μεθοδολογίες και να επιλέγουν την πλέον κατάλληλη μεθοδολογία για κάθε περίπτωση,
- III. Αποκτήσει τις απαραίτητες δεξιότητες ώστε να υλοποιήσουν με επιτυχία μία έρευνα αγοράς - ορισμός του προβλήματος, σχεδιασμός εργαλείου συλλογής στοιχείων, επιλογή μεθόδου δειγματοληψίας, συλλογή στοιχείων, ανάλυση στοιχείων και σύνταξη αναφοράς των αποτελεσμάτων,
- IV. Εξοικειωθεί με τις διάφορες τεχνικές και μεθοδολογίες ανάλυσης στοιχείων, που χρησιμοποιούνται στην έρευνα αγοράς.

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη:

- I. Σταθακόπουλος Β. (2005). *Μέθοδοι Έρευνας Αγοράς*, Εκδόσεις Σταμούλη.
- II. Σιώμκος Γ. & Κ. Βασιλοπούλου (2005). *Εφαρμογή Μεθόδων Ανάλυσης Στην Έρευνα Αγοράς*, Εκδόσεις Σταμούλη.

Τρόπος παράδοσης μαθήματος και διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι: Διαλέξεις με διαδραστικό χαρακτήρα και ομαδική εργασία.

Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης:

Γραπτή εξέταση: 70%.

Οι ερωτήσεις ζητούν εκτενείς γραπτές απαντήσεις και προϋποθέτουν καλή και σε βάθος κατανόηση του περιεχομένου του μαθήματος, χρήση αναλυτικής ικανότητας και δυνατότητα εφαρμογής της θεωρίας στην πράξη.

Ομαδική Εργασία: 30%

Μια ομαδική εργασία απαιτεί από τους φοιτητές να εκπονήσουν μια ολοκληρωμένη έρευνα αγοράς.



ΛΗΨΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 5133

Τύπος του μαθήματος: Υποχρεωτικό Μάθημα

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 2^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 3^ο εξάμηνο (Χειμερινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος/διδασκόντων: Π.Ρεπούσης

Περιεχόμενο του μαθήματος: Το μάθημα αυτό εισάγει τους φοιτητές στην επιχειρησιακή έρευνα και αποβλέπει να παρουσιάσει τη διαδικασία λήψης αποφάσεων και την εφαρμογή της σε περίπλοκα επιχειρηματικά προβλήματα. Συγκεκριμένα, ασχολείται με τη δημιουργία εννοιολογικών υποβάθρων, μαθηματικών προτύπων (π.χ. μοντέλα, μεθοδολογίες, τεχνικές, έννοιες, συστήματα κ.α.) και την ανάπτυξη εργαλείων που μας βοηθούν στην συστηματική ανάπτυξη και εφαρμογή της αναλυτικής ικανότητας για λήψη αποφάσεων. Επίσης, συνδέει αυτή την ικανότητα με τις διοικητικές ικανότητες και τη γνώση της τεχνολογίας, ενώ παράλληλα δίνει πρότυπα παραδείγματα της διαδικασίας λήψης αποφάσεων σε πραγματικές περιπτώσεις επιχειρήσεων. Το μάθημα δίνει έμφαση στην εξέταση και κατανόηση διάφορων μοντέλων, τις εφαρμογές τους στους διάφορους τομείς της επιχείρησης, τη διαισθητική και οικονομική τους σημασία στη λήψη αποφάσεων και την αξιοποίηση της πληροφορικής στη λήψη αποφάσεων. Το μάθημα καλύπτει τρεις κύριες κατηγορίες μοντέλων, ήτοι Γραμμικός Προγραμματισμός, Ακέραιος Προγραμματισμός και Δέντρα Αποφάσεων, ενώ παράλληλα γίνεται αναφορά σε μοντέλα Προσομοίωσης και Πολυκριτηριακής Ανάλυσης. Σε κάθε ενότητα ο φοιτητής, εκτός από την μεθοδολογία, θα εκτεθεί σε μία σειρά από εφαρμογές λογισμικού βασισμένες στο Microsoft Excel και θα έχει την ευκαιρία να εφαρμόσει τις γνώσεις του σε διάφορα προβλήματα.

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα: Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές θα πρέπει:

- I. Να διατυπώνουν ένα πρόβλημα απόφασης (αντικειμενική συνάρτηση, παράμετροι και μεταβλητές απόφασης) σε ένα ευρύ φάσμα επιχειρησιακών προβλημάτων.
- II. Να επιλέγουν την κατάλληλη τεχνική επίλυσης ενός προβλήματος απόφασης ανάλογα με τη φύση του, τα διαθέσιμα δεδομένα, την υπάρχουσα τεχνολογική υποδομή.
- III. Να διατυπώνουν μοντέλα και μαθηματικά υποδείγματα.
- IV. Να πραγματοποιούν αναλύσεις ευαισθησίας και να διερευνά με συστηματικό τρόπο εναλλακτικές αποφάσεις.
- V. Να χρησιμοποιούν για τη μοντελοποίηση, την ανάλυση και την επίλυση προβλημάτων το Microsoft Excel ή/και άλλες εμπορικές ή ανοιχτού τύπου εφαρμογές λογισμικού (π.χ. Excel Solver, Precision Tree, Expert Choice, @Risk κ.α.)

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη:

- I. Πραστάκος, Γ. (2002). *Διοικητική Επιστήμη: Λήψη Επιχειρηματικών Αποφάσεων στην Κοινωνία της Πληροφορίας*, Εκδόσεις Σταμούλη.
- II. Πραστάκος, Γ. (2005). *Διοικητική Επιστήμη στην Πράξη: Εφαρμογές στη Σύγχρονη Επιχείρηση*, Εκδόσεις Σταμούλη.
- III. Balakrishnan N. and Render B. (2012). *Managerial Decision Modeling with Spreadsheets*, Pearsons, USA.

Τρόπος παράδοσης μαθήματος και διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι:

Διαλέξεις για τη θεωρία, τη μοντελοποίηση και την εφαρμογή των μεθόδων και τεχνικών για την επίλυση προβλημάτων.



Εργαστήριο για τη εισαγωγή στη χρήση του σχετικού λογισμικού.

Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης

Γραπτή εξέταση: 70%.

Επίλυση ασκήσεων που προϋποθέτουν την κατανόηση των διαφορετικών θεματικών περιοχών του μαθήματος και αναλυτική ικανότητα.

Εργαστηριακή εξέταση: 30%

Επίλυση ασκήσεων με χρήση εμπορικού και ανοιχτού τύπου λογισμικού.

ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ Ι

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 5513

Τύπος του μαθήματος: Υποχρεωτικό Μάθημα

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 2^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 3^ο εξάμηνο (Χειμερινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος: Χ. Τζόβας

Περιεχόμενο του μαθήματος: Βασικές λογιστικές έννοιες: λογιστική οντότητα, λογιστική ισότητα, λογιστικό γεγονός, λογιστικό έτος, λογιστικό αποτέλεσμα, λογαριασμός. Ορισμός ενεργητικού, παθητικού και καθαρής θέσης. Το λογιστικό κύκλωμα των οικονομικών μονάδων: καταχώρηση στα λογιστικά βιβλία, λογιστικά σφάλματα, ισοζύγια, προσαρμογή λογαριασμών, προσδιορισμός οικονομικών αποτελεσμάτων, αποτελέσματα χρήσης και ισολογισμός. Απογραφή και αποτίμηση αποθεμάτων. Απόκτηση και αποτίμηση παγίων στοιχείων, αποσβέσεις.

Επιδιδωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα: Σκοπός του μαθήματος είναι να εξοικειώσει τον φοιτητή με τις βασικές λογιστικές καταστάσεις και τον τρόπο κατάρτισής τους καθώς και με τις βασικές λογιστικές τεχνικές και έννοιες. Στο πλαίσιο του μαθήματος θα παρουσιαστούν τα παρακάτω θέματα:

1. Εισαγωγή στην Χρηματοοικονομική Λογιστική. Θεσμικό Πλαίσιο. Γενικά Παραδεκτές Λογιστικές Αρχές. Λογιστική Ταυτότητα & Λογιστικές Καταστάσεις (Ισολογισμός, Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσεως, Κατάσταση Συνολικών Αποτελεσμάτων Χρήσεως, Κατάσταση Μεταβολών Ιδίων Κεφαλαίων)
2. Λογαριασμός (Έννοια & Τεχνικές Λειτουργίας των Λογαριασμών)
3. Λογιστικό Κύκλωμα (Ημερολόγιο, Καθολικό, Ισοζύγια, Εγγραφές Προσαρμογής των Λογαριασμών, Εγγραφές Προσδιορισμού του Αποτελέσματος, Εγγραφές Διάθεσης των Αποτελεσμάτων, Εγγραφές Κλεισίματος των Βιβλίων)
4. Λογιστική Παγίων
5. Λογιστική αποθεμάτων

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη:

- “Χρηματοοικονομική Λογιστική, International Financial Reporting Standards”, Δ.Γκίκας, Α.Παππαδάκη, Γ.Σιουγλέ, Ε. Δεμοιράκος, Χ.Τζόβας, Ε΄ Έκδοση, Εκδόσεις Ε. Μπένου, 2016,
- «Χρηματοοικονομική λογιστική», Α.Μπάλλα κ΄ Δ.Χεβα, Δ΄ έκδοση, Εκδόσεις Ε. Μπένου, 2016.
- «Intermediate Accounting», Volumes 1 and II, IFRS edition, D.E. Kieso, J.J. Weygandt and T.D.Warfield, John Wiley & Sons., (2011)



- «Financial Accounting, International Accounting Standards», W.T. Harrison Jr., C.T.Horngrern, C.W. Thomas and T. Suwardy, , 9th edition, Pearson, (2014), .
- Σημειώσεις αναρτημένες στο e-class

Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης

Ο τελικός βαθμός ισούται με τον βαθμό της τελικής εξέτασης (0-10). Η εξέταση περιλαμβάνει επίλυση προβλημάτων και διενεργείται με κλειστά βιβλία.

ΠΟΣΟΤΙΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ II

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 5122

Τύπος του μαθήματος: Υποχρεωτικό Μάθημα

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 2^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 3ο Εξάμηνο (Χειμερινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος/διδασκόντων: Κ. Καμινάκης, Η. Μπαλαφούτης

Περιεχόμενο του μαθήματος: Το περιεχόμενο του μαθήματος περιλαμβάνει τις εξής θεματικές ενότητες: Γραμμική παλινδρόμηση και ανάλυση συσχέτισης. Πολλαπλή παλινδρόμηση και ανάπτυξη υποδειγμάτων. Ανάλυση διακύμανσης (ανάλυση διακύμανσης με ένα κριτήριο, ανάλυση διακύμανσης με δύο κριτήρια). Γενικά γραμμικά υποδείγματα. Χρήση στατιστικών προγραμμάτων (SPSS) για την ανάλυση δεδομένων. Παρουσίαση και συζήτηση πραγματικών επιχειρηματικών προβλημάτων.

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα: Με την επιτυχή συμπλήρωση του Μαθήματος «Ποσοτικές Μέθοδοι Ι» οι φοιτητές θα είναι σε θέση να:

- I. Καταλάβουν πώς ένα υπόδειγμα χρησιμοποιείται για να περιγράψει τη σχέση μεταξύ των διαφόρων μεταβλητών στα πλαίσια της οικονομικής θεωρίας, πώς εξειδικεύεται, και πώς οι μεταβλητές διακρίνονται σε εξαρτημένες και ανεξάρτητες
- II. Εφαρμόζουν τις ανάλογες στατιστικές μεθόδους (είτε απλές ή πιο προχωρημένες) προκειμένου να εκτιμήσουν τις παραμέτρους του υποδείγματος
- III. Κατανοούν και αναλύουν τις εκτυπώσεις των στατιστικών προγραμμάτων και να ερμηνεύουν τα αποτελέσματα
- IV. Γνωρίζουν πώς σε ένα υπόδειγμα, που περιγράφει σχέσεις μεταξύ ποσοτικών μεταβλητών, μπορούν να ενσωματώσουν και ποιοτικά χαρακτηριστικά με τη χρήση των ψευδομεταβλητών
- V. Χρησιμοποιήσουν το υπόδειγμα που εκτιμήθηκε για να κάνουν προβλέψεις
- VI. Αξιολογήσουν την προβλεπτική ικανότητα του υποδείγματος.

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη:

- Χαλικιάς, Ι. (2024), Στατιστική: Μέθοδοι ανάλυσης για επιχειρηματικές αποφάσεις (5η έκδοση), Rossili, Αθήνα
- Keller, G., Gaciu, N .(2023), Στατιστική για Οικονομικά και Διοίκηση Επιχειρήσεων, Broken Hill, Αθήνα

Τρόπος παράδοσης μαθήματος και διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι: Διαλέξεις με διαδραστικό χαρακτήρα, που συνδυάζουν αναλύσεις παραδειγμάτων και μελετών



περιπτώσεων με τη χρήση στατιστικών προγραμμάτων. Παράλληλα γίνονται εργαστήρια στην αίθουσα των Η/Υ για την εκμάθηση και εξάσκηση ανάλυσης δεδομένων σε SPSS.

Μέθοδοι αξιολόγησης / βαθμολόγησης: Η εξέταση του μαθήματος θα γίνει μέσω μιας τελικής γραπτής εξέτασης στην θεωρία (50%) και στο εργαστήριο στη χρήση SPSS (50%).

ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 5414

Τύπος του μαθήματος: Υποχρεωτικό Μάθημα

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 2ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 4ο εξάμηνο (Εαρινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος: Μ. Βακόλα

Περιεχόμενο του μαθήματος: Οι επιχειρήσεις και οι οργανισμοί λειτουργούν, αναπτύσσονται και καλούνται να επιβιώσουν μέσα σε ένα περιβάλλον ανταγωνιστικό και συνεχώς μεταβαλλόμενο. Αποτέλεσμα αυτού είναι ότι ο ανθρώπινος παράγοντας αποτελεί ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Το μάθημα αυτό στόχο έχει να εισάγει τους φοιτητές στις σύγχρονες προσεγγίσεις της διοίκησης ανθρώπινου δυναμικού. Πιο συγκεκριμένα, τα επιτυχημένα στελέχη όλων των ειδικοτήτων θα πρέπει να γνωρίζουν πώς να διοικήσουν αποτελεσματικά τους ανθρώπους. Το μάθημα παρουσιάζει τη στρατηγική διοίκηση ανθρώπινου δυναμικού και στη συνέχεια στόχο έχει να φέρει σε επαφή τους φοιτητές με όλες τις πρακτικές και διαδικασίες της ΔΑΔ όπως είναι η ανάλυση και η περιγραφή της θέσης εργασίας, η προσέλκυση και η επιλογή, η αξιολόγηση της απόδοσης, η εκπαίδευση και η ανάπτυξη κ.α

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα: Μετά την ολοκλήρωση του μαθήματος, οι συμμετέχοντες θα είναι σε θέση να:

- I. Αναγνωρίζουν τον ανθρωποκεντρικό προσανατολισμό μιας επιχείρησης,
- II. Επιλέγουν την ορθή διαδικασία προσέλκυσης και επιλογής ανθρώπινου δυναμικού με κριτήρια,
- III. Κατανοούν την ανάλυση και την περιγραφή της θέσης εργασίας,
- IV. Γνωρίζουν τη διαδικασία αξιολόγησης της απόδοσης,
- V. Κατανοούν την αποτελεσματική εκπαίδευση και ανάπτυξη ανθρώπινου δυναμικού.

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη:

- Armstrong, M., & Taylor, S. (2020). *Armstrong's Handbook of Human Resource Management Practice*. Kogan Page.
- Bratton, J., & Gold, J. (2017). *Human Resource Management: Theory and Practice*. Palgrave.
- Παπαλεξανδρή, Ν. και Μπουραντάς Δ. (2022). *Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού*, Εκδόσεις Μπένος.

Τρόπος παράδοσης μαθήματος και διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι:



Το μάθημα στηρίζεται σε διαδραστικές διαλέξεις, μελέτες περίπτωσης, ατομικές και ομαδικές ασκήσεις καθώς και στην παρουσία στελεχών της διοίκησης ανθρώπινου δυναμικού με σκοπό τη διάχυση της εμπειρίας και της γνώσης τους.

Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης

Το μάθημα αξιολογείται με εξετάσεις. Υπάρχει μια ομαδική εργασία προαιρετική και πριμοδοτική.

ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 5625

Τύπος του μαθήματος: Υποχρεωτικό

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 2^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 4^ο εξάμηνο (Εαρινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος/διδασκόντων: Β. Σταθακόπουλος

Περιεχόμενο του μαθήματος: Η διοίκηση και οργάνωση πωλήσεων περιλαμβάνει τρία αλληλένδετα στάδια: (1) το στάδιο του προγραμματισμού / σχεδιασμού του στρατηγικού προγράμματος πωλήσεων, (2) το στάδιο της υλοποίησης και εφαρμογής του προγράμματος πωλήσεων και (3) το στάδιο της αξιολόγησης και ελέγχου της απόδοσης των πωλήσεων. Ο σκοπός του μαθήματος είναι να δώσει στους φοιτητές μια ολοκληρωμένη εικόνα όλων των δραστηριοτήτων που περιλαμβάνονται σε κάθε στάδιο.

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα: Με την ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές θα πρέπει να έχουν:

- I. Κατανοήσει την σύνδεση του πλάνου πωλήσεων μιας εταιρείας με την στρατηγική μάρκετινγκ
- II. Γνωρίζουν τα τρία αλληλένδετα στάδια του στρατηγικού πλάνου πωλήσεων
- III. Σχεδιάζουν ένα αποτελεσματικό πλάνο πωλήσεων
- IV. Εφαρμόζουν ένα πλάνο πωλήσεων
- V. Αξιολογούν την απόδοση ενός πλάνου πωλήσεων

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη:

- I.Αυλωνίτης Γ. & Σταθακόπουλος, Β. (2008). Αποτελεσματική Οργάνωση και Διοίκηση Πωλήσεων, Εκδόσεις Σταμούλη.
- II.Γούναρης Σ. & Σταθακόπουλος, Β. (2006). Διοίκηση Στρατηγικών Σχέσεων, Εκδόσεις Σταμούλη.

Τρόπος παράδοσης μαθήματος και διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι: Διαλέξεις με διαδραστικό χαρακτήρα και ομαδική εργασία.

Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης:

Γραπτή εξέταση: 70%.

Οι ερωτήσεις ζητούν εκτενείς γραπτές απαντήσεις και προϋποθέτουν καλή και σε βάθος κατανόηση του περιεχομένου του μαθήματος, χρήση αναλυτικής ικανότητας και δυνατότητα εφαρμογής της θεωρίας στην πράξη.

Ομαδική Εργασία: 30%

Μια ομαδική εργασία απαιτεί από τους φοιτητές να εφαρμόσουν την θεωρία στην πράξη.



ΟΡΓΑΝΩΣΙΑΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 5412

Τύπος του μαθήματος: Υποχρεωτικό Μάθημα

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 2^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 4^ο εξάμηνο (Εαρινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος: Ε. Νικάνδρου

Περιεχόμενο του μαθήματος: Το μάθημα έχει σχεδιασθεί για να βοηθήσει στην καλύτερη κατανόηση της συμπεριφοράς των εργαζομένων και των κύριων θεμάτων που αφορούν την επιτυχημένη διοίκησή τους. Έχει σαν στόχο να βοηθήσει τους σπουδαστές να γίνουν αποτελεσματικά στελέχη και μάντζερς. Η Οργανωσιακή Συμπεριφορά είναι ο χώρος που ερευνά την επίδραση που έχουν τα άτομα, οι ομάδες και η δομή στη συμπεριφορά μέσα στις επιχειρήσεις και εφαρμόζει αυτήν τη γνώση για να κάνει τις επιχειρήσεις πιο αποτελεσματικές. Ειδικότερα, θα αναπτυχθούν τα θέματα της αντίληψης, της συναισθηματικής νοημοσύνης, της παρακίνησης, της ηγεσίας, των ομάδων, καθώς και σύγχρονοι προβληματισμοί πάνω στη διοίκηση των εργαζομένων όπως, ενδυνάμωση, πνευματικότητα στην εργασία, χάσμα γενεών στον εργασιακό χώρο και άλλα.

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα: Μετά το τέλος του μαθήματος, οι σπουδαστές θα είναι σε θέση να:

- I. Γνωρίζουν τις θεωρίες και τις έννοιες του επιστημονικού πεδίου της οργανωσιακής συμπεριφοράς.
- II. Μελετούν και να κατανοούν στάσεις, συναισθήματα και συμπεριφορές σε ατομικό και ομαδικό επίπεδο στον εργασιακό χώρο.
- III. Αναγνωρίζουν σε βάθος την πολυπλοκότητα των παραγόντων που επηρεάζουν την ανθρώπινη συμπεριφορά σε ατομικό και ομαδικό επίπεδο.
- IV. Αναπτύξουν ικανότητες χειρισμού θεμάτων σε σχέση με τη συμπεριφορά και την απόδοση στην εργασία.

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη:

- Βακόλα, Μ. Νικολάου, Ι. (2019), Οργανωσιακή Ψυχολογία και Συμπεριφορά, 2^η έκδοση, εκδόσεις Rosilli, Αθήνα.
- Greenberg J., Baron A. R., Αντωνίου Α.Σ. (επιμ. - μετ.) (2013), Οργανωσιακή Ψυχολογία και Συμπεριφορά, εκδ. Γ. Δαρδανός και Σια, Αθήνα.

Τρόπος παράδοσης μαθήματος και διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι: Το μάθημα θα βασισθεί σε μικρές διαλέξεις, ενώ παράλληλα θα χρησιμοποιηθούν πολλές και διαφορετικές εκπαιδευτικές μέθοδοι, όπως ομαδικές ασκήσεις, μελέτες περιπτώσεων (case studies), παρουσιάσεις, videοταινίες, παίξιμο ρόλων, αυτοδιαγνωστικά τεστς, ώστε να αποσαφηνίζονται και να υποστηρίζονται οι θεωρητικές έννοιες.

Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης:

Γραπτή Εξέταση: 75%

Τα θέματα στη γραπτή εξέταση θα απαιτούν από τους σπουδαστές εις βάθος γνώση των θεμάτων που έχουν αναπτυχθεί στο μάθημα και κριτικό στοχασμό.

Γραπτή Εργασία και Παρουσιάσεις: 25%



Δύο ομαδικές εργασίες που αφορούν κριτικό αναστοχασμό σε θέματα και έννοιες που έχουν συζητηθεί κατά τη διάρκεια του μαθήματος. Η μια εργασία έχει σχεδιασθεί για να βοηθήσει τους σπουδαστές να συνθέσουν τις έννοιες και τη θεωρία που θα διδαχθούν στο μάθημα με την εμπειρία της εργασίας μέσα σε μια ομάδα. Η δεύτερη εργασία στοχεύει στο να αναπτύξει στους σπουδαστές την ικανότητα να μαθαίνουν μέσα από την ακαδημαϊκή έρευνα και γνώση. Οι ομάδες αναζητούν ακαδημαϊκό και εκπαιδευτικό υλικό στις θεματικές ενότητες του μαθήματος, συνθέτουν και παρουσιάζουν το υλικό τόσο γραπτά όσο και μέσα από παρουσιάσεις.



ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ ΙΙ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 5514

Τύπος του μαθήματος: Υποχρεωτικό Μάθημα

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 2^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 4^ο εξάμηνο (Εαρινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος: Χ. Τζόβας

Περιεχόμενο του μαθήματος: Το περιεχόμενο του μαθήματος περιλαμβάνει τις ακόλουθες θεματικές ενότητες:

1. Αποθέματα
2. Απαιτήσεις
3. Ενσώματα και Άυλα Πάγια Στοιχεία
4. Χρηματοοικονομικές Μισθώσεις
5. Χρηματοοικονομικά Στοιχεία Ισολογισμού
6. Ανάλυση Λογιστικών Καταστάσεων

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα: Μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές θα είναι σε θέση να χειρίζονται λογιστικά τα αποθέματα, τις απαιτήσεις, τα ενσώματα και άυλα πάγια στοιχεία, τις χρηματοοικονομικές μισθώσεις και τα χρηματοοικονομικά στοιχεία του ενεργητικού και να χρησιμοποιούν τις οικονομικές καταστάσεις για τη χρηματοοικονομική ανάλυση των επιχειρήσεων.

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη:

Γκίκας, Παπαδάκη, Σιουγλέ, Δεμοιράκος και Τζόβας (2016). Χρηματοοικονομική Λογιστική: International Financial Reporting Standards. Εκδόσεις Μπένου.

Μπάλλας και Χέβας (2016). Χρηματοοικονομική Λογιστική. Εκδόσεις Μπένου.

Τρόπος παράδοσης μαθήματος και διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι: Διαλέξεις που συνδυάζουν τη θεωρητική ανάλυση των λογιστικών εννοιών με την πρακτική εφαρμογή και επίλυση σημαντικού αριθμού ασκήσεων και προβλημάτων.

Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης:

Γραπτή εξέταση: 100%

Η γραπτή εξέταση περιλαμβάνει 4 θέματα ασκήσεων, που βασίζονται στη διδακτέα ύλη του μαθήματος.

ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ Ι (ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ)

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 2416

Τύπος του μαθήματος: Υποχρεωτικό Μάθημα

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 2^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 4^ο εξάμηνο (Εαρινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος/διδασκόντων: Εντεταλμένοι διδάσκοντες

Περιεχόμενο του μαθήματος

Το παρόν μάθημα αποτελεί μία εισαγωγική τοποθέτηση στο χώρο της «Χρηματοδοτικής Διοίκησης». Ειδικότερα, αναφερόμαστε στην λειτουργία της Επιχείρησης, δίνοντας έμφαση στο σχεδιασμό και τη διαδικασία λήψης των Χρηματοοικονομικών Αποφάσεων που είναι



άμεσα συνδεδεμένες με αυτή και αφορούν στην υλοποίηση επενδυτικών σχεδίων, καθώς επίσης και στις πηγές χρηματοδότησης οι οποίες χρησιμοποιούνται για την υλοποίηση αυτών. Τα βασικά κριτήρια αξιολόγησης επενδύσεων και η μεθοδολογία αξιολόγησης επενδυτικών σχεδίων αναλύονται εκτενώς μέσα από μελέτες περιπτώσεων.

Προαπαιτήσεις

Καμία

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα:

- I. Η αφομοίωση των δομικών εννοιών της Χρηματοδοτικής Διοίκησης και της αξίας του χρήματος από τον σπουδαστή, κατά τρόπο περιγραφικό και πρακτικό
- II. Η κατανόηση των εννοιών της Κ.Π.Α. και του Ε.Β.Α. ως βασικά κριτήρια αποτίμησης επενδυτικών σχεδίων
- III. Προσδιορισμός του Κόστους Κεφαλαίου από διαφορετικές πηγές Χρηματοδότησης και υπολογισμός του Μέσου Σταθμικού Κόστους Κεφαλαίου.
- IV. Η εκμάθηση της διαδικασίας αξιολόγησης επενδυτικών σχεδίων και του προσδιορισμού της Αξίας των Επιχειρήσεων και των Μετόχων μέσα από το μοντέλο προεξόφλησης Κ.Τ.Ρ.

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη

- Α.Α.Δράκος, Γ. Α. Καραθανάσης, (2019), «Χρηματοοικονομική Διοίκηση Επιχειρήσεων», Γ΄ Έκδοση, Εκδόσεις Ευγ. Μπένου.
- Μελέτες Περίπτωσης, Εργαστηριακές Ασκήσεις, Σημειώσεις Διδάσκοντα

Διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι

Διαλέξεις θεωρητικού / πρακτικού μέρους, ανάλυση Μελετών Περίπτωσης

Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης

Γραπτή εξέταση

ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 5738

Τύπος του μαθήματος: Υποχρεωτικό

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 3^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 5^ο εξάμηνο (Χειμερινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος/διδασκόντων: Κ. Καμινάκης, Α. Ευαγγελάτος, Δ. Λυμπερόπουλος

Περιεχόμενο του μαθήματος: Το περιεχόμενο του μαθήματος περιλαμβάνει τις εξής βασικές θεματικές ενότητες:

- I. Σκοπός, Ρόλος και Λειτουργία της Εταιρικής Επικοινωνίας.
- II. Διαχείριση της επικοινωνίας με τις Ομάδες Κοινού.
- III. Εταιρική Ταυτότητα, Εικόνα και Φήμη και Διαχείριση της Εταιρικής Οπτικής Ταυτότητας
- IV. Επικοινωνιακή Στρατηγική
- V. Έρευνα και Αξιολόγηση της εταιρικής επικοινωνίας
- VI. Σχεδιασμός επικοινωνιακής καμπάνιας.
- VII. Προγραμματισμός έργου, για την παρακολούθηση επικοινωνιακής καμπάνιας με χρήση λογισμικού (MsProject) .
- VIII. Επικοινωνία με τους Εργαζόμενους



- IX.Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.
X.Κοινωνικά μέσα και εταιρική επικοινωνία.

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα: Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι συμμετέχοντες θα πρέπει:

- I.Να κατανοήσουν την λειτουργία καθώς και την σημαντικότητα της εταιρικής επικοινωνίας σε μια επιχείρηση ή έναν οργανισμό.
- II.Να αναγνωρίσουν και να διαχειριστούν τις διάφορες ενδιαφερόμενες ομάδες για επικοινωνία της επιχείρησης ή του οργανισμού.
- III.Να αναγνωρίζουν και να περιγράφουν τις βασικές διαστάσεις, που χαρακτηρίζουν και διαφοροποιούν τις έννοιες της εταιρικής ταυτότητας, εικόνας και φήμης, στα πλαίσια ενός οργανισμού/επιχείρησης.
- IV.Να αναγνωρίζουν και να αναλύουν τα συστατικά στοιχεία της εταιρικής οπτικής ταυτότητας και να σχεδιάζουν διαδικασίες για την αποτελεσματική διοίκησή της.
- V.Να κατανοήσουν το περιεχόμενο και τις διαδικασίες του σχεδιασμού της επικοινωνιακής στρατηγικής μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού.
- VI.Να αναγνωρίζουν τα διακριτά στάδια σχεδιασμού μιας επικοινωνιακής καμπάνιας και να σχεδιάζουν κάθε στάδιο μιας καμπάνιας, στο πλαίσιο των ιδιαίτερων συνθηκών μιας μελέτης περίπτωσης.
- VII.Να κατανοήσουν τα νέα μέσα (new media) εταιρικής επικοινωνίας όπως τους ιστότοπους (web sites) και τα κοινωνικά δίκτυα (social media), καθώς και την επίδραση που αυτά έχουν στην εταιρική επικοινωνιακή στρατηγική.

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη

- Cornelissen, J. (2016), Εταιρική Επικοινωνία - Οδηγός Θεωρίας και Πρακτικής, Δίαυλος.
- Μηλιός Ανδρέας, 2020, ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΕΙΚΟΝΑ - ΑΠΟ ΤΟΝ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟ ΣΤΗΝ ΕΠΙΤΥΧΙΑ, Κριτική.
- Wilcox D. & Cameron Gl. (2014). Δημόσιες Σχέσεις, Εκδόσεις Ίων.
- Μάγγου Μαριάννα, 2014, Εισαγωγή στο Πρόγραμμα σχεδίασης και διαχείρισης έργων Microsoft Project, Σημειώσεις παραδόσεων ΟΠΑ.
- Σημειώσεις διδασκόντων.

Τρόπος παράδοσης μαθήματος και διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι:

Το μάθημα βασίζεται σε διαλέξεις, μελέτες περιπτώσεων, ανάλυση παραδειγμάτων και περιλαμβάνει υποχρεωτικές ομαδικές εργασίες, καθώς και εργαστήριο υπολογιστών.

Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης

Γραπτή, ατομική εξέταση. Υποχρεωτικές ατομικές και ομαδικές εργασίες.

ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΗΘΙΚΗ ΚΑΙ ΥΠΕΥΘΥΝΟΤΗΤΑ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 5781

Τύπος του μαθήματος: Υποχρεωτικό Μάθημα

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 3^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 5^ο εξάμηνο (Χειμερινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος: Λ. Παναγιωτοπούλου



Περιεχόμενο του μαθήματος: Καθώς οι επιχειρήσεις και οι διακυβερνήσεις ξεπερνούν τα σύνορα χωρών, και οι κοινωνίες αλληλεπιδρούν με τη χρήση της σύγχρονης τεχνολογίας σε παγκόσμιο επίπεδο, η σχέση μεταξύ επιχειρήσεων, διακυβερνήσεων και κοινωνιών γίνεται όλο και πιο πολύπλοκη και ο ρόλος της ηθικής και της υπευθυνότητας σε αυτή τη σχέση όλο και πιο σημαντικός. Στόχος του μαθήματος είναι οι συμμετέχοντες να μάθουν να σκέφτονται με πλαίσιο αυτή τη πολύπλοκη σχέση και να καταλάβουν γιατί και πώς στις αποφάσεις τους σαν μάνατζερς πρέπει να λαμβάνουν υπ' όψη αρχές ηθικής και υπευθυνότητας. Για τον λόγο αυτό το μάθημα έχει τις εξής ενότητες.

A. Έμφαση στη θεωρία της Εταιρικής Υπευθυνότητας

Ηθική -Εταιρική Ηθική -Εταιρική Κουλτούρα

Αειφορία -Εταιρική Υπευθυνότητα/Κοινωνική Ευθύνη/Διακυβέρνηση: Οι έννοιες και οι μεταξύ τους σχέσεις

Το παγκόσμιο περιβάλλον: Οικονομικοί-πολιτικοί-τεχνολογικοί παράγοντες

Έννοιες και διαστάσεις της εταιρικής υπευθυνότητας

-Περιβαλλοντική Υπευθυνότητα

-Ανθρώπινα και εργασιακά δικαιώματα

-Υπευθυνότητα απέναντι στους καταναλωτές

H επικοινωνία της εταιρικής υπευθυνότητας

H εταιρική υπευθυνότητα στην πράξη- στρατηγική, υλοποίηση και αποτελέσματα

B. Έμφαση στην εμπέδωση της υπεύθυνης παραγωγής και κατανάλωσης προϊόντων

Υπεύθυνη κατανάλωση

-H κουλτούρα

-Το άτομο

-Τα διλλήματα

Παγκόσμια ανάπτυξη, παραγωγή, κατανάλωση και υπευθυνότητα

-Προϊόντα ξυλείας και χαρτιού

-Προϊόντα διατροφής

-Προϊόντα ρουχισμού και υπόδησης

-Ηλεκτρονικά προϊόντα

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα: Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι συμμετέχοντες θα πρέπει:

I.Να έχουν κατανοήσει σε βάθος τη σχέση μεταξύ επιχειρήσεων, διακυβερνήσεων και κοινωνιών.

II.Να έχουν κατανοήσει πώς στο παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον οικονομικοί, πολιτικοί και τεχνολογικοί παράγοντες αλλάζουν τους κανόνες λειτουργίας των επιχειρήσεων.

III.Να έχουν κατανοήσει τις έννοιες και τις διαστάσεις της Εταιρικής Ηθικής, Εταιρικής Κουλτούρας, Αειφορίας, Εταιρικής Υπευθυνότητας, Κοινωνικής Ευθύνης και Διακυβέρνησης και τις μεταξύ τους σχέσεις.

IV.Να έχουν εμπειρώσει τη σημασία της υπεύθυνης ανάπτυξης, παραγωγής, και κατανάλωσης προϊόντων.

V.Να εξοπλιστούν με τη γνώση εκείνη που θα τους επιτρέπει να επιλέγουν στρατηγικές που ενσωματώνουν την υπευθυνότητα, να τις υλοποιούν και να μετρούν τα αποτελέσματά τους.

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη:

I.Αποσπόρη, Ε. (2016). Σημειώσεις.

II.Argrenti, P.A. (2016). Corporate Responsibility, Sage.

III.Bartley, T., et al. (2015). Looking behind the Label, Indiana University Press.

IV.Werther, W. and Chandles, Jr. & D. (2006). Strategic Corporate Social Responsibility. Stakeholders in a Global Environment, Sage.



V.Urban, G. (ed), (2014). Corporations and Citizenship, University of Pennsylvania Press.

Τρόπος παράδοσης μαθήματος και διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι: Διαλέξεις με διαδραστικό χαρακτήρα, που συνδυάζουν αναλύσεις παραδειγμάτων και μελετών περιπτώσεων, χρήση των socialmedia - έρευνα/προετοιμασία και συμμετοχή φοιτητών, επισκέψεις σε εταιρείες, παρουσιάσεις από στελέχη επιχειρήσεων, παρουσιάσεις εργασιών από τους φοιτητές.

Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης:

Γραπτή εξέταση: 55%.

Οι ερωτήσεις ζητούν εκτενείς γραπτές απαντήσεις και προϋποθέτουν καλή και σε βάθος κατανόηση του περιεχομένου του μαθήματος, χρήση αναλυτικής ικανότητας και δυνατότητα συνδυασμού των θεωριών και εφαρμογών με παραδείγματα. Ερωτήματα που αναφέρονται σε μελέτες περιπτώσεων ζητούν από τους εξεταζόμενους να δώσουν απαντήσεις/λύσεις σε πραγματικά ζητήματα.

Συμμετοχή, γραπτές εργασίες και παρουσιάσεις: 45%

Οι συμμετέχοντες βρίσκουν ένα πραγματικό πρόβλημα/case και εφαρμόζουν την αποκτηθείσα γνώση για να ερμηνεύσουν ή να δώσουν απαντήσεις στο πρόβλημα.

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 5315

Τύπος του μαθήματος: Υποχρεωτικό Μάθημα

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 3^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 5^ο εξάμηνο (Χειμερινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος: Εντεταλμένος διδάσκων

Περιεχόμενο του μαθήματος

Η Οικονομική των Επιχειρήσεων εφαρμόζει τα εργαλεία και τις μεθόδους της μικροοικονομικής θεωρίας στο χώρο των επιχειρηματικών αποφάσεων. Σκοπός της είναι η ανάλυση και βελτιστοποίηση των επιχειρηματικών αποφάσεων με στόχο την αύξηση της αποδοτικότητας των επιχειρήσεων. Θέματα που θα αναλυθούν περιλαμβάνουν: Οικονομικά εργαλεία ανάλυσης της στρατηγικής των επιχειρήσεων. Συναρτήσεις παραγωγής, κόστους και εμπειρική εκτίμηση τους. Συναρτήσεις ζήτησης, εμπειρική εκτίμηση τους, τεχνικές ποιοτικής και ποσοτικής ανάλυσης, και οι επιχειρηματικές προβλέψεις. Βασικές αρχές θεωρίας παιγνίων. Θεωρία της επιχείρησης (theory of the firm) και τα όριά της. Τιμολόγηση κάτω από συνθήκες τέλει ανταγωνισμού, μονοπωλίου, μονοπωλιακού ανταγωνισμού και ολιγοπωλίου ως χαρακτηριστικές μορφές διάρθρωσης των αγορών. Τεχνικές τιμολόγησης ανεξάρτητων και αλληλένδετων προϊόντων. Μορφές οργάνωσης και διοίκησης των επιχειρήσεων. Εσωτερική οργάνωση μίας επιχείρησης. Το πρόβλημα του εντολέα-εντολοδόχου και της συνεργασίας μέσα στην επιχείρηση. Αξιολόγηση και παροχή κινήτρων για παραγωγικότητα στους εργαζόμενους.

Στόχοι Μαθήματος

Οι εκπαιδευτικοί στόχοι του μαθήματος είναι:

- Να δώσει στους σπουδαστές τα κατάλληλα οικονομικά εργαλεία και την πρακτική εξάσκηση για την ανάλυση επιχειρηματικών αποφάσεων.
- Να εκθέσει τους σπουδαστές στα προβλήματα, μεθόδους, διαδικασίες και τρέχοντα ζητήματα που αφορούν τη μελέτη της Οικονομικής των Επιχειρήσεων.



Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη:

I.Κορρές, Γ. Μ., και Λιαργκόβας, Π. Γ. (2009). *Οικονομική των επιχειρήσεων*, Εκδόσεις Σταμούλη.

II.Νικολόπουλος, Η. Ι. και Σπυριούνη, Σ. Β. (2006). *Οικονομική της διοίκησης*, Εκδόσεις Πατάκη.

ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 5225

Τύπος του μαθήματος: Υποχρεωτικό Μάθημα

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 3^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 5^ο εξάμηνο (Χειμερινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος/διδασκόντων: Θ. Λάππας

Περιεχόμενο του μαθήματος: Σκοπός του μαθήματος είναι να παρέχει στους φοιτητές μια ολοκληρωμένη εικόνα της σημασίας και των εφαρμογών που έχουν τα διάφορα είδη πληροφοριακών συστημάτων στα πλαίσια ενός σύγχρονου οργανισμού. Έμφαση δίνεται σε συστήματα βάσεων δεδομένων, εργαλεία στήριξης αποφάσεων, τεχνικές αυτόματης κατηγοριοποίησης δεδομένων και οντοτήτων μηχανές αναζήτησης, συστήματα γραφικής απεικόνισης δεδομένων, καθώς και σε συστήματα που χρησιμοποιούν τεχνικές μηχανικής μάθησης και τεχνητής νοημοσύνης. Για κάθε εξεταζόμενο είδος πληροφοριακού συστήματος, οι φοιτητές έχουν την ευκαιρία να εκτεθούν και να πειραματιστούν με σχετικά εργαλεία λογισμικού και πραγματικά δεδομένα, ώστε να αποκτήσουν πρακτική εμπειρία. Επίσης, Το μάθημα παρουσιάζει τον ρόλο και την σημασία του προγραμματισμού στο ευρύτερο πλαίσιο της διαχείρισης πληροφορίας, μέσα από τη χρήση της γλώσσας προγραμματισμού Python. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται σε εργαλεία, δεδομένα, και εφαρμογές από τον ευρύτερο χώρο του Μάρκετινγκ.

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα:

Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές θα πρέπει:

- Να είναι εξοικειωμένοι με τα βασικά είδη πληροφοριακών συστημάτων και να έχουν αποκτήσει την ικανότητα να επιλέγουν το κατάλληλο είδος συστήματος για μια δοθείσα εφαρμογή, με ιδιαίτερη έμφαση σε εφαρμογές από τον χώρο του Μάρκετινγκ.
- Να έχουν αποκτήσει εμπειρία με την χρήση συγκεκριμένων πακέτων λογισμικού και δεδομένων σχετικών με τα διάφορα είδη πληροφοριακών συστημάτων που καλύπτονται στο μάθημα.
- Να έχουν κατανοήσει τον ρόλο και τη σημασία του προγραμματισμού για την διαχείριση της πληροφορίας σε έναν οργανισμό.
- Να έχουν εκτεθεί σε συγκεκριμένες βιβλιοθήκες λογισμικού της γλώσσας προγραμματισμού Python που υλοποιούν και αυτοματοποιούν θεμελιώδεις λειτουργίες των πληροφοριακών συστημάτων που καλύπτονται στο μάθημα.



Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη:

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:

- Η διδασκαλία του μαθήματος θα βασίζεται σε υλικό από διάφορες πηγές που θα παρέχεται από τον διδάσκοντα και θα είναι ελεύθερα διαθέσιμο μέσω του διαδικτύου.

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- Management Science
- MIS Quarterly
- Marketing Science

Τρόπος παράδοσης μαθήματος και διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι: Διαλέξεις με διαδραστικό χαρακτήρα, που συνδυάζουν αναλύσεις παραδειγμάτων και μελετών περιπτώσεων.

Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης:

Γραπτή εξέταση: 100%.

Οι ερωτήσεις ζητούν εκτενείς γραπτές απαντήσεις και προϋποθέτουν καλή και σε βάθος κατανόηση του περιεχομένου του μαθήματος, χρήση αναλυτικής ικανότητας και δυνατότητα συνδυασμού της θεωρίας με παραδείγματα.

ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 5637

Τύπος του μαθήματος: Υποχρεωτικό Μάθημα

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 3^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 5^ο εξάμηνο (Χειμερινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος: Κ. Καραντινού

Περιεχόμενο του μαθήματος: Ο τομέας των υπηρεσιών αποτελεί την κυρίαρχη οικονομική δύναμη σε παγκόσμιο επίπεδο και οι πρακτικές διοίκησης και μάρκετινγκ στον τομέα αυτό αναπτύσσονται ταχύτατα και εξελίσσονται συνεχώς. Σκοπός του συγκεκριμένου μαθήματος είναι να κατανοήσουν οι συμμετέχοντες τις ιδιαιτερότητες του μάρκετινγκ των υπηρεσιών συγκριτικά με το μάρκετινγκ των προϊόντων και τις επιπτώσεις αυτών στη συμπεριφορά των καταναλωτών και στις πρακτικές διοίκησης και μάρκετινγκ. Ξεκινώντας από την παρουσίαση των βασικών χαρακτηριστικών των υπηρεσιών και πώς αυτά επηρεάζουν βασικά στρατηγικά ζητήματα του μάρκετινγκ στις υπηρεσίες, συζητούνται θέματα που σχετίζονται με την ποιότητα της υπηρεσίας, την αριστεία στις υπηρεσίες, τη σημασία των εργαζομένων στις επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών, τη σημασία του χώρου παροχής της υπηρεσίας (servicescapes), τις διαδικασίες παραγωγής της υπηρεσίας (operations), όπως επίσης και θέματα που σχετίζονται με τη στρατηγική τοποθέτηση και την επικοινωνία, την τιμολόγηση των υπηρεσιών και τη δημιουργία και διαχείριση μακροπρόθεσμων σχέσεων με πελάτες.

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα: Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι συμμετέχοντες θα πρέπει:

- I. Να έχουν κατανοήσει σε βάθος τις πολυεπίπεδες συνέπειες των ιδιαιτεροτήτων των υπηρεσιών και να γνωρίζουν τους μηχανισμούς και τις τεχνικές διοίκησης αυτών.
- II. Να έχουν κατανοήσει την έννοια και τη σημασία της παροχής άριστης εμπειρίας στον πελάτη (customer service excellence) και να γνωρίζουν τους παράγοντες εκείνους που



μπορούν να οδηγήσουν μία εταιρία παροχής υπηρεσιών στην παροχή άριστης υπηρεσίας στον πελάτη της.

- III. Να είναι εξοπλισμένοι με τη γνώση εκείνη που θα τους επιτρέπει να επιλέγουν τη βέλτιστη στρατηγική ανά περίπτωση και να γνωρίζουν πώς να την υλοποιήσουν.
- IV. Να μπορούν να σχεδιάσουν προγράμματα αφοσίωσης και πιστότητας.
- V. Να μπορούν να καταλάβουν και να διοικήσουν τα στοιχεία που συνθέτουν το servicescape, τον χώρο όπου παρέχεται η υπηρεσία.
- VI. Να μπορούν να σχεδιάσουν και να χρησιμοποιήσουν blueprints.

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη:

- I. Γούναρης, Σ. & Καραντινού Κ. (2014). *Μάρκετινγκ Υπηρεσιών*, Εκδόσεις Rosili.
- II. Αυλωνίτης, Γ., Τσιότσιου, Ρ. & Γούναρης Σ. (2015). *Μάρκετινγκ Υπηρεσιών*, Broken Hill Publishers.
- III. Fisk, P.R., Grove, J.S. & John, J. (2013). *Services Marketing Interactive Approach*, Fourth Edition, Southwestern Cengage Learning.
- IV. Lovelock, C. H. & Wirtz, J. (2007). *Services Marketing: People, Technology, Strategy*, Sixth Edition, Pearson, Prentice-Hall.
- V. Wirtz, J., Chew, P. & Lovelock, C. (2012). *Essentials of Services Marketing*, Second Edition, Pearson Education.

Τρόπος παράδοσης μαθήματος και διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι: Διαλέξεις με διαδραστικό χαρακτήρα, που συνδυάζουν αναλύσεις παραδειγμάτων και μελετών περιπτώσεων και ομαδικές εργασίες εφαρμογής των θεωριών και των μοντέλων σε διαφορετικούς κλάδους και περιπτώσεις.

Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης:

Γραπτή εξέταση: 75%.

Οι ερωτήσεις ζητούν εκτενείς γραπτές απαντήσεις και προϋποθέτουν καλή και σε βάθος κατανόηση του περιεχομένου του μαθήματος, χρήση αναλυτικής ικανότητας και δυνατότητα συνδυασμού των θεωριών και μοντέλων με παραδείγματα. Ερωτήματα που αναφέρονται σε μελέτες περιπτώσεων ζητούν από τους εξεταζόμενους να δώσουν λύσεις σε πραγματικά ζητήματα και να τα χειριστούν ολιστικά.

Γραπτές εργασίες και παρουσιάσεις: 25%

Πέντε συνολικά εργασίες ζητούν από τους συμμετέχοντες να αναλύσουν την πηγή της δημιουργίας ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, να δημιουργήσουν προγράμματα αφοσίωσης πελατών, να αναλύσουν τους παράγοντες που οδηγούν σε επιτυχημένη επικοινωνία στις υπηρεσίες, να δημιουργήσουν καινοτόμα servicescapes και να σχεδιάσουν λεπτομερή και υλοποιήσιμα blueprints.

ΔΙΚΤΥΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ & LOGISTICS

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 5648

Τύπος του μαθήματος: Υποχρεωτικό Μάθημα

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 3^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 6^ο εξάμηνο (Εαρινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος: Δ. Σκαρμέας, Π. Ρεπούσης



Περιεχόμενο του μαθήματος: Έννοια, αντικείμενο και σημασία της διανομής και των logistics, σχεδιασμός δικτύου διανομής, διοίκηση δικτύου διανομής, στόχοι και στρατηγικές δικτύου διανομής, διοίκηση και οργάνωση της εφοδιαστικής αλυσίδας, διοίκηση και οργάνωση λιανεμπορικών επιχειρήσεων, πολυκάναλη ανάπτυξη και σύγχρονες τάσεις, μελέτες περίπτωσης.

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα: Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές/τριες θα πρέπει:

- I. Να έχουν κατανοήσει πώς η αποτελεσματική οργάνωση και διοίκηση των καναλιών διανομής μιας επιχείρησης μπορούν να συμβάλλουν σημαντικά στη αύξηση της ικανοποίησης των πελατών της.
- II. Να έχουν κατανοήσει πώς η αποτελεσματική οργάνωση και διοίκηση της εφοδιαστικής αλυσίδας μιας επιχείρησης μπορούν να συμβάλλουν σημαντικά στη βελτίωση της ανταγωνιστικότητάς της
- III. Να είναι εξοπλισμένοι με τη γνώση εκείνη που θα τους επιτρέπει να επιλέγουν τη βέλτιστη στρατηγική διανομής και εφοδιασμού.
- IV. Να μπορούν να σχεδιάσουν ένα αποτελεσματικό κανάλι διανομής και μια αποδοτική εφοδιαστική αλυσίδα.

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη:

- I. Παπαβασιλείου, Ν. & Μπάλτας Γ. (2003). *Διοίκηση Δικτύων Διανομής & Logistics*, Εκδόσεις Rosili.
- II. Harrison, A. & Remko V. H. (2021). *Logistics – Μάνατζμεντ & Στρατηγική*, 2^η έκδοση Εκδόσεις Rosili.

Τρόπος παράδοσης μαθήματος και διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι: Οι διαλέξεις έχουν διαδραστικό χαρακτήρα και συνδυάζουν θεωρία, παραδείγματα και μελέτες περιπτώσεων.

Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης:

Γραπτή εξέταση

Η απάντηση των ερωτήσεων προϋποθέτει κατανόηση του περιεχομένου του μαθήματος, αναλυτικές και συνθετικές ικανότητες. Επίσης, υπάρχει η δυνατότητα εκπόνησης προαιρετικής γραπτής εργασίας.

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΚΑΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 5407

Τύπος του μαθήματος: Υποχρεωτικό Μάθημα

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 3^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 6^ο εξάμηνο (Εαρινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος/διδασκόντων: Β. Σταθακόπουλος, Δ. Μανωλόπουλος

Περιεχόμενο του μαθήματος:

Το μάθημα αποτελείται από πέντε βασικές ενότητες που αναφέρονται στα εξής:

- Εισροές για εκκίνηση στρατηγικής σκέψης: Δίνεται η πολυπλοκότητα της έννοιας της στρατηγικής. Εξετάζονται απόψεις της στρατηγικής ως «προσαρμογή» στο περιβάλλον (environmental determinism), αλλά και ως δημιουργία θεμελιωδών ικανοτήτων (resource based view). Γίνεται παρουσίαση και αξιολόγηση της εταιρικής αποστολής και οράματος.



- Διαμόρφωση και είδη στρατηγικής: Μελετώνται οι στρατηγικές επιλογής εύρους και είδους δραστηριοτήτων για μια επιχείρηση (corporate strategy) καθώς και οι στρατηγικές επίτευξης ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος (competitive strategy) σε διαφορετικά εξωτερικά περιβάλλοντα. Αναζητείται η φύση του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος αντλώντας από εναλλακτικές θεωρητικές προσεγγίσεις.
- Αξιολόγηση και επιλογή στρατηγικής: Παρουσιάζονται μοντέλα αξιολόγησης στρατηγικής. Επίσης, γίνεται αναφορά στο στάδιο μετατροπής της στρατηγικής σε προγράμματα με δράσεις και ενέργειες που καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα: λειτουργικές στρατηγικές, δομές και συστήματα.
- Τρόποι υλοποίησης στρατηγικής: Εξετάζεται η υλοποίηση της στρατηγικής μέσω εξαγορών, συγχωνεύσεων, συμμαχιών ή ίδιας ανάπτυξης. Παρέχονται τρόποι πιο αποτελεσματικής υλοποίησης των επιλογών αυτών.
- Λήψη στρατηγικών αποφάσεων: Ιδιαίτερη αναφορά γίνεται στις παγίδες στη στρατηγική σκέψη.

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα:

Με την ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές θα αποκτήσουν τις κάτωθι γνώσεις (σημεία 1,2 & 3), δεξιότητες (σημεία 4 & 5) και ικανότητες (σημεία 6 & 7). Πιο συγκεκριμένα, θα είναι σε θέση να:

1. Προσδιορίσουν τις βασικές έννοιες στρατηγικής και τις απόψεις και προσεγγίσεις που έχουν αναπτυχθεί στη βιβλιογραφία και την επιχειρηματική πρακτική
2. Διακρίνουν και χρησιμοποιούν τις τεχνικές και τις μεθόδους στρατηγικής ανάλυσης, καθώς και να αναγνωρίζουν τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματά τους,
3. Κατανοήσουν τα προαπαιτούμενα για ένα διατηρήσιμο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.
4. Εντοπίσουν τις εναλλακτικές στρατηγικές που έχει η επιχείρηση σε ανταγωνιστικό και εταιρικό επίπεδο,
5. Να αναλύουν τη σημασία της υλοποίησης της στρατηγικής και το ρόλο που διαδραματίζει στην αποτελεσματική υλοποίηση η κατάλληλη οργάνωση, τα συστήματα, το ανθρώπινο δυναμικό, οι αξίες και η εταιρική κουλτούρα,
6. Να αξιολογούν και να επιλέγουν τις βέλτιστες στρατηγικές επιλογές,
7. Να εμβραθύνουν στις τεχνικές λήψης στρατηγικών αποφάσεων και τα συνήθη λάθη στη χάραξη και υλοποίηση της στρατηγικής.

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη:

- I.Hill, C.W.L. and Jones, G.R. (2010). *Strategic Management: An Integrated Approach*, 9th edition, South-Western Cengage Learning, USA.
- II.Johnson, G. and Scholes, K. (2002). *Exploring corporate strategy: Text and cases*, 6th edition, Prentice Hall Europe, London.
- III.Johnson, G., Scholes, K. and Whittington, R. (2011). *Βασικές αρχές στρατηγικής των επιχειρήσεων*, Μετάφραση: Η. Νικολάου, Εκδόσεις Κριτική.
- IV.Mauborgne, R. and Kim, C. (2006). *Η στρατηγική των γαλάζιων ωκεανών*, Μετάφραση: Π. Τριανταφύλλου, Εκδόσεις Κριτική.
- V.Παπαδάκης, Β. (2012). *Στρατηγική των Επιχειρήσεων: Ελληνική και Διεθνής Εμπειρία*, Τόμος Α': Θεωρία, 6η έκδοση, Εκδόσεις Μπένου.
- VI.Αυλωνίτης Γ. και Παπασταθοπούλου, Π. (2010). *Marketing Plans*, Εκδόσεις Σταμούλη.

Τρόπος παράδοσης μαθήματος (κατανομή σε διαλέξεις, σεμινάρια, εργαστήρια) και διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι:

Οι διαλέξεις γίνονται με διαδραστικό τρόπο συνδυάζοντας το θεωρητικό και το πρακτικό μέρος του μαθήματος. Στόχος του πρακτικού μέρους είναι να αφομοιώσουν οι



εκπαιδευόμενοι τη θεωρία αλλά και να ενισχύσουν ικανότητες σε επίπεδο ανάλυσης και κριτικής αξιολόγησης.

Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης:

Γραπτή εξέταση: 35%

Τα θέματα της γραπτής εξέτασης απαιτούν γνώση του θεωρητικού μέρους του μαθήματος αλλά και ικανότητα αξιοποίησής του για την ανάλυση και κριτική αξιολόγηση πρακτικών θεμάτων. Αυτά συνδυάζονται με μελέτες περίπτωσης, βάσει των οποίων οι εκπαιδευόμενοι αναλύουν στοιχεία και παραθέτουν τις απόψεις τους με επαρκή επιχειρήματα.

Ομαδική εργασία-Σχεδιο Μάρκετινγκ: 35%

Οι εκπαιδευόμενοι αξιολογούνται βάσει της ικανότητάς τους να δομήσουν ένα αποτελεσματικό σχέδιο μάρκετινγκ (marketing plan).

Παιχνίδι Προσωμοίωσης – Markstrat: 30%

Οι εκπαιδευόμενοι καλούνται να εφαρμόσουν τις θεωρητικές γνώσεις σε ένα προσωμοιωμένο περιβάλλον, διοικώντας μια εταιρεία και λαμβάνοντας στρατηγικές αποφάσεις.

ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 5624

Τύπος του μαθήματος: Υποχρεωτικό Μάθημα

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 3ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 6ο εξάμηνο (Εαρινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων : 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος: Π. Αργουσιλίδης

Περιεχόμενο του μαθήματος: Το προϊόν (είτε το υλικό αγαθό, είτε η άυλη υπηρεσία) αποτελεί ένα πολύ βασικό στοιχείο του μείγματος μάρκετινγκ. Το παρόν μάθημα αναλύει σε βάθος έννοιες που αφορούν στην πολιτική προϊόντος της επιχείρησης, με στόχο οι φοιτητές να οικοδομήσουν γνώση, η οποία, αφενός, βασίζεται σε ισχυρά θεωρητικά θεμέλια και την οποία, αφετέρου, θα μπορούν να χρησιμοποιήσουν σε πρακτικό επίπεδο, σε διάφορους κλάδους παραγωγής προϊόντων και παροχής υπηρεσιών, που θα εργασθούν. Συγκεκριμένα, η ύλη του μαθήματος καλύπτει (α) γενικές έννοιες πολιτικής προϊόντος, (β) μοντέλα διοίκησης χαρτοφυλακίου προϊόντων, (γ) καινοτομία και ανάπτυξη νέων προϊόντων, (δ) διοίκηση επωνυμίας, (ε) κατάργηση προϊόντων από επιχειρήσεις παραγωγής καταναλωτικών και βιομηχανικών προϊόντων και από επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών και (στ) διοίκηση ποικιλίας προϊόντων στο ράφι καταστημάτων λιανικής πώλησης.

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα: Με την ολοκλήρωση των διαλέξεων του παρόντος μαθήματος, οι φοιτητές θα πρέπει:

- I. Να γνωρίζουν σε βάθος το θεωρητικό υπόβαθρο των καλυπτόμενων εννοιών της πολιτικής προϊόντος, των μοντέλων διοίκησης χαρτοφυλακίου προϊόντων, της διαδικασίας ανάπτυξης νέων προϊόντων, της διοίκησης επωνυμίας, της διαδικασίας κατάργησης προϊόντων και της διοίκησης ποικιλίας προϊόντων στον κλάδο του λιανεμπορίου,
- II. Να συνδυάζουν, με τρόπο κριτικό, στοιχεία του θεωρητικού υποβάθρου της καλυπτόμενης ύλης,



- III. Να είναι σε θέση να εφαρμόζουν το σχετικό θεωρητικό υπόβαθρο σε στρατηγικές και τακτικές αποφάσεις πολιτικής προϊόντος, που θα κληθούν να λάβουν στους χώρους εργασίας τους,
- IV. Να μπορούν να γνωμοδοτούν με τρόπο τεκμηριωμένο στους χώρους εργασίας τους, όσον αφορά στην οικοδόμηση ενός χαρτοφυλακίου προϊόντων που θα είναι ισορροπημένο, θα ικανοποιεί τις ανάγκες του πελάτη και θα συμπλέει με τους στόχους της επιχείρησης.

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη:

- «Αποτελεσματική Διοίκηση Χαρτοφυλακίου Προϊόντων και Υπηρεσιών», Εκδόσεις Σταμούλης, Αθήνα, 2004 (Γ. Αυλωνίτης και Π. Παπασταθοπούλου).
- Argouslidis, P. C. (2004), "An empirical investigation into the alternative strategies to implement the elimination of financial services", **Journal of World Business**, Vol. 39(4), 393-413.
- Avlonitis, G.J. (1983), "The product elimination decision and strategies", **Industrial Marketing Management**, Vol. 12(1), pp. 31-43.
- Avlonitis, G.J. (1985), "The techno-economic ecology of the product elimination process", **International Journal of Research in Marketing**, Vol. 2(3), pp. 175-184.
- Aydinli, A., Gu, Y. and Pham, M.T. (2017), "An experience-utility explanation of the preference for larger assortments", **International Journal of Research in Marketing**, Vol. 34(3), pp. 746-760.
- Bi, S., Pang, J., Chen, H., & Perkins, A. (2024), "When feeling powerless, we crave nostalgia: The impact of powerlessness on the preference for nostalgic products", **Journal of the Academy of Marketing Science**, Vol. 52(4), pp. 998-1017.
- Brehm, J.W., Stires, L.K., Sensenig, J. and Shaban, J. (1966), "The attractiveness of an eliminated choice alternative", **Journal of Experimental Social Psychology**, Vol. 2(3), pp. 301-313.
- Broniarczyk, S.M., Hoyer, W.D. and McAlister, L. (1998), "Consumers' perceptions of the assortment offered in a grocery category: The impact of item reduction", **Journal of Marketing Research**, Vol. 35(2), pp. 166-176.
- Chen L., Zhang P., Li. S. and Turner, S.F. (2022). "Growing pains: The effect of generational product innovation on mobile games performance", **Strategic Management Journal**, Vol. 43(4), pp. 792-821.
- Costello, J. P., Walker, J. and Reczek, R.W. (2023), ""Choozing" the best spelling: Consumer response to unconventionally spelled brand names", **Journal of Marketing**, Vol. 87, No. 6, pp. 889-905.
- Fajardo, T. M., Zhang, J. and Tsiros M. (2016), "The contingent nature of the symbolic associations of visual design elements: The case of brand logo frames", **Journal of Consumer Research**, Vol. 43 (December), 549-566.
- Golossenko, A., Pillai, K.G. and Aroean, L. (2020), "Seeing brands as humans: Development and validation of a brand anthropomorphism scale", **International Journal of Research in Marketing**, Vol. 37(4), pp. 737-755.
- Kovalenko, L., Sorescu, A. and Houston, M.B. (2022), "What brand do I use for my new product? The impact of new product branding decisions on firm value", **Journal of the Academy of Marketing Science**, Vol. 50(2), 338-365.

- Loveland, K. E., Smeethers, D., & Mandel, N. (2010), “Still preoccupied with 1995: The need to belong and preference for nostalgic products”, **Journal of Consumer Research**, Vol. 37(3), pp. 393-408.
- Ma, Y., Ailawadi, K.L., Martos-Partal, M. and González-Benito, Ó. (2024), “Dual branding by national brand manufacturers: Drivers and outcomes”, **Journal of Marketing**, Vol. 88(3), pp. 69-87.
- Melzner, J. and Raghurir, P. (2023), “The sound of music: The effect of timbral sound quality in audio logos on brand personality perception”, **Journal of Marketing Research**, Vol. 60(5), pp. 932-949.
- Saunders, J. and Jobber, D. (1994), “Product replacement: Strategies for simultaneous product deletion and launch”, **Journal of Product Innovation Management**, Vol. 11(5), pp. 433-450.
- Sevilla, J. and Kahn, B.E. (2014), “The completeness heuristic: Product shape completeness influences size perceptions, preference and consumption”, **Journal of Marketing Research**, Vol. 51(1), pp. 57-68.
- Thompson, D. V., Hamilton, R. W., & Rust, R. T. (2005), “Feature fatigue: When product capabilities become too much of a good thing”, **Journal of Marketing Research**, Vol. 42(4), 431–442.
- Ton, L.A.N., Smith, R.K. and Sevilla, J. (2024), “Symbolically simple: How simple packaging design influences willingness to pay for consumable products”, **Journal of Marketing**, Vol. 88(2), pp. 121-140.

Τρόπος παράδοσης μαθήματος: Διαλέξεις που αναλύουν τις καλυπτόμενες έννοιες, βάσει θεωρίας, παραδειγμάτων και μελετών περιπτώσεων πρακτικών εφαρμογών.

Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης: Η αξιολόγηση του μαθήματος βασίζεται σε γραπτή εξέταση (με βαρύτητα 100%). Οι φοιτητές έχουν τη δυνατότητα εκπόνησης προαιρετικής γραπτής εργασίας.

ΤΙΜΟΛΟΓΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 5647

Τύπος του μαθήματος: Υποχρεωτικό Μάθημα

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 3^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 6^ο εξάμηνο (Εαρινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος: Κ. Ήντουνας

Περιεχόμενο του μαθήματος: Το μάθημα εστιάζει στην έννοια και τη σημασία της τιμολογιακής στρατηγικής καθώς και στους κυριότερους παράγοντες που επηρεάζουν την τελική τιμή ενός προϊόντος καθώς και τη διαδικασία τιμολόγησής του. Επιπρόσθετα, περιγράφονται οι διαφορές που υπάρχουν στη διαμόρφωση της τιμολογιακής στρατηγικής σε διαφορετικά περιβάλλοντα-αγορές (καταναλωτικές-βιομηχανικές αγορές, προϊόντα-υπηρεσίες, διεθνείς αγορές, διαδίκτυο, λιανεμπόριο, αγροτικά προϊόντα). Παράλληλα, εξετάζεται η σχέση της τιμολογιακής στρατηγικής με τη συνολική στρατηγική μάρκετινγκ μιας επιχείρησης.



Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα: Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι συμμετέχοντες θα πρέπει να είναι σε θέση να κατανοήσουν:

- I. Την έννοια και τη σημασία της τιμολογιακής στρατηγικής μιας επιχείρησης.
- II. Τους κυριότερους παράγοντες που επηρεάζουν την τελική τιμή ενός προϊόντος.
- III. Τα διαφορετικά στάδια της διαδικασίας τιμολόγησης ενός προϊόντος.
- IV. Τις διαφορές που υπάρχουν στη διαμόρφωση της τιμολογιακής στρατηγικής σε διαφορετικά περιβάλλοντα-αγορές.
- V. Τη σχέση μεταξύ της τιμολογιακής στρατηγικής μιας επιχείρησης και της συνολικής στρατηγικής μάρκετινγκ.

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη

- Παπαβασιλείου, Ν., Ήντουνας, Κ. (2017), *Η Τιμολογιακή Στρατηγική της Επιχείρησης*, Interbooks, Αθήνα.
- Kotler, P. and Keller, K.L. (2017), *Μάρκετινγκ Μάνατζμεντ*, 15η Αμερικάνικη Έκδοση, Κλειδάριθμος, Αθήνα, Κεφάλαιο 16.

Τρόπος παράδοσης μαθήματος και διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι: Διαλέξεις με διαδραστικό χαρακτήρα, μελέτες περιπτώσεων, παρουσίαση ομαδικών εργασιών, επισκέψεις από καταξιωμένα στελέχη της αγοράς.

Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης:

Γραπτή εξέταση: 80%.

Οι ερωτήσεις ζητούν εκτενείς γραπτές απαντήσεις και προϋποθέτουν καλή και σε βάθος κατανόηση του περιεχομένου του μαθήματος, χρήση αναλυτικής ικανότητας και δυνατότητα συνδυασμού των θεωριών και μοντέλων με παραδείγματα.

Γραπτή εργασία: 20%

Η εργασία είναι ομαδική και βασίζεται σε εκτενή επισκόπηση της υπάρχουσας βιβλιογραφίας και αρθρογραφίας. Κάθε ομάδα καλείται να επιλέξει ένα (1) από είκοσι (20) συνολικά προτεινόμενα θέματα.

ΨΗΦΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 5626

Τύπος του μαθήματος: Υποχρεωτικό

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 3^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 6^ο εξάμηνο (Εαρινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος: Σ. Δημητριάδης, Η. Μπαλαφούτης

Περιεχόμενο του μαθήματος: Το διαδίκτυο και γενικότερα οι ψηφιακές τεχνολογίες αποτελούν πλέον καθοριστικούς παράγοντες διαμόρφωσης των σημερινών αγορών και δημιουργούν νέα δεδομένα, νέες δυνατότητες και νέα εργαλεία για το μάρκετινγκ. Σκοπός του μαθήματος είναι η παρουσίαση των νέων αυτών δυνατοτήτων, τόσο σε στρατηγικό όσο και σε τακτικό επίπεδο, και η σύνδεσή τους με τη συνολική στρατηγική μάρκετινγκ ενός οργανισμού ή εταιρίας. Τα θέματα που καλύπτονται περιλαμβάνουν: στρατηγική μάρκετινγκ στην ψηφιακή εποχή, συμπεριφορά καταναλωτή στο διαδίκτυο και τα λοιπά ψηφιακά μέσα, δημιουργία αξίας, content marketing, θέματα τιμολόγησης, τρόποι, μέσα και εργαλεία διαφήμισης στο διαδίκτυο (own, paid, earned media), Search Engine Optimization, νέοι



μεσάζοντες και εναλλακτικά δίκτυα, ηλεκτρονικά επιχειρηματικά μοντέλα, μορφές και δυνατότητες των κοινωνικών δικτύων, Web analytics & social media metrics.

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα: Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι συμμετέχοντες θα πρέπει:

- I. Να έχουν κατανοήσει τις συνέπειες των ψηφιακών τεχνολογιών για το μάρκετινγκ
- II. Να γνωρίζουν τα κύρια εργαλεία του ψηφιακού μάρκετινγκ και να είναι σε θέση να τα εφαρμόσουν σε ένα αρχικό επίπεδο
- III. Να επιλέγουν και να συνδυάζουν τα κατάλληλα εργαλεία ανάλογα με τους στόχους μάρκετινγκ και τα δεδομένα της αγοράς
- IV. Να αξιολογούν την αποτελεσματικότητα των ενεργειών ψηφιακού μάρκετινγκ
- V. Να συνθέτουν όλα τα παραπάνω σε ένα e-marketing plan.

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη:

- Βλαχοπούλου Μ.. (2019). *Ψηφιακό Μάρκετινγκ*, Εκδόσεις Rosili.
- Kingsnorth S., (2022), *Στρατηγική Ψηφιακού Μάρκετινγκ*, Εκδόσεις Προπομπός

Τρόπος παράδοσης μαθήματος και διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι:

Το μάθημα βασίζεται σε διαλέξεις, μελέτες περιπτώσεων, ανάλυση παραδειγμάτων και περιλαμβάνει υποχρεωτική ομαδική εργασία και υποχρεωτικά εργαστήρια.

Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης

Τελική, γραπτή, ατομική εξέταση. Υποχρεωτική γραπτή ομαδική εργασία.

B3.2 Μαθήματα Κατεύθυνσης

B3.2.1 Διεθνής Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία

ΔΙΕΘΝΕΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 5638

Τύπος του μαθήματος: Μάθημα Κατεύθυνσης

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 4^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 7^ο εξάμηνο (Χειμερινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος: Δ. Σκαρμέας

Περιεχόμενο του μαθήματος: Παγκοσμιοποίηση, Διαδικασία διεθνοποίησης, Διεθνές περιβάλλον μάρκετινγκ, Τμηματοποίηση διεθνών αγορών, Επιλογή διεθνών αγορών, Έρευνα για διεθνείς αγορές, Τρόποι εισόδου στις διεθνείς αγορές, Πολιτική προϊόντος για διεθνείς αγορές, Στρατηγικές τιμολόγησης για διεθνείς αγορές, Στρατηγικές προβολής στις διεθνείς αγορές, Στρατηγικές διεθνών καναλιών διανομής, Μελέτες περίπτωσης.

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα: Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές/τριες θα πρέπει:

- I. Να έχουν κατανοήσει τα κίνητρα και τα εμπόδια της διεθνούς δραστηριοποίησης μιας επιχείρησης.
- II. Να έχουν κατανοήσει τα κριτήρια επιλογής χώρας διείσδυσης και τμηματοποίησης της παγκόσμιας αγοράς.
- III. Να είναι εξοπλισμένοι με τις τεχνικές ανάλυσης του διεθνούς περιβάλλοντος.
- IV. Να μπορούν να εκπονήσουν ένα εξαγωγικό σχέδιο μάρκετινγκ.



Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη:

- I. Keegan, W. J. & Green, M. C. (2021). *Διεθνές Μάρκετινγκ*, Εκδόσεις Rosili.
II. Hollensen, S. (2020). *Διεθνές Μάρκετινγκ*, Εκδόσεις DA VINCI.

Τρόπος παράδοσης μαθήματος και διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι: Οι διαλέξεις έχουν διαδραστικό χαρακτήρα και συνδυάζουν θεωρία, παραδείγματα και μελέτες περιπτώσεων.

Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης:

Γραπτή εξέταση

Η απάντηση των ερωτήσεων προϋποθέτει κατανόηση του περιεχομένου του μαθήματος, αναλυτικές και συνθετικές ικανότητες. Επίσης, υπάρχει η δυνατότητα εκπόνησης προαιρετικής γραπτής εργασίας.

ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 5787

Τύπος του μαθήματος: Μάθημα Κατεύθυνσης

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 4^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 7^ο εξάμηνο (Χειμερινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος: Α. Γκυπάλη

Μαθησιακά Αποτελέσματα:

Με την παρακολούθηση του μαθήματος, οι φοιτητές θα είναι σε θέση να αναγνωρίζουν και κατανοούν ζητήματα που συνδέονται με:

- Την κατανόηση βασικών εννοιών που πλαισιώνουν της διοίκησης καινοτομίας.
- Την αναγνώριση των πηγών καινοτομίας και τεχνολογίας.
- Την κατανόηση της καινοτομικής διαδικασίας, των εισροών και εκροών καινοτομίας.
- Την ανάλυση του εύρους των στρατηγικών καινοτομίας (στρατηγικές ανοικτής καινοτομίας, ανάπτυξη in-house δραστηριοτήτων καινοτομίας, ανάθεση σε εξωτερικούς συνεργάτες καινοτομικών δραστηριοτήτων).
- Την αναγνώριση και κατανόηση θεμάτων σχετικά με τη διαχείριση της πνευματικής ιδιοκτησίας και δεδομένων.
- Την ανάδειξη των νέων τεχνολογιών (π.χ. τεχνητή νοημοσύνη) ως καταλύτες στην διαμόρφωση της διαδικασίας καινοτομίας, της διαδικασίας λήψης αποφάσεων αλλά και την δημιουργία νέων προϊόντων/υπηρεσιών.
- Την ανάπτυξη δεξιοτήτων κριτικής ανάλυσης και παρουσίασης μελετών περίπτωσης

Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές θα είναι εξοικειωμένοι με τις βασικές αρχές της καινοτομίας και θα μπορούν να συνδυάζουν γνώσεις που έχουν αποκτήσει ώστε να συζητούν και να αναλύουν με κριτική διάθεση ζητήματα που άπτονται της δημιουργίας και προώθησης νέων προϊόντων/υπηρεσιών καθώς και να αξιολογούν νέα επιχειρηματικά εγχειρήματα και σχέδια καινοτομίας.

Περιεχόμενο Μαθήματος:

Το μάθημα στοχεύει να παρέχει στους φοιτητές τις απαραίτητες γνώσεις και δεξιότητες για την κατανόηση εννοιών που σχετίζονται με την τεχνολογία και την καινοτομία και πώς αυτές επιδρούν σε οικονομικούς, διοικητικούς και οργανωσιακούς όρους, στην συνολική διαμόρφωση στρατηγικής και απόδοσης των επιχειρήσεων. Αναλύονται θεωρητικά



υποδείγματα και χρησιμοποιούνται μαθησιακά εργαλεία για την διερεύνηση και κατανόηση του πεδίου της Διοίκησης Καινοτομίας και Τεχνολογίας.

Σκοπός του μαθήματος είναι να κατανοήσουν οι φοιτητές τους παράγοντες εκείνους που (i) επηρεάζουν κάθε φορά τη διαδικασία λήψης αποφάσεων καθ' όλη τη διάρκεια της καινοτομικής διαδικασίας, (ii) διαμορφώνουν την επιλογή βέλτιστων στρατηγικών καινοτομίας και (iii) τα αντίστοιχα ευνοϊκά περιβάλλοντα δημιουργίας και ανάπτυξης νέων προϊόντων και υπηρεσιών.

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη:

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:

- J. Tidd , J. Bessant (2018). Στρατηγική Διοίκηση Καινοτομίας, Εκδόσεις Broken Hill-Πασχαλίδης.
- White Margaret A., Bruton Garry D. (2010). Η στρατηγική διαχείριση της τεχνολογίας και της καινοτομίας, Εκδόσεις Κριτική.

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- Research Policy
- Journal of Product Innovation Management
- Technological Forecasting and Social Change
- R&D Management

ΨΗΦΙΑΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 5694

Τύπος του μαθήματος: Μάθημα Κατεύθυνσης

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 4^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 8^ο εξάμηνο (Εαρινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος: Δ. Δρόσος

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα:

Τα μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος είναι:

- I. Να αποκτήσουν οι φοιτητές το αναγκαίο εννοιολογικό και θεωρητικό υπόβαθρο του Η.Ε. κατανοώντας την ανάγκη αλλά και την πρόκληση της διεπιστημονικής προσέγγισης.
- II. Να μπορούν να αντιληφθούν τις ευκαιρίες που παρουσιάζονται για ανάπτυξη νέων υπηρεσιών προς καταναλωτές, πολίτες, επιχειρήσεις κλπ. μέσα από αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών, νέων μέσων αλληλεπίδρασης και κοινωνικής δικτύωσης, αναδυόμενων καναλιών επικοινωνίας, κλπ.
- III. Να κατανοήσουν οι φοιτητές τους κρίσιμους παράγοντες και τα οφέλη που σχετίζονται με την αποτελεσματική διοίκηση πρωτοβουλιών Η.Ε. και να μπορούν να αξιολογήσουν μια δεδομένη στρατηγική ή επιχειρηματικό μοντέλο Η.Ε.
- IV. Να αποκτήσουν οι φοιτητές τα εφόδια για να συμβάλουν στην υλοποίηση λύσεων ηλεκτρονικού εμπορίου, και να αντιμετωπίσουν αποτελεσματικά τα διάφορα πρακτικά ζητήματα.
- V. Να κατανοήσουν οι φοιτητές τα τεχνολογικά θέματα που σχετίζονται με την ανάπτυξη εφαρμογών ηλεκτρονικού εμπορίου, αλλά και να εξοικειωθούν με τη χρήση ενός λογισμικού πακέτου ανάπτυξης ηλεκτρονικών καταστημάτων στο Web.
- VI. Να ενημερωθούν οι φοιτητές για τις πρόσφατες εξελίξεις και τάσεις που επικρατούν γύρω από το Η.Ε. σε παγκόσμιο επίπεδο, σχετικά με την ακαδημαϊκή έρευνα, την επιχειρηματική δραστηριότητα αλλά και τις τεχνολογικές εξελίξεις.



Περιεχόμενο του μαθήματος:

Η αλματώδης ανάπτυξη του Internet, των ψηφιακών καναλιών και των ηλεκτρονικών συναλλαγών κατά τα τελευταία χρόνια έχουν αλλάξει ριζικά το τοπίο της επιχειρηματικής δραστηριότητας και επικοινωνίας μεταξύ επιχειρηματικών εταιρών, επιχειρήσεων και πελατών-καταναλωτών, δημόσιας διοίκησης και πολίτη. Επιπλέον, οι νέες εξελίξεις γύρω από θέματα κοινωνικής δικτύωσης καθώς επίσης η διάδραση μέσα από έξυπνες κινητές συσκευές έχουν διαμορφώσει ένα νέο τοπίο καινοτομίας και επιχειρηματικής δραστηριότητας. Στόχος του συγκεκριμένου μαθήματος είναι να αναπτύξει το θεωρητικό και τεχνολογικό υπόβαθρο που απαιτείται για να κατανοήσει ο φοιτητής τις δυνατότητες και τους περιορισμούς των νέων τεχνολογιών και επιχειρηματικών μοντέλων και να είναι σε θέση να αξιοποιήσει τις νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες που παρουσιάζονται. Στο πλαίσιο του μαθήματος εξετάζονται διαφορετικά επιχειρηματικά μοντέλα και εφαρμογές ηλεκτρονικού επιχειρείν, η απαιτούμενη τεχνολογική υποδομή, ο τρόπος προώθησής τους, θέματα διασύνδεσης συστημάτων και οργανισμών και γενικότερα διάφορα πρακτικά θέματα που σχετίζονται με την επιχειρηματική αξιοποίηση και υλοποίηση εφαρμογών ηλεκτρονικού επιχειρείν. Γίνεται παρουσίαση συγκεκριμένων μελετών περίπτωσης και των τεχνολογιών που τις υποστηρίζουν ενώ δίνεται η δυνατότητα πρακτικής εξάσκησης και ανάπτυξης εφαρμογών αξιοποιώντας σύγχρονες πλατφόρμες ανοικτού κώδικα.

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη:

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:

- I.Chaffey, D. (2016). Ψηφιακές Επιχειρήσεις και Ηλεκτρονικό Εμπόριο: Στρατηγική, Υλοποίηση και Εφαρμογή, Εκδόσεις Κλειδάριθμος
- II.Laudon K. & Traver C.G. (2018). Ηλεκτρονικό Εμπόριο 2018, Εκδόσεις Παπασωτηρίου & ΣΙΑ

Τρόπος παράδοσης μαθήματος και διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι:

Το μάθημα βασίζεται σε διαλέξεις, μελέτες περιπτώσεων, ανάλυση παραδειγμάτων και εργασίες.

Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης:

Τελική, γραπτή, ατομική εξέταση. Ομαδικές εργασίες.

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 5780

Τύπος του μαθήματος: Μάθημα Κατεύθυνσης

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 4^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 8^ο εξάμηνο (Εαρινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος: Α.Γκυπάλη

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα:

Μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές θα μπορούν να:

- Αντιλαμβάνονται το ρόλο του επιχειρηματία και σημαντικό ρόλο των ΜΜΕ στην οικονομία.
- Περιγράφουν το προφίλ του επιχειρηματία και θα αξιολογούν τη δυναμική τους ως επιχειρηματίες.
- Αντιλαμβάνονται τις προκλήσεις της επιχειρηματικότητας.



- Εντοπίζουν ευκαιρίες και θα μπορούν να μετατρέψουν επιχειρηματικές ιδέες σε βιώσιμες επιχειρήσεις.
- Αναγνωρίζουν βιώσιμα επιχειρηματικά μοντέλα με έμφαση σε: προτάσεις αξίας, τμήματα πελατών, καναλιών, σχέσεις με πελάτες, μοντέλα εσόδων, συνεργάτες, πόρους και δραστηριότητες, και κόστος.
- Πραγματοποιήσουν στρατηγική ανάλυση για μια νεοφυή επιχείρηση.
- Συγκρίνουν εναλλακτικές νομικές μορφές επιχειρήσεων.
- Αξιολογούν επαρκώς μία υπάρχουσα επιχείρηση (προς εξαγορά).
- Προετοιμάσουν ένα άρτιο επιχειρηματικό σχέδιο και να το παρουσιάσουν σε κοινό.
- Διαχειριστούν αποτελεσματικά τις επιμέρους λειτουργίες της νεοφυούς ή μικρομεσαίας επιχείρησης (χρηματοοικονομική, μάρκετινγκ, εφοδιαστικής αλυσίδας, διοίκησης ανθρώπινου δυναμικού).
- Κατανοούν τις απαιτήσεις όλων των σταδίων της επιχειρηματικής διαδικασίας.
- Να αναπτύξουν και να παρουσιάζουν πλήρη επιχειρηματικά σχέδια.

Περιεχόμενο του μαθήματος:

Το μάθημα παρέχει στους φοιτητές μια οικονομική, πολιτισμική, πολιτική και ψυχολογική προσέγγιση στη δημιουργία και εξέλιξη επιχειρηματικών πρωτοβουλιών. Βοηθά τους φοιτητές να κατανοήσουν τις επιχειρηματικές αρχές που είναι απαραίτητες κατά την έναρξη και λειτουργία της επιχείρησης δίνοντας έμφαση στην χρήση ψηφιακών τεχνολογιών για την υλοποίηση της επιχειρηματικής ιδέας τους. Η Επιχειρηματικότητα είναι ένα μάθημα για φοιτητές από πληθώρα επιστημονικών αντικειμένων που ενδιαφέρονται να διερευνήσουν και να αναπτύξουν τις δεξιότητες και στάσεις που είναι απαραίτητες για τον επιτυχημένο επιχειρηματία.

Σκοπός του μαθήματος είναι να κατανοήσουν οι φοιτητές την έννοια και τη σημασία της επιχειρηματικότητας και να αποκτήσουν γνώσεις και δεξιότητες σχετικά με τον κύκλο της επιχειρηματικής διαδικασίας: από τον εντοπισμό της ευκαιρίας, την αξιολόγηση της επιχειρηματικής ιδέας και τη δημιουργία ενός βιώσιμου επιχειρηματικού μοντέλου μέσω της αξιοποίησης ψηφιακών τεχνολογιών μέχρι την κινητοποίηση πόρων, τη δημιουργία της εταιρίας, τη διαχείριση της ανάπτυξής της έως και την έξοδο από την επιχειρηματική δραστηριότητα.

Οι συγκεκριμένοι στόχοι του μαθήματος είναι:

- Η κατανόηση της έννοιας και της σημασίας της επιχειρηματικότητας.
- Η κατανόηση του οικοσυστήματος της επιχειρηματικότητας και των διαστάσεων που το συνθέτουν.
- Η κατανόηση των εννοιών της καινοτομίας και δημιουργικότητας.
- Η απόκτηση γνώσης και δεξιοτήτων σχετικών με όλα τα στάδια της επιχειρηματικής διαδικασίας:
 - σύλληψη επιχειρηματικής ιδέας
 - αναγνώριση επιχειρηματικού μοντέλου
 - δημιουργία επιχειρηματικού σχεδίου
 - δημιουργία ψηφιακού πρωτοτύπου
 - κινητοποίηση πόρων
 - ίδρυση και επιλογή βιώσιμου μοντέλου ανάπτυξης και
 - διερεύνηση στρατηγικών εξόδου.



Απώτερος στόχος του μαθήματος είναι να ενταχθούν οι φοιτητές στις βασικές αρχές της επιχειρηματικότητας και να συνδυάσουν τις γνώσεις που έχουν αποκτήσει σε άλλα συναφή μαθήματα μέσω της εξέτασης σύγχρονων πρακτικών ζητημάτων επιχειρηματικότητας.

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη:

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:

Βασικά εγχειρίδια:

- Scarborough, N., (2016). «Επιχειρηματικότητα και Διοίκηση Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων». Επιστημονική επιμέλεια: Ε. Γαλανάκη. Εκδόσεις Ιων.
- Κέφης, Β. και Παπαζαχαρίου Π. (2009). «Το επιχειρηματικό όραμα σε business plan». Εκδόσεις Κριτική.
- Deakins D., Freel M., Πέκκα Β. & Χατζηδημητρίου Ι., «Επιχειρηματικότητα και μικρές επιχειρήσεις», Εκδόσεις Rosili, 2014.

Επιπλέον υλικό:

- Storey D., Greene F., Χασσίδ Ι. & Φαφαλιού Ε., «Επιχειρηματικότητα για μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις», Εκδόσεις Κριτική, 2011.
- Osterwalder, A. & Pigneur, Y., (2010), Business Model Generation, John Wiley & Sons. Paperback: 288 pages, ISBN-10: 0470876417, ISBN-13: 978-0470876411.
- Spinelli, S.Jr & Adams, R. (2015), Ελληνική Επιμέλεια Παπαδάκης Β, Δημιουργία Νεοφυών Επιχειρήσεων, Utopia.
- Kuratko, D. F (2013) Entrepreneurship, Theory, Process, Practice. 9th edition, South Western Educational Publishing.

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- Entrepreneurship Theory and Practice
- Strategic Entrepreneurship Journal
- Journal of Small Business Management
- Small Business Economics

Τρόπος παράδοσης μαθήματος και διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι: Οι μέθοδοι διδασκαλίας περιλαμβάνουν μια σειρά διαλέξεων, συζητήσεων και μελετών περίπτωσης, εργαστηρίων (εκμάθησης εργαλείου οικονομικών αναλύσεων, επιχειρηματικού σχεδίου, κ.τ.λ.), χρήση οπτικο-ακουστικού υλικού καθώς και την εκπόνηση εργασιών. Σκοπός του συνδυασμού των μεθόδων αυτών είναι η παροχή των θεωρητικών βάσεων και της πρακτικής γνώσης πάνω στα θέματα επιχειρηματικότητας.

Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης:

Η αξιολόγηση των φοιτητών βασίζεται στα εξής κριτήρια:

- α. Παρουσίαση επιχειρηματικής ιδέας
- β. Συμμετοχή στο εργαστήριο
- γ. Συμμετοχή σε επιχειρηματικό παίγνιο
- δ. Παράδοση γραπτής εργασίας

Ο τελικός βαθμός θα υπολογιστεί ως εξής:

- Παρουσίαση επιχειρηματικής ιδέας: 20%
- Συμμετοχή στο εργαστήριο: 10%



- Συμμετοχή στο επιχειρηματικό παίγνιο: 10% (προαιρετική)
- Παράδοση γραπτής εργασίας (επιχειρηματικό σχέδιο): 70%

Για την εργασία τους οι φοιτητές θα εργαστούν ατομικά. Η εργασία, η οποία είναι ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΗ, συνίσταται στην αναγνώριση μιας επιχειρηματικής ιδέας και ενός βιώσιμου επιχειρηματικού μοντέλου και στην ανάπτυξη του πλήρους επιχειρηματικού σχεδίου μιας νέας επιχείρησης.

Τα παραδοτέα της εργασίας συνίστανται σε:

- Παρουσίαση της επιχειρηματικής ιδέας, της επιχειρηματικής ευκαιρίας και του επιχειρηματικού μοντέλου
- Ανάπτυξη πλήρους επιχειρηματικού σχεδίου

B3.2.2 Διοίκηση Επιχειρήσεων και Ανθρώπινου Δυναμικού

ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΛΛΑΓΩΝ ΣΤΗΝ ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΠΟΧΗ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 5415

Τύπος του μαθήματος: Μάθημα Κατεύθυνσης

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 4^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 7ο εξάμηνο (Χειμερινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος: Μ. Βακόλα

Περιεχόμενο του μαθήματος: Οι οργανισμοί λειτουργούν, αναπτύσσονται και καλούνται να επιβιώσουν μέσα σε ένα περιβάλλον που συνεχώς αλλάζει και εξελίσσεται. Συνεπώς βασική προϋπόθεση επιβίωσης είναι η παρακολούθηση και προσαρμογή στις εξελίξεις και στις αλλαγές του εξωτερικού περιβάλλοντος και η αποτελεσματική διοίκηση των ανθρώπων αφού το ανθρώπινο δυναμικό είναι ο βασικότερος παράγοντας επιτυχίας ενός οργανισμού. Τα επιτυχημένα στελέχη είναι υποχρεωμένα να παρακολουθούν αυτές τις εξελίξεις και να τις παίρνουν σοβαρά υπόψη τους στην άσκηση της διοίκησης. Σκοπός του μαθήματος είναι η ανάλυση αποτελεσματικών τρόπων προσαρμογής σε αλλαγές που όλοι οι οργανισμοί σε μεγαλύτερο ή μικρότερο βαθμό καλούνται να αντιμετωπίσουν ώστε να επιβιώσουν.

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα: Η επιτυχής διεξαγωγή του μαθήματος βασίζεται τόσο στην παρουσίαση των βασικών αρχών διοίκησης αλλαγών με έμφαση τον ανθρώπινο παράγοντα όσο και στην ανάλυση πρακτικών παραδειγμάτων με σκοπό την ενσωμάτωση της θεωρίας στην πράξη και την βελτίωση των υφιστάμενων πρακτικών.

- I. Να γίνει αντιληπτή η έννοια της αλλαγής σε προσωπικό, ομαδικό και οργανωσιακό επίπεδο
- II. Να προσδιοριστούν οι παράγοντες επιτυχίας ή αποτυχίας μια αλλαγής
- III. Να αναλυθούν τα μοντέλα και οι θεωρίες της διοίκησης των αλλαγών
- IV. Να παρουσιαστούν πρακτικά παραδείγματα εταιρειών που έχουν επιτύχει ή αποτύχει σε αλλαγές
- V. Να αποκτηθούν ικανότητες για να αντιμετωπιστούν οι διάφορες φάσεις της αλλαγής

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη:

- Βακόλα, Μ. & Κατσαρός, Κ., (2020), Διοικώντας τις αλλαγές, Εκδόσεις Μπένου
- Kotter, J. P. (1996). *Leading change*. Harvard Business Review Press.
- Hiatt, J. (2006). *ADKAR: A model for change in business, government, and our community*. Prosci Learning Center Publications.
- Cameron, E., & Green, M. (2019). *Making sense of change management: A complete guide to the models, tools, and techniques of organizational change* (5th ed.). Kogan Page.
- Burnes, B. (2009). *Managing change: A strategic approach to organisational dynamics* (5th ed.). Pearson Education

Τρόπος παράδοσης μαθήματος (κατανομή σε διαλέξεις, σεμινάρια, εργαστήρια) και διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι:

Οι διδακτικές μέθοδοι περιλαμβάνουν διαδραστικές διαλέξεις, μελέτες περίπτωσης, ατομικές και ομαδικές ασκήσεις καθώς και ένα workshop για ανάπτυξη ικανοτήτων



Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης: Η αξιολόγηση του μαθήματος στηρίζεται στις εξετάσεις έχοντας μια εργασία που είναι προαιρετική και πρωτοδοτική.

ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΗ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 5783

Τύπος του μαθήματος: Μάθημα Κατεύθυνσης

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 4^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 7^ο εξάμηνο (Χειμερινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος/διδασκόντων: Ε. Γαλανάκη, Λ. Παναγιωτοπούλου

Περιεχόμενο του μαθήματος: Η συμβουλευτική επιχειρήσεων είναι ένα μάθημα εφαρμογής που μελετά τον επαγγελματικό χώρο της συμβουλευτικής επιχειρήσεων. Το μάθημα είναι σχεδιασμένο ώστε να παρέχει ένα πλαίσιο κατανόησης της τεχνικής και της επιστημονικής βάσης της προσφοράς συμβουλευτικών υπηρεσιών σε επιχειρήσεις- πελάτες του ιδιωτικού και του δημόσιου τομέα.

Στο μάθημα θα αναπτυχθούν οι ακόλουθες ενότητες:

1. Ο κλάδος της Διοικητικής Συμβουλευτικής
 - 1.1 Παρεχόμενες Υπηρεσίες
 - 1.2 Μέγεθος και Ανταγωνιστικότητα του κλάδου της συμβουλευτικής
 - 1.3 Διεθνείς και διαχρονικές τάσεις στον κλάδο
 - 1.4 Επαγγελματικό προφίλ του συμβούλου επιχειρήσεων
2. Θεωρητικό Υπόβαθρο της συμβουλευτικής και της εξωτερικής ανάθεσης - Η απόφαση make or buy
3. Ο κύκλος της συμβουλευτικής
 - 3.1 Συμβουλευτική πρόταση/ Επίτευξη συμφωνίας
 - 3.2 Εφαρμογή συμβουλευτικού έργου
 - 3.4 Κλείσιμο συμβουλευτικού έργου- παράδοση
 - 3.5 Έλεγχος συμβουλευτικού έργου
4. Το συμβουλευτικό έργο από την πλευρά του πελάτη

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα: Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι συμμετέχοντες θα πρέπει:

1. Να έχουν κατανοήσει σε βάθος τις υπευθυνότητες και τη χρήση της συμβουλευτικής των επιχειρήσεων.
2. Να εφαρμόζουν ένα πλαίσιο διαδικασιών συμβουλευτικής για έναν πελάτη.
3. Να αναπτύξουν μια πρόταση και ένα σχέδιο δράσης για έναν πελάτη.
4. Να μπορούν να χρησιμοποιούν αποτελεσματικά τις διαδικασίες και τα εργαλεία της συμβουλευτικής των επιχειρήσεων.
5. Να κάνουν αποτελεσματικές γραπτές και προφορικές παρουσιάσεις σε πελάτες.

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη:

- Wickham L. and Wilcock, J. , 2016. Management Consulting: Delivering an Effective Project. Pearson, 4th edition



- Weiss, 2011. The Consulting Bible: Everything You Need to Know to Create and Expand a Seven-Figure Consulting Practice. Wiley
- Silberman, 2000. The Consultant's Toolkit: High-Impact Questionnaires, Activities and How-to Guides for Diagnosing and Solving Client Problems. McGraw-Hill Education
- Scott & Barnes, 2011. Consulting on the Inside: An Internal Consultant's Guide to Living and Working Inside Organizations. ASTD, 2nd edition
- Katcher and Snyder, 2008. An Insider's Guide to Building a Successful Consulting Practice. AMACOM
- Maylor, H. 2005. Διαχείριση έργων. Εκδόσεις Κλειδάριθμος
- Burke, Rory, 2014. Διαχείριση έργου: Αρχές και τεχνικές. Εκδόσεις Κριτική

Τρόπος παράδοσης μαθήματος και διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι:

Διάλεξη με διαδραστικό χαρακτήρα (αναλύσεις παραδειγμάτων και μελετών περιπτώσεων & workshops βασισμένα στα συμβουλευτικά έργα).

Ομαδική εργασία εφαρμογής των θεωριών και των μοντέλων σε επιχειρήσεις- πελάτες από διαφορετικούς κλάδους και σε διάφορα αντικείμενα.

Εκπαιδευτικό υλικό

- Γαλανάκη, Ε. και Παναγιωτοπούλου, Λ. (2018). Συμβουλευτική των Επιχειρήσεων. Πανεπιστημιακές σημειώσεις, ΟΠΑ
- Baaij M. (2022) An Introduction to Management Consultancy, Second Edition, Sage

Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης:

Εκπόνηση συμβουλευτικού έργου: 80%

Οι συμμετέχοντες καλούνται να εφαρμόσουν τις γνώσεις που πήραν από το μάθημα με την εκπόνηση ενός ολοκληρωμένου συμβουλευτικού έργου. (πρόταση- μελέτη- διαχείριση- παράδοση)

Συμμετοχή στις διαλέξεις: 20%

Ή για όσους-ες δε δύνανται να παρακολουθήσουν και να πραγματοποιήσουν εργασία:

Γραπτή εξέταση: 100%.

Οι ερωτήσεις προϋποθέτουν καλή και σε βάθος κατανόηση του περιεχομένου του μαθήματος, χρήση αναλυτικής ικανότητας και δυνατότητα πρακτικής εφαρμογής της θεωρίας.

ΘΕΤΙΚΗ ΟΡΓΑΝΩΣΙΑΚΗ ΠΑΙΔΕΙΑ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 5782

Τύπος του μαθήματος: Μάθημα Κατεύθυνσης

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 4^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 8ο εξάμηνο (Εαρινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος: Ε. Νικάνδρου

Περιεχόμενο του μαθήματος: Η Θετική Οργανωσιακή Παιδεία (ΘΟΠ) είναι μια νέα προσέγγιση που εστιάζει στη μελέτη των δυναμικών διαδικασιών μέσα στους οργανισμούς που οδηγούν στην ανάπτυξη των ανθρώπινων και των οργανωσιακών ικανοτήτων. Σκοπός του συγκεκριμένου μαθήματος είναι οι σπουδαστές να μελετήσουν και να κατανοήσουν το πώς μπορούν να δημιουργήσουν και να διοικήσουν οργανισμούς στους οποίους τα άτομα



ευημερούν και αποδίδουν το καλύτερο δυνατό. Η ατομική και ομαδική ευημερία είναι το κλειδί για την οργανωσιακή αριστεία. Η πρόκληση από αυτήν την οπτική είναι διττή, α) σε προσωπικό επίπεδο, τί κάνει, πώς δημιουργεί το πλαίσιο για να φέρνει εξαιρετικά αποτελέσματα, και β) από το ρόλο του μάνατζερ πώς δημιουργεί και ενεργοποιεί πλαίσια (εργασίες, κουλτούρες, δομές και διαδικασίες) που επιτρέπουν στα άτομα και τις ομάδες να ευημερούν. Αρχίζουμε από την προσέγγιση των θετικών ατομικών χαρακτηριστικών, συναισθημάτων και αρετών και πώς αυτά σχετίζονται με την ανάπτυξη στον εργασιακό χώρο. Στη συνέχεια, θα εξετάσουμε τις θετικές σχέσεις στον εργασιακό χώρο, ποιά είναι τα χαρακτηριστικά τους και πώς μπορούμε να τις αναπτύξουμε. Θα δούμε μέσα από ποιές οργανωσιακές πρακτικές βοηθούμε τους ανθρώπους και τους οργανισμούς να φέρουν εξαιρετικά αποτελέσματα και πώς μπορούμε να προσεγγίσουμε τα προβλήματα και τις προκλήσεις μέσα από ένα θετικό πρίσμα.

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα: Με την ολοκλήρωση του μαθήματος, οι σπουδαστές θα είναι σε θέση:

- I. Να εξηγούν τις πολυεπίπεδες συνέπειες των θετικών παρεμβάσεων τόσο σε επίπεδο οργανισμού όσο και σε ατομικό επίπεδο.
- II. Να γνωρίζουν τη μεθοδολογία και τα επιστημονικά εργαλεία για τη μελέτη και τη μέτρηση θετικών οργανωσιακών παρεμβάσεων.
- III. Να αναφέρουν τους θετικούς οργανωσιακούς μηχανισμούς και τις διαδικασίες για εξαιρετικά αποτελέσματα.
- IV. Να σχεδιάζουν πρακτικές διαχείρισης οργανισμών, τμημάτων και εργασιών που προωθούν την ευημερία και την αριστεία.
- V. Να αναπτύσσουν προγράμματα ανάπτυξης του ψυχολογικού και κοινωνικού κεφαλαίου των οργανισμών.

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη:

- Σταλίκας, Α., Γιωτσίδου, Ε., Καρακασίδου, Ε. (2020), *Κατακτώντας την Ευημερία*, Μοτίβο Εκδοτική, Αθήνα
- Coon, D., Mitterer, J., & Martini, T. (2023), *Εισαγωγή στην Ψυχολογία*, Utopia Εκδόσεις, Αθήνα

Τρόπος παράδοσης μαθήματος και διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι: Στο μάθημα θα χρησιμοποιήσουμε πολλές και διαφορετικές εκπαιδευτικές μεθόδους, ώστε ο κάθε σπουδαστής να αντλήσει τις απαραίτητες γνώσεις και ικανότητες από διαφορετικές μαθησιακές εμπειρίες και να αποσαφηνίζονται οι θεωρητικές έννοιες. Μικρής διάρκειας διαλέξεις, μελέτες περίπτωσης, ατομικές και ομαδικές ασκήσεις, αυτοδιαγνωστικά ερωτηματολόγια, βίντεο και συζητήσεις είναι οι εκπαιδευτικές μέθοδοι πάνω στις οποίες δομούνται τα μαθήματα.

Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης:

Γραπτή Εξέταση: 75%

Τα θέματα στη γραπτή εξέταση θα απαιτούν από τους σπουδαστές εις βάθος γνώση των θεμάτων που έχουν αναπτυχθεί στο μάθημα και κριτικό στοχασμό.

Γραπτές Εργασίες και Παρουσιάσεις: 25%

Δύο γραπτές ατομικές εργασίες που αφορούν κριτικό αναστοχασμό σε θέματα και έννοιες που έχουν συζητηθεί κατά τη διάρκεια του μαθήματος. Μια ατομική γραπτή εργασία που έχει σχεδιασθεί για να ανακαλύψουν και να αναδείξουν οι σπουδαστές τις ικανότητες, στάσεις και συμπεριφορές που έχουν και μπορούν να βοηθήσουν στο χτίσιμο εργασιακών σχέσεων υψηλής ποιότητας. Μια ομαδική εργασία για το σχεδιασμό και τη δημιουργία θετικών οργανωσιακών πρακτικών.



ΗΓΕΣΙΑ & ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 5428

Τύπος του μαθήματος: Μάθημα Κατεύθυνσης

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 4^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 8^ο εξάμηνο (Εαρινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος: Λ. Παναγιωτοπούλου

Περιεχόμενο του μαθήματος: Σκοπός του μαθήματος είναι να βοηθήσει τους φοιτητές/τριες να κατανοήσουν τη σημασία που έχουν οι προσωπικές ικανότητες για ένα επιτυχημένο διοικητικό στέλεχος στη σύγχρονη επιχείρηση. Στο πλαίσιο αυτό το μάθημα αποσκοπεί να βοηθήσει τους συμμετέχοντες τόσο να αναλύσουν και να καταγράψουν τις προσωπικές τους ικανότητες, όσο και να τις βελτιώσουν, όσο αυτό είναι δυνατό, μέσα σ' ένα ασφαλές περιβάλλον.

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα: Μετά το πέρας του μαθήματος, οι φοιτητές/τριες θα είναι σε θέση να:

- I. Αναγνωρίζουν βασικές διοικητικές ικανότητες
- II. Εξηγούν τη συνάφειά τους με την αποτελεσματικότητα των διοικητικών στελεχών
- III. Αναπτύσσουν συμπεριφορές που σχετίζονται με τις διοικητικές ικανότητες τόσο στο επαγγελματικό όσο και στο προσωπικό τους πλαίσιο
- IV. Εξηγούν διοικητικά προβλήματα υπό το πρίσμα των διοικητικών ικανοτήτων

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη:

- Winston, N., Άσκηση Ηγεσίας, Εκδ. Rosili, 2016.
- Ιορδάνογλου Δ. & συν., Ηγέτες του Μέλλοντος, Εκδ. Πεδίο, 2016.
- Ιορδάνογλου Δ., Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού στις Σύγχρονες Οργανώσεις, Νέες Τάσεις και Πρακτικές, Εκδ. Κριτική, 2008.
- Βακόλα Μ. & Νικολάου Ι., Οργανωσιακή Ψυχολογία & Συμπεριφορά, Εκδ. Rossili, 2012.

Τρόπος παράδοσης μαθήματος και διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι:

Στο μάθημα, εκτός των διαλέξεων, θα χρησιμοποιηθούν βιωματικές μέθοδοι μάθησης, όπως αυτοδιαγνωστικά ερωτηματολόγια, ασκήσεις ρόλων, παρουσιάσεις, μελέτες περίπτωσης. Για το λόγο αυτό η συμμετοχή στην τάξη θεωρείται απαραίτητη για την ανάπτυξη των δεξιοτήτων, όπως περιγράφονται παραπάνω.

Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης

Γραπτή εξέταση: 50%.

Οι ερωτήσεις προϋποθέτουν καλή και σε βάθος κατανόηση του περιεχομένου του μαθήματος, χρήση αναλυτικής ικανότητας και δυνατότητα πρακτικής εφαρμογής της θεωρίας.

Γραπτές εργασίες, παρουσιάσεις και συμμετοχή στην τάξη: 50%

Για την αποτελεσματική ανάπτυξη των δεξιοτήτων είναι απαραίτητη η συμμετοχή στις βιωματικές ασκήσεις που γίνονται στην τάξη. Με βάση αυτές οι συμμετέχοντες καταρτίζουν ένα γραπτό προσωπικό πλάνο ανάπτυξης. Γίνονται επίσης ομαδικές εργασίες και παρουσιάσεις.



B3.2.3 Επιχειρησιακή Αναλυτική

ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 5689

Τύπος του μαθήματος: Μάθημα Κατεύθυνσης

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 4^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 7^ο εξάμηνο (Χειμερινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος: Θ. Λάμπας

ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ:

Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές θα πρέπει:

- Να έχουν κατανοήσει και να μπορούν να χρησιμοποιήσουν ένα μεγάλο φάσμα εργαλείων και τεχνικών ανάλυσης και συσχέτισης δεδομένων από το διαδίκτυο και τα κοινωνικά δίκτυα.
- Να συλλέγουν δεδομένα από το διαδίκτυο και τα κοινωνικά δίκτυα.
- Να αναλύουν τη δομή (π.χ. κεντρικότητα κόμβων), τα χαρακτηριστικά και να αναπαριστούν κοινωνικά δίκτυα, καθώς επίσης και να εξάγουν χρήσιμη γνώση για εφαρμογές μάρκετινγκ.
- Να εφαρμόζουν διάφορα μοντέλα ομαδοποίησης και κατηγοριοποίησης για την ανάλυση και την εξόρυξη γνώσης από κείμενα και την εκτέλεση αναλύσεων συναισθήματος.
- Να σχεδιάζουν συστήματα συστάσεων χρησιμοποιώντας μεθόδους συνεργατικού φιλτραρίσματος (collaborative filtering).
- Να χρησιμοποιούν για τη μέτρηση κλικ δεδομένων το google analytics, για την ανάλυση δικτύων το NodeXL και το Gephi, για την ανάλυση κειμένων το Rapid Miner και για την εκτέλεση μεθόδων μηχανικής μάθησης την γλώσσα προγραμματισμού Python 3.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ:

Αυτό το μάθημα επιδιώκει να εφοδιάσει τους φοιτητές με τις γνώσεις και τις δεξιότητες που απαιτούνται για να αναλύουν δεδομένα από τον παγκόσμιο ιστό και από κοινωνικά δίκτυα. Αρχικά, έμφαση δίνεται στην χρήση εργαλείων που επιτρέπουν την ανίχνευση, πρόσβαση, διαχείριση, και εξαγωγή δεδομένων από το διαδίκτυο (web scraping). Χρησιμοποιώντας αυτά τα δεδομένα οι φοιτητές θα εκτεθούν στη χρήση μεθόδων εξόρυξης γνώσης (text mining) από μη δομημένα κείμενα (π.χ. tweets, Facebook posts, blog posts, σχόλια και αξιολογήσεις χρηστών για ταινίες, εστιατόρια, άρθρα εφημερίδων κ.α.) και στην εφαρμογή διαφόρων μεθόδων (π.χ. λογιστική παλινδρόμηση, δέντρα αποφάσεων και κοντινότερου γείτονα) προκειμένου να αναλύσουν το κείμενο και να εκτελέσουν αναλύσεις συναισθήματος (sentiment analysis). Να δημιουργήσουν συστήματα συστάσεων (recommendation systems) με συνεργατικό φιλτράρισμα. Στη συνέχεια, θα δοθεί έμφαση στις βασικές πτυχές της διαδικτυακής διαφήμισης, όπως η πληρωμή ανά κλικ (pay per click) και η βελτιστοποίηση μηχανών αναζήτησης (search engine optimization). Οι φοιτητές επίσης θα εκτεθούν στη χρήση του google analytics για να παρακολουθήσουν την κίνηση ιστοσελίδων, να μετρήσουν την απόδοση μετατροπής (conversion rate), και να υπολογίσουν την απόδοση της επένδυσης (return of investment - ROI) σε ένα πολυ-καναλικό ψηφιακό περιβάλλον μάρκετινγκ. Τέλος, οι φοιτητές θα χρησιμοποιήσουν διάφορα εργαλεία και τεχνικές για να αναλύσουν και να περιγράψουν τη δομή κοινωνικών δικτύων, να μοντελοποιήσουν την εξέλιξή τους, και να εξάγουν χρήσιμα συμπεράσματα σχετικά με τις ιδιότητες και τις συμπεριφορές τους.



ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:

- Μπάλτας, Γ. & Ρεπούσης Π. (2018). Επιχειρησιακή αναλυτική και ποσοτικά υποδείγματα μάρκετινγκ και διαδικτύου. Εκδόσεις Rosili, Αθήνα.
- Golbeck J. (2013). *Analyzing the social web*. Newnes, Elsevier, Holland.
- Hansen D., Shneiderman B., and Smith M.A. (2010). *Analyzing social media networks with NodeXL: Insights from a connected world*. Morgan Kaufmann.
- Sharma H. (2015). *Maths and Stats for Web Analytics and Conversion Optimization*, Optimization Smart, UK.

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- Information Systems Research
- Marketing Science
- Journal of Retailing
- INFORMS Journal on Data Science
- INFORMS Journal on Applied Analytics

Τρόπος παράδοσης μαθήματος και διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι:

Διαλέξεις για τη θεωρία, τη μοντελοποίηση και την εφαρμογή των μεθόδων και τεχνικών για την επίλυση προβλημάτων. Διαλέξεις με διαδραστικό χαρακτήρα για την ανάλυση παραδειγμάτων και την ομαδική μελέτη περιπτώσεων σε πραγματικά δεδομένα. Διαλέξεις εργαστηριακού τύπου για τη εισαγωγή στη χρήση σχετικού λογισμικού.

Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης:

Εργασία: 100%

Επίλυση ασκήσεων που προϋποθέτουν σε βάθος κατανόηση του περιεχομένου του μαθήματος και αναλυτική ικανότητα.

ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 5691

Τύπος του μαθήματος: Μάθημα Κατεύθυνσης

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 4^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 7^ο εξάμηνο (Χειμερινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος: Π. Ρεπούσης

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα:

Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές θα πρέπει:

- Να σχεδιάζουν και να εφαρμόζουν μοντέλα χρονολογικών σειρών για την πρόβλεψη της ζήτησης.
- Να σχεδιάζουν και να εφαρμόζουν πολυμεταβλητά μοντέλα πρόβλεψης χρησιμοποιώντας τόσο ιστορικά δεδομένα όσο και δεδομένα για άλλους σχετικές παράγοντες.
- Να εφαρμόζουν μοντέλα ομαδοποίησης με σκοπό την μοντελοποίηση και ομαδοποίηση πελατών.
- Να εφαρμόζουν τεχνικές ανάλυσης καλαθιού αγορών.



- Να αναπτύσσουν μοντέλα κατηγοριοποίησης για την μοντελοποίηση της συμπεριφοράς των πελάτων.
- Να εφαρμόζουν μεθόδους για τη βελτιστοποίηση της τοποθέτησης προϊόντων και της προσφερόμενης ποικιλίας προϊόντων σε ένα ή πολλαπλά σημεία πώλησης, να αναπτύσσουν στρατηγικές αγορών και τιμολόγησης για προϊόντα με μικρή διάρκεια ζωής, εποχιακών προϊόντων.

Περιεχόμενο του μαθήματος:

Στόχος του μαθήματος Αναλυτικής Μάρκετινγκ είναι να παρέχει στους φοιτητές τις γνώσεις και τις δεξιότητες που απαιτούνται για να σχεδιάσουν, να αναπτύξουν και να υλοποιήσουν στην πράξη εργαλεία ανάλυσης δεδομένων μάρκετινγκ, μεθόδους βελτιστοποίησης, εργαλεία προγνωστικής ανάλυσης και συσχέτισης, εξόρυξης γνώσης, παρουσίασης δεδομένων, και μοντέλα αποφάσεων με στόχο την έγκαιρη, έγκυρη και τεκμηριωμένη λήψη αποφάσεων σε όλο το φάσμα της διοίκησης των αγορών και των διεπιχειρησιακών (business-to-business) δικτύων εφοδιασμού στις οποίες απευθύνεται και συνδέεται αντίστοιχα μία επιχείρηση.

Στο μεθοδολογικό επίπεδο, οι φοιτητές θα αποκτήσουν γνώσεις και δεξιότητες σε διάφορες στατιστικές μεθόδους με σκοπό την περιγραφική ανάλυση δεδομένων (descriptive analytics), την ανάπτυξη μοντέλων που να προβλέπουν μελλοντικές τάσεις και συμπεριφορές (predictive analytics) και την ανάπτυξη μοντέλων βελτιστοποίησης (prescriptive analytics). Προς τούτο, οι φοιτητές θα χρησιμοποιήσουν διάφορα εργαλεία και βιβλιοθήκες της γλώσσας προγραμματισμού Python 3.

Συνιστώμενη Βιβλιογραφία προς μελέτη

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:

- Μπάλας, Γ. και Ρεπούσης, Π.Π. (2018). *Επιχειρησιακή Αναλυτική και Ποσοτικά Υποδείγματα Μάρκετινγκ και Διαδικτύου*, Εκδόσεις Rosili, 2^η έκδοση.
- Iacobucci D. (2015). *Marketing Models: Multivariate Statistics and Marketing Analytics*, Earlie Lite Books, Nashville, USA.
- Winston W. (2014). *Marketing Analytics: Data-driven techniques with Microsoft Excel*, Wiley, Hoboken, USA.
- Bodea T. and Ferguson M. (2014). *Segmentation, Revenue Management, and Pricing Analytics*, Taylor and Francis, New York, USA.

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- Information Systems Research
- Marketing Science
- Journal of Retailing
- INFORMS Journal on Data Science
- INFORMS Journal on Applied Analytics

Τρόπος παράδοσης μαθήματος και διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι:

Διαλέξεις για τη θεωρία, τη μοντελοποίηση και την εφαρμογή των μεθόδων και τεχνικών για την επίλυση προβλημάτων.

Διαλέξεις με διαδραστικό χαρακτήρα για την ανάλυση παραδειγμάτων και την ομαδική μελέτη περιπτώσεων σε πραγματικά δεδομένα.

Διαλέξεις εργαστηριακού τύπου για τη εισαγωγή στη χρήση σχετικού λογισμικού.

Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης:

Γραπτή εξέταση: 100%.

Επίλυση ασκήσεων με ανοιχτές σημειώσεις και χρήση υπολογιστή που προϋποθέτουν σε βάθος κατανόηση του περιεχομένου του μαθήματος και αναλυτική ικανότητα.



Προαιρετική γραπτή εργασία: έως 25% του βαθμού

Σχεδιασμός, ανάπτυξη και εφαρμογή μίας ή περισσότερων ποσοτικών μεθόδων αναλυτικής μάρκετινγκ σε πραγματικά δεδομένα.

ΠΟΣΟΤΙΚΑ ΜΟΝΤΕΛΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 5688

Τύπος του μαθήματος: Μάθημα Κατεύθυνσης

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: : 4^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 8^ο εξάμηνο (Εαρινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος: Γ. Μπάλτας

Περιεχόμενο του μαθήματος: Σκοπός του μαθήματος είναι η εισαγωγή των ποσοτικών μοντέλων που εφαρμόζονται για την ερμηνεία προβλημάτων και τη λήψη αποφάσεων στο μάρκετινγκ. Τα περιεχόμενα του μαθήματος περιλαμβάνουν τα ακόλουθα θέματα: Αρχές και πρακτική εφαρμογή ποσοτικών μοντέλων μάρκετινγκ. Η εφαρμογή των μοντέλων στην λήψη αποφάσεων και η πρακτική τους αξιοποίηση. Εμπειρικά δεδομένα για ποσοτικά μοντέλα μάρκετινγκ. Οι νέες τεχνολογίες συλλογής και ανάλυσης δεδομένων στο μάρκετινγκ. Τα είδη των ποσοτικών υποδειγμάτων. Σχεδιασμός και εμπειρική εκτίμηση ποσοτικών μοντέλων. Σχεδιασμός πειραμάτων. Μοντέλα διακριτής Επιλογής. Εφαρμογές.

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα: Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι συμμετέχοντες θα πρέπει:

- I. Να γνωρίζουν πώς και γιατί χρησιμοποιούνται τα ποσοτικά μοντέλα.
- II. Να γνωρίζουν τον σχεδιασμό και την εφαρμογή ποσοτικών μοντέλων σε εμπειρικά δεδομένα.
- III. Να κατανοούν τις πρακτικές εφαρμογές των ποσοτικών υποδειγμάτων.
- IV. Να μπορούν να χρησιμοποιούν ποσοτικά μοντέλα στην πράξη και να διεξάγουν πραγματικές αναλύσεις σε υπολογιστή.

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη

Μπάλτας, Γ. & Ρεπούσης Π. (2018). Επιχειρησιακή αναλυτική και ποσοτικά υποδείγματα μάρκετινγκ και διαδικτύου. Εκδόσεις Rosili, Αθήνα.

Τρόπος παράδοσης μαθήματος και διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι: Διαλέξεις, μελέτες περιπτώσεων, εργαστήρια, και ομαδικές εργασίες.

Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης:

Γραπτή εξέταση και ομαδικές εργασίες.

ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΛΥΣΗ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΩΝ ΕΝΕΡΓΕΙΩΝ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 5667

Τύπος του μαθήματος: Κατεύθυνσης

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 4^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 8^ο εξάμηνο (Εαρινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων : 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος: Π. Αργουσιδης



Περιεχόμενο του μαθήματος: Οι προωθητικές ενέργειες αποτελούν στοιχείο του μείγματος προβολής. Η παραδοσιακή διαφήμιση στοχεύει, πρωτίστως, στην οικοδόμηση εικόνας για ένα προϊόν στην αντίληψη του καταναλωτή, με τρόπο σταδιακό και σε ορίζοντα μακροπρόθεσμο. Η ειδοποιός διαφορά των προωθητικών ενεργειών είναι ότι στοχεύουν να επηρεάσουν με τρόπο άμεσο την προτίμηση του καταναλωτή προς συγκεκριμένο προϊόν και να ενθαρρύνουν άμεση αγοραστική απόφαση. Αυτό επιτυγχάνεται μέσω της παροχής βραχυπρόθεσμων οικονομικών κινήτρων από τον παραγωγό (ή το λιανέμπορο) προς τον καταναλωτή. Το παρόν μάθημα καλύπτει σε βάθος τα ακόλουθα θέματα: (α) γενικές αρχές προωθητικών ενεργειών, (β) εναλλακτικές μέθοδοι προωθητικών ενεργειών, (γ) γενικές καταστάσεις που οδηγούν παραγωγούς και λιανέμπορους σε προωθητικές ενέργειες, (δ) σχεδιασμός προωθητικών ενεργειών, (ε) υλοποίηση προωθητικών ενεργειών και (στ) μέτρηση της αποτελεσματικότητας προωθητικών ενεργειών μετά το πέρας της ισχύος τους.

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα: Με την ολοκλήρωση των διαλέξεων του παρόντος μαθήματος, οι φοιτητές θα πρέπει:

- I. Να γνωρίζουν τις γενικές αρχές που διέπουν τη λειτουργία των προωθητικών ενεργειών,
- II. Να μπορούν να κάνουν διάκριση μεταξύ των εναλλακτικών μεθόδων προωθητικών ενεργειών,
- III. Να μπορούν να σχεδιάζουν και να υλοποιούν προωθητικές ενέργειες για καταναλωτικά, διαρκή και ευπαθή προϊόντα, καθώς και να εκτιμούν την αποτελεσματικότητα των εν λόγω ενεργειών μετά το πέρας της ισχύος τους,
- IV. Να είναι προετοιμασμένοι να χρησιμοποιήσουν τη γνώση που θα αποκτήσουν, σε περίπτωση που θα εργασθούν σε θέση με καθήκοντα σχεδιασμού, υλοποίησης και ανάλυσης προωθητικών ενεργειών, είτε σε επιχείρηση παραγωγής προϊόντων, είτε σε αλυσίδα καταστημάτων λιανικής πώλησης.

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη:

- Baltas G., Argouslidis P.C., & Skarmeeas, D. (2010), "The role of customer factors in multiple store patronage: A cost-benefit approach", *Journal of Retailing*, Vol. 86(1), pp. 37-50.
- Chen, H.A., Marmorstein, H., Tsiros, M., and Rao, A.R., (2012), "When more is less: The impact of base value neglect on consumer preferences for bonus packs over price discounts", *Journal of Marketing*, Vol. 76(4), pp. 64-77.
- DelVecchio D., Krishnan S., & Smith D.C. (2007), "Cents or percent? The effects of promotion framing on price expectations and choice", *Journal of Marketing*, Vol. 71(3), pp. 158-170.
- Fox, E. J., & Hoch, S. J. (2005), "Cherry-picking", *Journal of Marketing*, Vol. 69(1), pp. 46-62.
- Kan, C., Liu, Y., Lichtenstein, D.R., & Janiszewski, C. (2023), "The negative and positive consequences of placing nonpromoted products next to promoted products", *Journal of Marketing*, Vol. 87(6), pp. 928-948.
- Laran, J. and Tsiros, M. (2013), "An investigation of the effectiveness of uncertainty in marketing promotions involving free gifts", *Journal of Marketing*, Vol. 77(2), pp. 112-123.
- Leeflang, P.S.H. & Parreño-Selva, J. (2012), "Cross-category demand effects of price promotions", *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 40(4), pp. 572-586.



- Tsiros, M., and Hardesty, D., (2010). “Ending a price promotion: Retracting it in one step or phasing it out gradually”, *Journal of Marketing*, Vol. 74(1), pp. 49-64.
- Tsiros, M., and Heilman, C.M., (2005). “The effect of expiration dates and perceived risk on purchasing behavior in grocery store perishable categories”, *Journal of Marketing*, Vol. 69(2), pp. 114-129.

Τρόπος παράδοσης μαθήματος: Διαλέξεις που αναλύουν τις καλυπτόμενες έννοιες, βάσει θεωρίας, παραδειγμάτων και μελετών περιπτώσεων πρακτικών εφαρμογών.

Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης: Η αξιολόγηση του μαθήματος βασίζεται σε γραπτή εξέταση (με βαρύτητα 100%).



B3.2.4 Ψηφιακό Μάρκετινγκ

ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 5689

Τύπος του μαθήματος: Μάθημα Κατεύθυνσης

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 4^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 7^ο εξάμηνο (Χειμερινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος: Θ. Λάμπας

ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ:

Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές θα πρέπει:

- Να έχουν κατανοήσει και να μπορούν να χρησιμοποιήσουν ένα μεγάλο φάσμα εργαλείων και τεχνικών ανάλυσης και συσχέτισης δεδομένων από το διαδίκτυο και τα κοινωνικά δίκτυα.
- Να συλλέγουν δεδομένα από το διαδίκτυο και τα κοινωνικά δίκτυα.
- Να αναλύουν τη δομή (π.χ. κεντρικότητα κόμβων), τα χαρακτηριστικά και να αναπαριστούν κοινωνικά δίκτυα, καθώς επίσης και να εξάγουν χρήσιμη γνώση για εφαρμογές μάρκετινγκ.
- Να εφαρμόζουν διάφορα μοντέλα ομαδοποίησης και κατηγοριοποίησης για την ανάλυση και την εξόρυξη γνώσης από κείμενα και την εκτέλεση αναλύσεων συναισθήματος.
- Να σχεδιάζουν συστήματα συστάσεων χρησιμοποιώντας μεθόδους συνεργατικού φιλτραρίσματος (collaborative filtering).
- Να χρησιμοποιούν για τη μέτρηση κλικ δεδομένων το google analytics, για την ανάλυση δικτύων το NodeXL και το Gephi, για την ανάλυση κειμένων το Rapid Miner και για την εκτέλεση μεθόδων μηχανικής μάθησης την γλώσσα προγραμματισμού Python 3.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ:

Αυτό το μάθημα επιδιώκει να εφοδιάσει τους φοιτητές με τις γνώσεις και τις δεξιότητες που απαιτούνται για να αναλύουν δεδομένα από τον παγκόσμιο ιστό και από κοινωνικά δίκτυα. Αρχικά, έμφαση δίνεται στην χρήση εργαλείων που επιτρέπουν την ανίχνευση, πρόσβαση, διαχείριση, και εξαγωγή δεδομένων από το διαδίκτυο (web scraping). Χρησιμοποιώντας αυτά τα δεδομένα οι φοιτητές θα εκτεθούν στη χρήση μεθόδων εξόρυξης γνώσης (text mining) από μη δομημένα κείμενα (π.χ. tweets, Facebook posts, blog posts, σχόλια και αξιολογήσεις χρηστών για ταινίες, εστιατόρια, άρθρα εφημερίδων κ.α.) και στην εφαρμογή διαφόρων μεθόδων (π.χ. λογιστική παλινδρόμηση, δέντρα αποφάσεων και κοντινότερου γείτονα) προκειμένου να αναλύσουν το κείμενο και να εκτελέσουν αναλύσεις συναισθήματος (sentiment analysis). Να δημιουργήσουν συστήματα συστάσεων (recommendation systems) με συνεργατικό φιλτράρισμα. Στη συνέχεια, θα δοθεί έμφαση στις βασικές πτυχές της διαδικτυακής διαφήμισης, όπως η πληρωμή ανά κλικ (pay per click) και η βελτιστοποίηση μηχανών αναζήτησης (search engine optimization). Οι φοιτητές επίσης θα εκτεθούν στη χρήση του google analytics για να παρακολουθήσουν την κίνηση ιστοσελίδων, να μετρήσουν την απόδοση μετατροπής (conversion rate), και να υπολογίσουν την απόδοση της επένδυσης (return of investment - ROI) σε ένα πολυ-καναλικό ψηφιακό περιβάλλον μάρκετινγκ. Τέλος, οι φοιτητές θα χρησιμοποιήσουν διάφορα εργαλεία και τεχνικές για να αναλύσουν και να περιγράψουν τη δομή κοινωνικών δικτύων, να μοντελοποιήσουν την εξέλιξή τους, και να εξάγουν χρήσιμα συμπεράσματα σχετικά με τις ιδιότητες και τις συμπεριφορές τους.



ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:

- Μπάλας, Γ. & Ρεπούσης Π. (2018). Επιχειρησιακή αναλυτική και ποσοτικά υποδείγματα μάρκετινγκ και διαδικτύου. Εκδόσεις Rosili, Αθήνα.
- Golbeck J. (2013). *Analyzing the social web*. Newnes, Elsevier, Holland.
- Hansen D., Shneiderman B., and Smith M.A. (2010). *Analyzing social media networks with NodeXL: Insights from a connected world*. Morgan Kaufmann.
- Sharma H. (2015). *Maths and Stats for Web Analytics and Conversion Optimization*, Optimization Smart, UK.

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- Information Systems Research
- Marketing Science
- Journal of Retailing
- INFORMS Journal on Data Science
- INFORMS Journal on Applied Analytics

Τρόπος παράδοσης μαθήματος και διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι:

Διαλέξεις για τη θεωρία, τη μοντελοποίηση και την εφαρμογή των μεθόδων και τεχνικών για την επίλυση προβλημάτων. Διαλέξεις με διαδραστικό χαρακτήρα για την ανάλυση παραδειγμάτων και την ομαδική μελέτη περιπτώσεων σε πραγματικά δεδομένα. Διαλέξεις εργαστηριακού τύπου για τη εισαγωγή στη χρήση σχετικού λογισμικού.

Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης:

Γραπτή εξέταση: 100%

Επίλυση ασκήσεων με ανοιχτές σημειώσεις και χρήση υπολογιστή που προϋποθέτουν σε βάθος κατανόηση του περιεχομένου του μαθήματος και αναλυτική ικανότητα.

ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 5693

Τύπος του μαθήματος: Μάθημα Κατεύθυνσης

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 4^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 7^ο εξάμηνο (Χειμερινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος/διδασκόντων: Δ. Δρόσος

Περιεχόμενο του μαθήματος: Στο μάθημα παρουσιάζονται και αναλύονται, μέσα από μια διαλογική προσέγγιση, όλες οι σύγχρονες αρχές και μέθοδοι σχεδίασης, ανάπτυξης και αξιολόγησης διαδικτυακών εφαρμογών. Σκοπός του μαθήματος είναι ο φοιτητής να κατανοήσει τις δυνατότητες αλλά και τους περιορισμούς που απορρέουν κατά τη διαδικασία σχεδίασης και υλοποίησης σύγχρονων διαδικτυακών εφαρμογών. Έμφαση δίνεται στη σχεδίαση εύχρηστων διαδραστικών συστημάτων προσαρμοσμένων στις ανάγκες και τα χαρακτηριστικά των χρηστών τους. Συνδυάζοντας θεωρία και πρακτική θα μελετήσουμε όλον τον κύκλο ζωής ενός ψηφιακού προϊόντος με ιδιαίτερη βαρύτητα στην αρχιτεκτονική του Παγκοσμίου Ιστού (HTML), στην εμφάνιση μιας ιστοσελίδας (CSS), στα μοντέρνα πρότυπα του web design μέσω Wireframes και Mockups και φυσικά στην αξιολόγηση των ιστοχώρων.



Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα: Με την ολοκλήρωση του μαθήματος ο φοιτητής θα έχει:

- I. Κατανοήσει τον κύκλο ζωής ενός ψηφιακού προϊόντος (website /mobile app)
- II. Αποκτήσει πρακτική εμπειρία σχεδίασης διαδικτυακών εφαρμογών μέσω ειδικών εργαλείων
- III. Θα κατανοεί τι σημαίνει διάδραση σε ένα site
- IV. Καταλάβει τι απαιτήσεις έχει ο διαδικτυακός προγραμματισμός και πώς αυτές συνδέονται με την επίτευξη των e-marketing στρατηγικών στόχων.

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη

- I. Preece J., Rogers, Y., & Sharp, H. (2016). Σχεδίαση Διαδραστικότητας, Εκδόσεις Χ. Γκιούρδα & ΣΙΑ ΕΕ.
- II. Δουλγέρης, Χ., Μαυροπόδη, Ρ., Κοπανάκη, Ε. & Καραλής, Α. (2017). Τεχνολογίες και Προγραμματισμός στον Παγκόσμιο Ιστό, Εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών ΙΚΕ
- III. Κουτσαμπάσης, Π., 2015. Αξιολόγηση διαδραστικών συστημάτων με επίκεντρο τον χρήστη. [ηλεκτρ. βιβλ.] Αθήνα: Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών. Διαθέσιμο στο: <http://hdl.handle.net/11419/2765>

Τρόπος παράδοσης μαθήματος και διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι:

Το μάθημα βασίζεται σε διαλέξεις, μελέτες περιπτώσεων, ανάλυση παραδειγμάτων και περιλαμβάνει υποχρεωτική ομαδική εργασία και πρακτικές ασκήσεις σε διαδικτυακές εφαρμογές.

Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης

Τελική, γραπτή, ατομική εξέταση (70%). Υποχρεωτική ομαδική εργασία (30%).

ΠΟΛΥΚΑΝΑΛΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΠΕΛΑΤΗ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 5692

Τύπος του μαθήματος: Μάθημα Κατεύθυνσης

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 4^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 8^ο εξάμηνο (Εαρινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος/διδασκόντων: Σ. Δημητριάδης

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα:

Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι συμμετέχοντες θα πρέπει:

- Να έχουν κατανοήσει τις μορφές και τη διαδικασία δημιουργίας και διαχείρισης ψηφιακού περιεχομένου για διαφορετικά μέσα.
- Να γνωρίζουν τις ιδιαιτερότητες των διαφορετικών καναλιών επικοινωνίας, πώλησης, εξυπηρέτησης πελάτη.
- Να έχουν κατανοήσει την έννοια της εμπειρίας πελάτη, της εμπιστοσύνης και να γνωρίζουν και να μπορούν να εφαρμόσουν σε αρχικό στάδιο τις μεθοδολογίες ανάλυσής τους.
- Να έχουν κατανοήσει την έννοια και τις προϋποθέσεις επιτυχούς σχεδιασμού μιας πολύ-καναλικής προσέγγισης.
- Να έχουν κατανοήσει τις δυνάμεις που διαμορφώνουν τον ψηφιακό μετασχηματισμό και το πλαίσιο προσαρμογής μιας επιχείρησης σε αυτόν.
- Να συνθέτουν όλα τα παραπάνω σε μια ολοκληρωμένη και συντονισμένη στρατηγική και πρόγραμμα δράσης.



Περιεχόμενο μαθήματος:

Το μάθημα αποτελεί συνέχεια των μαθημάτων κορμού Ηλεκτρονική επικοινωνία και Ψηφιακό μάρκετινγκ και στοχεύει στην ολοκληρωμένη προσέγγιση της εμπειρίας και σχέσης με τον πελάτη μέσα από το σύνολο των ψηφιακών και μη καναλιών. Τα θέματα που καλύπτονται περιλαμβάνουν: καταγραφή και ανάλυση αγοραστικών διαδρομών (Customer journey mapping), σχεδιασμός και διαχείριση εμπειρίας πελάτη (customer experience), περιεχόμενο και εμπειρία πελάτη, χρήση εναλλακτικών πηγών, μορφών και καναλιών περιεχομένου, δημιουργία εμπιστοσύνης στα ψηφιακά μέσα, παράλληλη χρήση πολλαπλών καναλιών επικοινωνίας, πώλησης, εξυπηρέτησης πελάτη (multi- & omni-channel), ψηφιακός μετασχηματισμός (digital transformation).

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη:

- Palmatier R., Sivadas E., Stern L., and El-Ansary A. (2020), Marketing Channel Strategy- An Omni-Channel Approach, 9th Edition
- Routledge Don Peppers, Rogers M (2017), Managing Customer Experience and Relationships: A Strategic Framework, 3rd Edition, Wiley.

Τρόπος παράδοσης μαθήματος και διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι:

Το μάθημα βασίζεται σε διαλέξεις, μελέτες περιπτώσεων, ανάλυση παραδειγμάτων και περιλαμβάνει υποχρεωτική ομαδική εργασία και υποχρεωτικά εργαστήρια.

Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης:

Τελική, γραπτή, ατομική εξέταση. Υποχρεωτική γραπτή ομαδική εργασία.

ΨΗΦΙΑΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 5694

Τύπος του μαθήματος: Μάθημα Κατεύθυνσης

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 4^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 8^ο εξάμηνο (Εαρινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος: Δ. Δρόσος

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα:

Τα μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος είναι:

- I. Να αποκτήσουν οι φοιτητές το αναγκαίο εννοιολογικό και θεωρητικό υπόβαθρο του Η.Ε. κατανοώντας την ανάγκη αλλά και την πρόκληση της διεπιστημονικής προσέγγισης.
- II. Να μπορούν να αντιληφθούν τις ευκαιρίες που παρουσιάζονται για ανάπτυξη νέων υπηρεσιών προς καταναλωτές, πολίτες, επιχειρήσεις κλπ. μέσα από αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών, νέων μέσων αλληλεπίδρασης και κοινωνικής δικτύωσης, αναδυόμενων καναλιών επικοινωνίας, κλπ.
- III. Να κατανοήσουν οι φοιτητές τους κρίσιμους παράγοντες και τα οφέλη που σχετίζονται με την αποτελεσματική διοίκηση πρωτοβουλιών Η.Ε. και να μπορούν να αξιολογήσουν μια δεδομένη στρατηγική ή επιχειρηματικό μοντέλο Η.Ε.
- IV. Να αποκτήσουν οι φοιτητές τα εφόδια για να συμβάλουν στην υλοποίηση λύσεων ηλεκτρονικού εμπορίου, και να αντιμετωπίσουν αποτελεσματικά τα διάφορα πρακτικά ζητήματα.
- V. Να κατανοήσουν οι φοιτητές τα τεχνολογικά θέματα που σχετίζονται με την ανάπτυξη



εφαρμογών ηλεκτρονικού εμπορίου, αλλά και να εξοικειωθούν με τη χρήση ενός λογισμικού πακέτου ανάπτυξης ηλεκτρονικών καταστημάτων στο Web.

VI. Να ενημερωθούν οι φοιτητές για τις πρόσφατες εξελίξεις και τάσεις που επικρατούν γύρω από το Η.Ε. σε παγκόσμιο επίπεδο, σχετικά με την ακαδημαϊκή έρευνα, την επιχειρηματική δραστηριότητα αλλά και τις τεχνολογικές εξελίξεις.

Περιεχόμενο του μαθήματος:

Η αλματώδης ανάπτυξη του Internet, των ψηφιακών καναλιών και των ηλεκτρονικών συναλλαγών κατά τα τελευταία χρόνια έχουν αλλάξει ριζικά το τοπίο της επιχειρηματικής δραστηριότητας και επικοινωνίας μεταξύ επιχειρηματικών εταιρών, επιχειρήσεων και πελατών-καταναλωτών, δημόσιας διοίκησης και πολίτη. Επιπλέον, οι νέες εξελίξεις γύρω από θέματα κοινωνικής δικτύωσης καθώς επίσης η διάδραση μέσα από έξυπνες κινητές συσκευές έχουν διαμορφώσει ένα νέο τοπίο καινοτομίας και επιχειρηματικής δραστηριότητας. Στόχος του συγκεκριμένου μαθήματος είναι να αναπτύξει το θεωρητικό και τεχνολογικό υπόβαθρο που απαιτείται για να κατανοήσει ο φοιτητής τις δυνατότητες και τους περιορισμούς των νέων τεχνολογιών και επιχειρηματικών μοντέλων και να είναι σε θέση να αξιοποιήσει τις νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες που παρουσιάζονται. Στο πλαίσιο του μαθήματος εξετάζονται διαφορετικά επιχειρηματικά μοντέλα και εφαρμογές ηλεκτρονικού επιχειρείν, η απαιτούμενη τεχνολογική υποδομή, ο τρόπος προώθησής τους, θέματα διασύνδεσης συστημάτων και οργανισμών και γενικότερα διάφορα πρακτικά θέματα που σχετίζονται με την επιχειρηματική αξιοποίηση και υλοποίηση εφαρμογών ηλεκτρονικού επιχειρείν. Γίνεται παρουσίαση συγκεκριμένων μελετών περίπτωσης και των τεχνολογιών που τις υποστηρίζουν ενώ δίνεται η δυνατότητα πρακτικής εξάσκησης και ανάπτυξης εφαρμογών αξιοποιώντας σύγχρονες πλατφόρμες ανοικτού κώδικα.

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη:

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:

- I.Chaffey, D. (2016). Ψηφιακές Επιχειρήσεις και Ηλεκτρονικό Εμπόριο: Στρατηγική, Υλοποίηση και Εφαρμογή, Εκδόσεις Κλειδάριθμος
- II.Laudon K. & Traver C.G. (2018). Ηλεκτρονικό Εμπόριο 2018, Εκδόσεις Παπασωτηρίου & ΣΙΑ

Τρόπος παράδοσης μαθήματος και διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι:

Το μάθημα βασίζεται σε διαλέξεις, μελέτες περιπτώσεων, ανάλυση παραδειγμάτων και εργασίες.

Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης:

Τελική, γραπτή, ατομική εξέταση. Ομαδικές εργασίες.



B3.3 Μαθήματα Επιλογής ΧΕΙΜΕΡΙΝΟΥ ΕΞΑΜΗΝΟΥ

ΒΑΣΕΙΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 8117

Τύπος του μαθήματος: Μάθημα Επιλογής

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 4^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 7^ο εξάμηνο (Χειμερινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος: Δ. Χατζηαντωνίου

Μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος

Οι βάσεις δεδομένων ξεκίνησαν σαν μια απλή εφαρμογή στα τέλη της δεκαετίας του '70 για να καταλήξουν στις μέρες μας σαν ένας από τους σημαντικότερους τομείς της πληροφορικής με χιλιάδες εφαρμογές. Αυτό ήταν λίγο πολύ αναμενόμενο αφού ασχολούνται με τη θεωρία και έρευνα πάνω σε τρεις τομείς: την περιγραφή της πληροφορίας και των δεδομένων, την αποθήκευσή τους και τέλος τη χρησιμοποίησή τους. Για να περιγράψουμε τα δεδομένα μιας εφαρμογής χρησιμοποιούμε διάφορα μοντέλα, όπως είναι το σχεσιακό ή το οντοτήτων-συσχετίσεων. Υπάρχουν πολλοί τρόποι για να αποθηκεύσουμε τα δεδομένα, που εξαρτώνται από το πώς θέλουμε να τα χρησιμοποιήσουμε. Τέλος για να χρησιμοποιήσουμε τα δεδομένα, θα πρέπει να έχουμε έναν γενικευμένο και ευέλικτο τρόπο, μια γλώσσα με άλλα λόγια, με την οποία θα μπορούμε να θέτουμε ερωτήσεις – πιθανόν πολύπλοκες. Ο σκοπός του μαθήματος είναι οι φοιτητές να μπορούν να σχεδιάσουν και υλοποιήσουν σωστά μία εφαρμογή διαχείρισης δεδομένων, να γνωρίζουν να θέτουν απλά και πολύπλοκα ερωτήματα στη Β.Δ. και να ορίζουν τις δομές εκείνες που οδηγούν στη βέλτιστη απόδοση του συστήματος.

Με την ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές θα είναι σε θέση:

- Να μοντελοποιήσουν τα δεδομένα μίας επιχείρησης ή οργανισμού χρησιμοποιώντας διαγράμματα οντοτήτων-συσχετίσεων ή το σχεσιακό μοντέλο
- Να γράψουν απλά ή σύνθετα ερωτήματα σε SQL μέσω των οποίων να διαχειρίζονται το σχήμα μίας σχεσιακής ΒΔ, να εισάγουν/αλλάζουν τα δεδομένα μίας σχεσιακής ΒΔ, ή να ανακτούν δεδομένα με διάφορους τρόπους
- Να συνδέονται σε μία σχεσιακή βάση δεδομένων με μία γλώσσα προγραμματισμού και να ανακτούν δεδομένα
- Να χρησιμοποιούν ένα εμπορικό σύστημα σχεσιακής ΒΔ για όλα τα παραπάνω.

Συνιστώμενες προαιρετικές εκπαιδευτικές συνιστώσες του προγράμματος σπουδών

Εξάσκηση στο σύστημα Βάσεων Δεδομένων της Microsoft, SQL Server.

Περιεχόμενα του μαθήματος

- Εισαγωγικά ζητήματα: σκοπός ενός συστήματος Β.Δ, μοντέλα δεδομένων, γλώσσες ερωτημάτων, συναλλαγές, αποθήκευση, χρήστες, αρχιτεκτονική.
- Μοντέλο οντοτήτων-συσχετίσεων: Βασικές έννοιες, οντότητες, συσχετίσεις, χαρακτηριστικά, κλειδιά, απεικονίσεις, διαγράμματα, weak entities, επεκταμένο μοντέλο Ο-Σ, μετατροπή σε πίνακες, παραδείγματα.
- Σχεσιακό μοντέλο: Σχέσεις, πίνακες, χαρακτηριστικά, σχήμα, σχεσιακή άλγεβρα.
- Η γλώσσα SQL: Βασική μορφή, εμφωλευμένα ερωτήματα, αθροιστικές συναρτήσεις, ενημέρωση Β.Δ., περιορισμοί αναφοράς, triggers, cursors.



- Σχεσιακή σχεδίαση: Περιορισμοί ακεραιότητας, συναρτησιακές εξαρτήσεις, αποσύνθεση, κανονικοποίηση.
- Αποθήκευση και Δείκτες: Αποθηκευτικά μέσα και τρόποι, οργάνωση αρχείων, ταξινόμηση, κατακερματισμός, δέντρα.
- Ειδικά θέματα (αν υπάρχει χρόνος): Αποθήκες δεδομένων, εξόρυξη δεδομένων, αντικειμενοστραφείς Β.Δ., ροές δεδομένων.

Συνιστώμενη ή απαιτούμενη βιβλιογραφία προς μελέτη

- «Συστήματα Διαχείρισης Βάσεων Δεδομένων», Τόμος Α' & Β', R. Ramakrishnan & J. Gehrke, Εκδόσεις Τζιόλα, 2002.
- «Θεμελιώδεις Αρχές Συστημάτων Βάσεων Δεδομένων», Τόμος Α' & Β', R. Elmasri S. B. Navathe (μεταφραστική επιμέλεια Μ. Χατζόπουλος), Εκδόσεις Δίαυλος, 2001.
- «Συστήματα Βάσεων Δεδομένων, Η πλήρης θεωρία των βάσεων δεδομένων», Silberschatz, Korth, Sudarshan, Εκδόσεις Γκιούρδας, 2004.

Σχεδιασμένες μαθησιακές δραστηριότητες και διδακτικές μέθοδοι

Κλασσικές διαλέξεις, προσκαλεσμένες ομιλίες, παρουσίαση εμπορικού συστήματος βάσεων δεδομένων στο εργαστήριο.

Μέθοδοι αξιολόγησης και κριτήρια

Γραπτές εξετάσεις (60%), ανάπτυξη μίας μεγάλης κλίμακας εφαρμογής βάσεων δεδομένων (40%).

ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟ (B2B) ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 5627

Τύπος του μαθήματος: Μάθημα Επιλογής

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 4^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 7^ο εξάμηνο (Χειμερινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος: Κ. Ήντουνας

Περιεχόμενο του μαθήματος: Δεδομένου του βάρους των βιομηχανικών (B2B) συναλλαγών στην οικονομία και των ιδιοτήτων των βιομηχανικών αγορών, το περιεχόμενο του μαθήματος στοχεύει να οδηγήσει τους φοιτητές στην κατανόηση των βασικών χαρακτηριστικών των βιομηχανικών (B2B) αγορών και των κυρίων διαφορών μεταξύ βιομηχανικού (B2B) μάρκετινγκ και μάρκετινγκ καταναλωτικών προϊόντων. Επιπλέον, επιδιώκεται η εξοικείωση με την ανάλυση προβλημάτων B2B μάρκετινγκ και την αντίστοιχη λήψη αποφάσεων.

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα: Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι συμμετέχοντες θα πρέπει να είναι σε θέση να κατανοήσουν:

- I. Τα βασικά χαρακτηριστικά των βιομηχανικών αγορών.
- II. Τις ιδιαιτερότητες της στρατηγικής μάρκετινγκ σε βιομηχανικές αγορές.
- III. Την έννοια της διοίκησης προμηθειών.
- IV. Τις έννοιες των μειοδοτικών διαγωνισμών καθώς και του μάρκετινγκ των σχέσεων (relationship marketing).

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη:



- I.Αυλωνίτης, Γ., Δημητριάδης, Σ. και Ήντουνας, Κ. (2015). *Στρατηγικό Βιομηχανικό (B2B) Μάρκετινγκ*, Εκδόσεις Rosili.
- II.Αυλωνίτης, Γ. (2001). *Στρατηγικό Βιομηχανικό Μάρκετινγκ*, 2^η έκδοση, Εκδόσεις Σταμούλη.

Τρόπος παράδοσης μαθήματος (κατανομή σε διαλέξεις, σεμινάρια, εργαστήρια) και διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι: Διαλέξεις με διαδραστικό χαρακτήρα, μελέτες περιπτώσεων, παρουσίαση ομαδικών εργασιών, επισκέψεις από καταξιωμένα στελέχη της αγοράς.

Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης:

Γραπτή εξέταση: 80%.

Οι ερωτήσεις ζητούν εκτενείς γραπτές απαντήσεις και προϋποθέτουν καλή και σε βάθος κατανόηση του περιεχομένου του μαθήματος, χρήση αναλυτικής ικανότητας και δυνατότητα συνδυασμού των θεωριών και μοντέλων με παραδείγματα.

Γραπτή εργασία: 20%

Η εργασία είναι ομαδική και βασίζεται σε ένα παιχνίδι προσομοίωσης που θα λάβει χώρα κατά τη διάρκεια όλου του εξαμήνου.

ΓΕΝΙΚΑ ΜΑΘΗΜΑΤΙΚΑ ΓΙΑ ΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ (ΔΕΝ ΠΡΟΣΦΕΡΘΗΚΕ 2025-2026)

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 2115

Τύπος του μαθήματος: Μάθημα Επιλογής

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 4^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 7^ο εξάμηνο (Χειμερινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος: Θα ανακοινωθεί

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Σκοπός του μαθήματος είναι η κατανόηση και η εξοικείωση του φοιτητή / φοιτήτριας με βασικές ποσοτικές μεθόδους οι οποίες είναι απαραίτητες στην επίλυση προβλημάτων της διοίκησης και οργάνωσης επιχειρήσεων. Το μάθημα παρουσιάζει ένα πλήθος μαθηματικών εργαλείων και εφαρμογών.

Περιεχόμενο του μαθήματος

Επίλυση Γραμμικών Συστημάτων με Απαλοιφή - Μέθοδος Gauss και Μέθοδος Gauss - Jordan, Πίνακες και Επίλυση Γραμμικών Συστημάτων Με Αντιστροφή, Ορίζουσα Πίνακα και Εύρεση Αντίστροφου Πίνακα Με Ορίζουσες - Η Μέθοδος Cramer, Μερική Παράγωγος – Ολικό Διαφορικό – Ολική Παράγωγος – Ιακωβιανός Πίνακας – Εσσιανός Πίνακας, Πλεγμένες Πραγματικές Συναρτήσεις και Θεώρημα Πλεγμένης Συνάρτησης, Πλεγμένες Διανυσματικές Συναρτήσεις, Βελτιστοποίηση Πραγματικών Συναρτήσεων Μιας Μεταβλητής Χωρίς Περιορισμούς, Βελτιστοποίηση Πραγματικών Συναρτήσεων Πολλών Μεταβλητών Χωρίς Περιορισμούς, Βέλτιστη Τιμή Συναρτήσεων – Συναρτήσεις Μέγιστης Τιμής και Θεώρημα της Περιβάλλουσας Καμπύλης, Βελτιστοποίηση Συναρτήσεων Δύο Μεταβλητών Με Περιορισμό Μία Εξίσωση – Μέθοδος Πολλαπλασιαστών Lagrange – Συνθήκες Δεύτερης Τάξης, Βελτιστοποίηση Συναρτήσεων Πολλών Μεταβλητών Με Περιορισμό Εξισώσεων Με τη Μέθοδο Πολλαπλασιαστών Lagrange, Βέλτιστη Τιμή Συναρτήσεων – Συναρτήσεις Μέγιστης Τιμής και Θεώρημα της Περιβάλλουσας Καμπύλης, Αόριστο Ολοκλήρωμα, Ορισμένο



Ολοκλήρωμα, Εισαγωγή στις Διαφορικές Εξισώσεις – Διαφορικές Εξισώσεις Πρώτης Τάξης, Πρόσθετες Μέθοδοι Επίλυσης Διαφορικών Εξισώσεων, Εξισώσεις Διαφορών.

ΔΗΜΟΣΙΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ Ι

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 1550

Τύπος του μαθήματος: Μάθημα Επιλογής

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 4^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 7^ο εξάμηνο (Χειμερινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος: Θ. Παλυβός

Περιεχόμενο του μαθήματος: Ο ρόλος των δημοσίων φορέων στα μικτά οικονομικά συστήματα. Μορφές και μέσα παρέμβασης των δημοσίων φορέων. Ο πολιτικός μηχανισμός λήψης αποφάσεων. Ο δημόσιος προϋπολογισμός. Δημόσια παροχή και ρύθμιση των μη ιδιωτικών αγαθών. Δημόσια παραγωγή και επιχειρηματική δραστηριότητα. Αξιολόγηση και επιλογή των δημόσιων δαπανών: η τεχνική της ανάλυσης κόστους - οφέλους. Διαχρονική εξέλιξη των δημοσίων δαπανών. Γενικά για τη φορολογία. Επιδράσεις των δημοσιονομικών μέσων στις αποφάσεις των ιδιωτικών φορέων και στην οικονομία. Επιδράσεις των δημοσιονομικών μέσων στη διανομή του εισοδήματος και στη φτώχεια. Αριστη διάρθρωση της φορολογίας. Κοινωνική προστασία και κοινωνική ασφάλιση. Δημοσιονομική αποκέντρωση. Φορολογική εναρμόνιση σε οικονομικές ενώσεις.

ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ & ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΙΣΕΩΝ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 5725

Τύπος του μαθήματος: Μάθημα Επιλογής

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 4^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 7^ο εξάμηνο (Χειμερινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος/διδασκόντων: Β. Σταθακόπουλος, Δ. Λυμπερόπουλος

Περιεχόμενο του μαθήματος: Το περιεχόμενο του μαθήματος περιλαμβάνει τις εξής βασικές θεματικές ενότητες:

- I. Ο ρόλος των Δ.Σ. στους σύγχρονους οργανισμούς
- II. Ιστορική εξέλιξη της οργανωσιακής επικοινωνίας
- III. Κοινή γνώμη
- IV. Επικοινωνία με διάφορες ομάδες κοινού
- V. Μοντέλα πρακτικής & ρόλοι επαγγελματιών δημοσίων σχέσεων.
- VI. Σχέσεις με μέσα μαζικής επικοινωνίας & μπλογκερ - Εργαλεία δημοσιότητας
- VII. Σχεδιασμός & υλοποίηση εκδηλώσεων
- VIII. Ηθική και δεοντολογία των ΔΣ
- IX. Πρόληψη & διαχείριση κρίσεων

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα: Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι συμμετέχοντες θα πρέπει:

- I. Να αναγνωρίζουν, να περιγράφουν και να εφαρμόζουν βασικές έννοιες, αρχές και θεωρίες που συνδέονται με την λειτουργία των Δ.Σ. στα πλαίσια ενός οργανισμού-επιχείρησης.



- II. Να γνωρίζουν τους μηχανισμούς επίδρασης, κινητοποίησης και διαμόρφωσης της Κοινής Γνώμης σε μια κοινωνική ομάδα μέσω της δημιουργίας κατάλληλων μηνυμάτων.
- III. Να μπορούν να συνδυάσουν παραμέτρους επίδρασης της κοινής γνώμης, ώστε να σχεδιάσουν επιτυχημένες επικοινωνιακές ενέργειες
- IV. Να γνωρίζουν και να συνδυάζουν τις βασικές αρχές και εργαλεία για την συγγραφή κειμένων και περιεχομένου, για την ανάπτυξη σχέσεων με δημοσιογράφους και μπλόγκερ.
- V. Να γνωρίζουν και να συνδυάζουν τις στρατηγικές για την πρόληψη των κρίσεων.
- VI. Να συνδυάζουν επικοινωνιακές στρατηγικές, εργαλεία και κανάλια επικοινωνίας για την αντιμετώπιση εταιρικών κρίσεων.

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη

- Παπαλεξανδρή Ν. & Λυμπερόπουλος Δ., (2014). Δημόσιες Σχέσεις: Η λειτουργία της επικοινωνίας στους σύγχρονους οργανισμούς, Εκδόσεις Μπένου.
- Wilcox D. & Cameron G.I. (2014). Δημόσιες Σχέσεις, Εκδόσεις Ίων.
- Σημειώσεις διδάσκοντος.

Τρόπος παράδοσης μαθήματος και διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι:

Η διδασκαλία περιλαμβάνει παραδόσεις με ταυτόχρονη αλληλεπίδραση με το ακροατήριο, παρουσίαση και ανάλυση μελετών περίπτωσης, εκπόνηση ατομικών και ομαδικών εργασιών.

Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης:

Η αξιολόγηση κάθε φοιτητή διαμορφώνεται κατά 70% από την δοκιμασία των γραπτών εξετάσεων, 20% από υποχρεωτική εργασία και 10% από την συμμετοχή σε ασκήσεις και τεστ που γίνονται κατά την διάρκεια των παραδόσεων.

ΔΙΑΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 5718

Τύπος του μαθήματος: Μάθημα Επιλογής

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 4^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 7ο εξάμηνο (Χειμερινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος: Κ. Γεωργίου, Εντεταλμένος Διδάσκων

Περιεχόμενο του μαθήματος: Το μάθημα εξετάζει διαφορετικές πτυχές της επικοινωνίας και της συμπεριφοράς στον εργασιακό χώρο μεταξύ ανθρώπων από διαφορετικά πολιτισμικά υπόβαθρα και καλύπτει θέματα που εμπλέκονται στη διαπολιτισμική επικοινωνία, διαπολιτισμικό μάντζμεντ και διαχείριση της πολυμορφίας στον εργασιακό χώρο και τα οποία είναι:

Βασικές έννοιες στην επικοινωνία και την κουλτούρα και η αλληλεπίδρασή τους στον χώρο της διαπολιτισμικής επικοινωνίας.

- I. Έννοιες και θεωρίες διαπολιτισμικής επικοινωνίας.
- II. Χαρακτηριστικά και καταστάσεις που επηρεάζουν τη φύση και την αποτελεσματικότητα της διαπολιτισμικής επικοινωνίας.
- III. Θεωρίες που αφορούν τις γνωστικές και συναισθηματικές αποκρίσεις του ατόμου σε διαπολιτισμικές καταστάσεις.
- IV. Θεωρίες που αφορούν την διαπολιτισμική διαδραστική συμπεριφορά.



- V. Ο ρόλος των πολιτισμικών στοιχείων (πιστεύω, αξιών, κανόνων) και επίδρασή τους στη λεκτική και εξωλεκτική επικοινωνιακή συμπεριφορά.
- VI. Εμπόδια στην ανάπτυξη της διαπολιτισμικής επικοινωνίας.
- VII. Ανάπτυξη διαπολιτισμικών δεξιοτήτων στο χώρο εργασίας.
- VIII. Διαπολιτισμική διοίκηση επιχειρήσεων.
- IX. Διαχείριση πολυμορφίας στον εργασιακό χώρο.

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα: Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι συμμετέχοντες θα πρέπει:

- I. Να έχουν κατανοήσει την πολυπλοκότητα των μηχανισμών που διέπουν την διαπολιτισμική επικοινωνία, το διαπολιτισμικό μάνατζμεντ και τη διαχείριση της πολυμορφίας
- II. Να είναι σε θέση να εντοπίζουν τα συνήθως «αόρατα» εμπόδια στην ανάπτυξη και ομαλή εξέλιξη διαπολιτισμικών σχέσεων και καταστάσεων
- III. Να έχουν αναπτύξει διαπολιτισμικές δεξιότητες
- IV. Να είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις θεωρητικές γνώσεις αλλά και τις δεξιότητες που αποκτούν στο μάθημα, στους εργασιακούς χώρους όπου όλο και περισσότερο χαρακτηρίζονται από πολύ-πολιτισμικότητα και ποικιλομορφία.

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη:

- Γκόγκας, Θ. (2022). *Διαπολιτισμική Επικοινωνία. Ταυτότητες και ετερότητες*, Εκδόσεις: Gutenberg, Αθήνα
- Σαμαράς, Αθ. Ν. (2014), *Εικόνες Κρατών: Στρατηγική Επικοινωνία, Ήπια Ισχύς και Μέσα Ενημέρωσης*, Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη.
- Browaeys, M. J. & Price, R. (2008). *Understanding Cross-Cultural Management*, Prentice Hall.
- Jandt, F. E. (2007). *An Introduction to Intercultural Communication, Identities in a Global Community*, Sage.
- Caligiuri, P., Lepak, D., Bonache, J. (2010). *Managing the Global Workforce*, Wiley.
- Liu, S., Volčič, Z., & Gallois, C. (2018). *Εισαγωγή στη Διαπολιτισμική Επικοινωνία: Παγκόσμιοι πολιτισμοί και πλαίσια*. Ευγ. Αρβανίτη, Επιμ.), (Αν. Φριλίγγος, Μτφ.). Αθήνα: Gutenberg.
- Thomas, D. (2008). *Cross-Cultural Management*, Sage.

Τρόπος παράδοσης μαθήματος και διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι: Διαλέξεις με διαδραστικό χαρακτήρα, που συνδυάζουν αναλύσεις παραδειγμάτων και μελετών περιπτώσεων και ομαδικές εργασίες που βασίζονται σε πραγματικά προβλήματα και εφαρμόζουν θεωρίες και μοντέλα διαπολιτισμικής επικοινωνίας και διοίκησης επιχειρήσεων και διαχείριση της ποικιλομορφίας.

Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης:

Γραπτή εξέταση: 55%.

Οι ερωτήσεις ζητούν εκτενείς γραπτές απαντήσεις και προϋποθέτουν σε βάθος κατανόηση του περιεχομένου του μαθήματος, αναλυτική και κριτική ικανότητα και δυνατότητα συνδυασμού θεωριών και μοντέλων και εφαρμογής τους σε πραγματικές συνθήκες.

Συμμετοχή, γραπτές εργασίες και παρουσιάσεις: 45%

Οι συμμετέχοντες καλούνται μέσα από έρευνα να εντοπίσουν ένα πραγματικό θέμα/πρόβλημα που σχετίζεται με τα υπό μελέτη θέματα του μαθήματος, να το



περιγράψουν, να το αναλύσουν χρησιμοποιώντας θεωρίες και μοντέλα που διαπραγματεύεται το μάθημα και να προτείνουν λύσεις με βάση τα παραπάνω. Οι εργασίες είναι ομαδικές (μέχρι 3 άτομα), γραπτές και οι παρουσιάσεις όλων των μελών της κάθε ομάδας είναι υποχρεωτικές.

ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΔΙΕΘΝΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 5785

Τύπος του μαθήματος: Μάθημα Επιλογής

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 4^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 7^ο εξάμηνο (Χειμερινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος: Δ. Μανωλόπουλος

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Ο κύριος σκοπός του μαθήματος είναι να γνωρίσουν οι φοιτητές / φοιτήτριες τις διεθνείς διαστάσεις της διοικητικής επιστήμης και την πρακτική εφαρμογή της. Οι βασικές αρχές της διοίκησης επιχειρήσεων παραμένουν οι ίδιες όταν η επιχείρηση διεθνοποιείται, αλλά πρέπει να μελετηθούν σε πλαίσιο νέων αγορών – εξωτερικού περιβάλλοντος. Οι χώρες εξωτερικού είναι διαφορετικές και τα προβλήματα που μπορεί να αντιμετωπίσει το μανάτζμεντ επιφορτισμένο με τη διεθνοποίηση της εταιρείας είναι πιθανόν να είναι πιο σύνθετα. Η διοίκηση μιας διεθνοποιημένης εταιρείας πρέπει να διερευνήσει σε ποιο βαθμό θα πρέπει να ανταποκριθεί-προσαρμόσει τους πόρους και ικανότητες, και στρατηγικές της για τις διεθνείς αγορές καθώς και σε ποιο σημείο θα εκμεταλλευτεί τις δυνατότητες και ευκαιρίες που υπάρχουν στη χώρα-βάση της αναφορικά με τη διεθνοποίηση.

Με την ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές θα αποκτήσουν τις κάτωθι γνώσεις (σημεία 1, 2 & 5), δεξιότητες (σημεία 3 & 4) και ικανότητες (σημεία 6,7 & 8). Πιο συγκεκριμένα, θα είναι σε θέση να:

1. Προσδιορίσουν τις βασικές πολιτισμικές, πολιτικές, οικονομικές και τεχνολογικές εξελίξεις που επιδρούν στη διοίκηση των διεθνών επιχειρήσεων.
2. Διακρίνουν τις ευκαιρίες που προκύπτουν και τους κινδύνους που ανακύπτουν για τα διευθυντικά στελέχη που απασχολούνται σε ένα διεθνές περιβάλλον.
3. Εντοπίσουν τις επιπτώσεις της παγκοσμιοποίησης και τοπικής ανταπόκρισης στη διεθνή διοίκηση και στρατηγική.
4. Αναλύουν τις στρατηγικές διεθνοποίησης και εισόδου των επιχειρήσεων σε νέες αγορές.
5. Ταξινομούν και περιγράφουν τους ρόλους των θυγατρικών επιχειρήσεων και της συμβολής τους στην ανταγωνιστικότητα των κρατών υποδοχής.
6. Αξιολογούν τις διαφορετικές οργανωσιακές δομές που παρατηρούνται στην υλοποίηση διεθνών επιχειρηματικών δραστηριοτήτων.
7. Περιγράφουν και αξιολογούν τα στοιχεία εκείνα που προσδίδουν ποιότητα και γνώση σε μία διεθνή επιχείρηση και συμβάλλουν στην ανταγωνιστικότητά της.
8. Συνδέσουν τη θεωρία με τη διοικητική πρακτική σε διεθνές επίπεδο.

Περιεχόμενο του μαθήματος

Το μάθημα περιλαμβάνει τα ακόλουθα:

- Κίνητρα για επέκταση στις διεθνείς αγορές και πλεονεκτήματα που απορρέουν από τη διαδικασία της διεθνοποίησης.



- Τα χαρακτηριστικά του μακρο-περιβάλλοντος και η επίπτωσή τους στην αναζήτηση και εκμετάλλευση των διεθνών αγορών.
- Στρατηγικές εισόδου και ανταγωνισμού στις διεθνείς αγορές.
- Θεωρίες διεθνούς εμπορίου και κρατικές παρεμβάσεις.
- Ρόλοι θυγατρικών και η επίπτωσή τους στην ανάπτυξη των κρατών υποδοχής.
- Η τεχνολογία στη διεθνοποιημένη επιχείρηση.
- Κρίσιμες αποφάσεις οργάνωσης και διοίκησης της διεθνοποιημένης επιχείρησης.

Προαπαιτήσεις

Δεν χρειάζονται προαπαιτούμενες γνώσεις. Μία συνολική θεώρηση της διοικητικής επιστήμης και η κατανόηση βασικών εννοιών στρατηγικής είναι στοιχεία που σίγουρα θα βοηθήσουν τους φοιτητές / φοιτήτριες στην πιο άμεση ανταπόκρισή τους στις απαιτήσεις του μαθήματος.

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη

1. Μανωλόπουλος, Δ. και Μπιτζένης, Α. 2018. Η Διεθνοποιημένη Επιχείρηση τον Εικοστό Πρώτο Αιώνα. Εκδόσεις: Σταμούλης, Αθήνα
2. Riffin R.W., & Pustay, M.W. 2018. Διεθνής Επιχειρήσεις και Επιχειρηματικότητα: Μια Διοικητική Οπτική. Εκδόσεις: Τζιόλα, Θεσσαλονίκη

Διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι

Η διδασκαλία του μαθήματος περιλαμβάνει δύο δίωρες διαλέξεις την εβδομάδα στο πλαίσιο των οποίων δίνεται βαρύτητα στην παρουσίαση των θεωρητικών εννοιών. Η θεωρητική παρουσίαση ωστόσο συνοδεύεται με οπτικο-ακουστική παρουσίαση θεματικών εννοιών και σύντομες αναλύσεις υποθέσεων στην αίθουσα.

Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης

Γραπτή εξέταση

ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΡΓΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 8121

Τύπος του μαθήματος: Μάθημα Επιλογής

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 4^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 7^ο εξάμηνο (Χειμερινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος: Κ. Ανδρουτσόπουλος, Δ. Ζήσης

Περιεχόμενο του μαθήματος:

Η Διοίκηση Έργων αποτελεί βασική λειτουργία των σύγχρονων επιχειρήσεων και οργανισμών. Στόχος του μαθήματος είναι η παρουσίαση θεμάτων που αφορούν στην οργάνωση, τον προγραμματισμό, τον έλεγχο και την αξιολόγηση έργων και προγραμμάτων. Επίσης παρουσιάζονται βασικές αρχές της διοίκησης έργων και προγραμμάτων, μέθοδοι επιλογής και αξιολόγησης έργων και προγραμμάτων, τεχνικές και μέθοδοι χρονικού προγραμματισμού, σχέσεις κόστους / χρονικής διάρκειας, βέλτιστη κατανομή και εξομάλυνση πόρων, καθώς και τεχνικές ελέγχου έργων και προγραμμάτων.

Το μάθημα αποτελείται από τις παρακάτω έξι ενότητες:



- Εισαγωγή στη Διοίκηση Έργου: Ορισμός και βασικά χαρακτηριστικά έργων, κύκλος ζωής έργου, κατηγοριοποίηση έργων και επιπτώσεις στη διαδικασία διοίκησης, οργάνωση έργων, κρίσιμοι παράγοντες επιτυχίας ενός έργου.
- Προγραμματισμός Έργου: Ορισμός, στόχοι, και περιορισμοί για την ανάπτυξη ενός έργου, προσδιορισμός δραστηριοτήτων, εκτίμηση χρονικής διάρκειας και απαιτούμενων πόρων για την υλοποίηση δραστηριοτήτων, κατασκευή δικτύου έργου.
- Μέθοδοι Χρονικού Προγραμματισμού Έργων: Μέθοδοι χρονικού προγραμματισμού έργων (Critical Path Method, Project Evaluation Review Technique).
- Κόστος και Χρήση Πόρων Έργου: Υπολογισμός κόστους, σχέση κόστους / χρονικής διάρκειας έργου, εξομάλυνση κατανομής πόρων, διοίκηση πολλαπλών έργων (Programme Management).
- Έλεγχος Έργου: Τεχνικές ελέγχου έργων.
- Επιλογή και Αξιολόγηση Έργων: Ανάλυση κόστους / οφέλους, ανάλυση κόστους / αποτελεσματικότητας, πολυκριτηριακή αξιολόγηση έργων.

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα: Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές θα έχουν τη δυνατότητα να:

- Προσδιορίζουν και να περιγράψουν τους στόχους και τους περιορισμούς ενός έργου
 - Εκτιμούν τους κινδύνους ενός έργου
 - Αναλύουν ένα έργο σε επιμέρους πακέτα εργασίας και δραστηριότητες
 - Υπολογίζουν το κόστος, τη χρονική διάρκεια και τους απαιτούμενους πόρους για την υλοποίηση ενός έργου
 - Να αναθεωρούν την κατανομή των πόρων στις δραστηριότητες ενός έργου
 - Αναπτύσσουν το πλάνο ενός έργου
 - Παρακολουθούν και να ελέγχουν ένα έργο
- Αξιολογούν έργα και προγράμματα

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη:

- I. Shtub, A., Bard, F. J. and Globerson, S. (2008), (Πρόλογος Κ.Π. Αναγνωστόπουλος). *Διαχείριση Έργων – Διεργασίες, Μεθοδολογία και Τεχνικοοικονομική*, 2η Έκδοση, Εκδόσεις Επίκεντρο.
- II. Burke, R. (2002), (Πρόλογος Σέργιος Λαμπρόπουλος). *Διαχείριση Έργου (Project Management) - Τεχνικές Σχεδιασμού και Ελέγχου*, 1η Έκδοση, Εκδόσεις Κριτική.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟ ΜΕ R

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 6122

Τύπος του μαθήματος: Μάθημα Επιλογής

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 4^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 7^ο εξάμηνο (Χειμερινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος: Π. Μπεσμπέας, Ι. Βρόντος

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα:

Το μάθημα έχει σκοπό να εισάγει απλές ιδέες προγραμματισμού με τη χρήση της στατιστικής γλώσσας R.

Περιεχόμενο του μαθήματος



Η ύλη του μαθήματος περιλαμβάνει περιγραφή των παρακάτω εννοιών: Εισαγωγή στους ηλεκτρονικούς υπολογιστές. Βασικές αρχές προγραμματισμού. Εισαγωγή στην R, βασικά στοιχεία του πακέτου, περιβάλλον εντολών, περιβάλλον παραθύρων. Αριθμητικές πράξεις. Παραστάσεις. Αντικείμενα, είδη και τύποι αντικειμένων. Σύνθετες εντολές: εντολή for, εντολή while, εντολή repeat. Δημιουργία προγραμμάτων. Λίστες αποτελεσμάτων. Ειδικές εντολές. Γραφικές παραστάσεις στην R, δημιουργία πολλαπλών γραφημάτων. Συναρτήσεις, συναρτήσεις με πολλά αποτελέσματα.

Προτεινόμενη Βιβλιογραφία

1. Ντζούφρας, Ι & Καρλής Δ. (2015). *Εισαγωγή στον Εισαγωγή στον Προγραμματισμό και στη Στατιστική Ανάλυση με R*. [e-book] Αθήνα: Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών. Διαθέσιμο στο: <http://hdl.handle.net/11419/2601>
2. Δ. Φουσκάκης (2013). *Ανάλυση Δεδομένων με Χρήση της R*. Εκδόσεις Τσότρας. Αθήνα.
3. Crawley, M. (2007). *The R Book*. 1st edition, Wiley.
4. Crawley, M. (2014) *Εισαγωγή στη στατιστική ανάλυση με την R (ελληνική μετάφραση)*. Εκδόσεις Broken Hill.

Επιπλέον υλικό, βιβλία και σημειώσεις για το R μπορείτε να βρείτε στην ιστοσελίδα: <http://cran.r-project.org/other-docs.html>

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΩΝ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 3125

Τύπος του μαθήματος: Μάθημα Επιλογής

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 4^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 7^ο εξάμηνο

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος: Α. Δημάκης

Περιεχόμενο

Η έννοια του προγράμματος. Μεταβλητές, τύποι μεταβλητών, εκφράσεις και αριθμητικοί υπολογισμοί. Δομές ελέγχου και δομές επανάληψης της γλώσσας Python. Είσοδος/έξοδος δεδομένων. Εντοπισμός και άρση σφαλμάτων. Συναρτήσεις και μέθοδοι. Η έννοια του αλγορίθμου. Σχεδίαση αλγορίθμων και αρχές δομημένου προγραμματισμού. Δομημένοι τύποι, αλφαριθμητικά, λίστες, πίνακες. Αλγόριθμοι αναζήτησης, αλγόριθμοι ταξινόμησης, μαθηματικά προβλήματα. Αρχεία δεδομένων. Η έννοια της αναδρομής, αναδρομικές συναρτήσεις, σχέση μεταξύ επανάληψης και αναδρομής. Βασικές έννοιες συναρτησιακού και αντικειμενοστρεφούς προγραμματισμού στην γλώσσα Python.

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές θα είναι σε θέση:

- Να γνωρίζουν θεμελιώδεις έννοιες του προγραμματισμού, όπως η έννοια του προγράμματος και του αλγορίθμου, τύποι μεταβλητών, εκφράσεις και αριθμητικοί υπολογισμοί, δομές ελέγχου και δομές επανάληψης, συναρτήσεις και μέθοδοι, είσοδος/έξοδος δεδομένων.
- Να περιγράφουν και να χειρίζονται τις βασικές τεχνικές σχεδίασης αλγορίθμων και δομημένου προγραμματισμού.
- Να εφαρμόζουν κλασσικούς αλγόριθμους ταξινόμησης και αναζήτησης για υπολογισμούς σε πίνακες και αλφαριθμητικά.



- Να υλοποιούν προηγμένα προγράμματα που χρησιμοποιούν αναδρομή και να κατανοούν τη σχέση μεταξύ επανάληψης και αναδρομής.
- Να γνωρίζουν βασικές έννοιες συναρτησιακού και αντικειμενοστρεφούς προγραμματισμού στη γλώσσα Python

ΕΚΠΟΝΗΣΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Κωδικός αριθμός μαθήματος: 5000

Τύπος του μαθήματος: Μάθημα Επιλογής

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 4^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 7^ο ή 8^ο εξάμηνο (Χειμερινό ή Εαρινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος: Δ. Σκαρμέας

Περιεχόμενο του μαθήματος:

Η εκπόνηση εργασίας είναι ευκαιρία να αξιοποιήσουν και να συνθέσουν οι φοιτητές/τριες τις γνώσεις και δεξιότητες που έχουν αποκομίσει κατά τη διάρκεια των σπουδών τους όσον αφορά στη διατύπωση ενός προβλήματος, τη συστηματική αναζήτηση, μελέτη και αξιολόγηση σχετικών βιβλιογραφικών πηγών, καθώς και στην εξαγωγή και παρουσίαση συμπερασμάτων. Στο πλαίσιο της εργασίας, ο/η φοιτητής/τρια καλείται να εμβαθύνει σε ένα θέμα του ενδιαφέροντος του/της και να αποδείξει ότι έχει την ικανότητα να χρησιμοποιήσει τις γνώσεις και τις δεξιότητες που απέκτησε στα προηγούμενα εξάμηνα και να προσεγγίσει ένα θέμα με μεθοδικό, συστηματικό και επιστημονικό τρόπο. Το αντικείμενο της εργασίας (π.χ., έρευνα, επισκόπηση και ανάλυση της βιβλιογραφίας, μελέτη περίπτωσης, επιχειρηματικό σχέδιο) πρέπει να είναι με σαφήνεια διατυπωμένο και να απαντά σε ένα ή περισσότερα θέματα στον χώρο του μάρκετινγκ και της επικοινωνίας. Η συγγραφή της εργασίας είναι μια από τις πιο δημιουργικές αλλά και απαιτητικές προκλήσεις του προγράμματος σπουδών. Η εργασία αποτελεί το επιστέγασμα στην εξελικτική πορεία της εκπαιδευτικής διαδικασίας, καθώς βοηθάει τους/ις φοιτητές/τριες να αναπτύξουν ικανότητες που απαιτούνται για την αντιμετώπιση σύνθετων καταστάσεων και επίλυση πολύπλοκων προβλημάτων. Επίσης, η εργασία παρέχει στο/η φοιτητή/ρια τη δυνατότητα να ολοκληρώσει μια εργασία μόνος/η του/ης, υπό την επίβλεψη του υπεύθυνου καθηγητή, εξοικειώνοντας τους/τις φοιτητές/τριες με τις συνθήκες στον εργασιακό χώρο και προετοιμάζοντάς τους/τις για την είσοδό τους στην αγορά εργασίας.

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα:

Με την ολοκλήρωση της εργασίας, οι συμμετέχοντες θα πρέπει:

- I. Να έχουν αναπτύξει την ικανότητα εντοπισμού ενός επιστημονικού θέματος, την ικανότητα διερεύνησης του θέματος σε βάθος και την ικανότητα παρουσίασης των ευρημάτων με τη μορφή της επιστημονικής μελέτης.
- II. Να έχουν αποκτήσει τις δεξιότητες αναζήτησης συναφούς επιστημονικής βιβλιογραφίας και αξιολόγησης των συλλεγόμενων στοιχείων.
- III. Να έχουν αναπτύξει ικανότητες επίλυσης προβλημάτων, καθώς και αναλυτική, κριτική και συνθετική σκέψη.
- IV. Να έχουν αποκτήσει την ικανότητα επιστημονικής προσέγγισης του θέματος, μέσω της κατάλληλης ερευνητικής προσέγγισης.
- V. Να έχουν αναπτύξει την ικανότητα οργάνωσης και διαχείρισης του χρόνου.



Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη:

- I. Greetham, B. (2019). How to write your undergraduate dissertation. Macmillan International Higher Education.
- II. Feather, D. (2013). From proposal to thesis. • Writing an undergraduate dissertation. White & MacLean.
- III. Ζαφειρόπουλος, Κ. (2005). Πώς γίνεται μια επιστημονική εργασία; Επιστημονική έρευνα και συγγραφή εργασιών. Κριτική.

Τρόπος παράδοσης μαθήματος και διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι:

Οι φοιτητές έχουν τη δυνατότητα να συναντούν τους υπεύθυνους καθηγητές μια φορά την εβδομάδα κατά τη διάρκεια του εξαμήνου για να τους συμβουλευονται σχετικά με όλα τα στάδια εκπόνησης της εργασίας τους.

Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης:

Γραπτή εργασία: 100%

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΛΗΨΗΣ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 2715

Τύπος του μαθήματος: Μάθημα Επιλογής

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 4^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 7^ο εξάμηνο (Χειμερινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος: Δ. Καρδαράς

Τρόπος παράδοσης (πρόσωπο με πρόσωπο, εκπαίδευση εξ αποστάσεως)

Διδασκαλία στην τάξη και στα εργαστήρια του Κέντρου Υπολογιστών

Προαπαιτούμενα και συν-απαιτούμενα

Το μάθημα χρησιμοποιεί τις γνώσεις που έχουν αποκτήσει οι φοιτητές από μαθήματα πληροφορικής των προηγούμενων εξαμήνων.

Περιεχόμενα του μαθήματος

- Εισαγωγή στη λήψη αποφάσεων
- Δόμηση προβλήματος και επίλυση
- Καλώς και ασθενώς ορισμένα προβλήματα
- Αρχιτεκτονική συστήματος υποστήριξης αποφάσεων
- Συστήματα αποφάσεων ομάδος και καταναμεμημένα
- Μελέτη περιπτώσεων και οφέλη από τη χρήση συστημάτων υποστήριξης αποφάσεων
- Γνωστική ψυχολογία και λήψη αποφάσεων
- Ορθολογισμός
- Προκαταλήψεις και κρίση στη λήψη αποφάσεων
- Αρχιτεκτονική έμπειρων συστημάτων, αναπαράσταση γνώσης και μηχανές εξαγωγής συμπερασμάτων
- Τεχνολογίες εξόρυξης δεδομένων
- Ασαφή λογική και εφαρμογές



- Εφαρμογές στη λήψη αποφάσεων με SPSS, ExpertChoice και Microsoft Excel, MATLAB.

Μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος

Το μάθημα Συστήματα Υποστήριξης Αποφάσεων αποβλέπει στην κατάρτιση των φοιτητών στην αντιμετώπιση σύνθετων επιχειρηματικών προβλημάτων με μεθόδους ποσοτικής και ποιοτικής ανάλυσης βασισμένες στις τεχνολογίες λήψης αποφάσεων και μοντέλα γνωστικής ψυχολογίας.

Ειδικότερα, το μάθημα δίνει εφόδια στους φοιτητές ώστε να κατανοήσουν θέματα όπως τα παρακάτω:

1. Επίλυση προβλημάτων και λήψη αποφάσεων
2. Κατανόηση της σημασίας των Συστημάτων Υποστήριξης Αποφάσεων στις σύγχρονες επιχειρήσεις
3. Κατανόηση της αρχιτεκτονικής Συστημάτων Υποστήριξης Αποφάσεων και Έμπειρων Συστημάτων
4. Ανάπτυξη μοντέλων ασαφούς λογικής για την Υποστήριξη Αποφάσεων
5. Κατανόηση της σημασίας της γνωστικής ψυχολογίας στη λήψη αποφάσεων
6. Χρήση συστημάτων, όπως SPSS, Excel, ExpertChoice, MATLAB,
7. Μελέτη περιπτώσεων

Συνιστώμενη ή απαιτούμενη βιβλιογραφία προς μελέτη

1. Ματσατσίνης, Ν (2010). Συστήματα Υποστήριξης Αποφάσεων, Εκδόσεις Νέες Τεχνολογίες
2. Καρδαράς Δ. (2010). Εισαγωγή στη Λήψη των Αποφάσεων και τα Συστήματα Στήριξης Αποφάσεων (Πανεπιστημιακές Σημειώσεις).

Σχεδιασμένες μαθησιακές δραστηριότητες και διδακτικές μέθοδοι

Όλοι οι φοιτητές παρακολουθούν πρόγραμμα διαλέξεων και εργαστηριακών ασκήσεων. Δεν υπάρχουν υποχρεωτικές παρουσίες. Όλοι οι φοιτητές που εγγράφονται στο μάθημα έχουν πρόσβαση στο υλικό του μαθήματος που είναι διαθέσιμο στην πλατφόρμα e-class του πανεπιστημίου. Κατά τη διάρκεια του εξαμήνου όλοι οι φοιτητές αναλαμβάνουν εργασίες για την πρακτική εφαρμογή των θεμάτων που αναπτύσσονται στη θεωρία.

Πρακτική άσκηση

Κατά τη διάρκεια των μαθημάτων μπορεί να ζητηθούν ασκήσεις πρακτικής φύσεως από τους φοιτητές, αλλά οι ασκήσεις αυτές δεν είναι υποχρεωτικές.

Μέθοδοι αξιολόγησης και κριτήρια

Η εξέταση του μαθήματος αποτελείται από δύο μέρη:

- Τις γραπτές εξετάσεις, στις οποίες αναλογεί το 70% της συνολικής βαθμολογίας.
- Ομαδική εργασία που αναλογεί στο 30% της συνολικής βαθμολογίας.

Οι φοιτητές που αποτυγχάνουν στις γραπτές εξετάσεις δεν επωφελούνται από τους βαθμούς της εργασίας. Η δομή της βαθμολογίας παρουσιάζεται στους φοιτητές με τα θέματα των εξετάσεων. Τα κριτήρια βαθμολογίας της εργασίας περιλαμβάνουν, την ποιότητα σχεδίασης, το επίπεδο και η ποιότητα υλοποίησης, κλπ.



ΘΕΜΑΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 2812

Τύπος του μαθήματος: Μάθημα Επιλογής

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 4^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 7^ο εξάμηνο (Χειμερινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος/διδασκόντων: Β. Παπαδάκης, Α.Ιωαννίδης

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Το μάθημα αποσκοπεί να εισάγει τους φοιτητές σε μια σειρά από επίκαιρα θέματα της στρατηγικής των επιχειρήσεων και να τους βοηθήσει να κατανοήσουν:

1. Ποιες είναι οι νεότερες σχολές σκέψης στο χώρο της στρατηγικής οι οποίες παρουσιάστηκαν μετά τον Michael Porter και ποια η πρακτική τους σημασία,
2. Ποιοι παράγοντες οδηγούν την πλειοψηφία των στρατηγικών αλλαγών σε αποτυχία. Τι λάθη γίνονται συνήθως; Πώς αυτά μπορούν να αποφευχθούν;
3. Πώς μια επιχείρηση μπορεί να καινοτομήσει στρατηγικά και να αλλάξει τους κανόνες του παιχνιδιού στην αγορά της; Πώς μπορούν οι φοιτητές μας να αναπτύξουν ικανότητες στρατηγικής καινοτομίας;
4. Κάτω από ποιες προϋποθέσεις η στρατηγική μίμησης είναι μια βιώσιμη στρατηγική επιλογή;
5. Ποιες μεθοδολογίες, Εργαλεία, Βέλτιστες Πρακτικές υπάρχουν στη Διοίκηση Επιχειρήσεων και ποιές από αυτές είναι πιο αποτελεσματικές.
6. Τη δημιουργία των κλαδικών συναθροίσεων (Industry Clusters), και τη δυνητική συνεισφορά τους
7. Τη λήψη αποφάσεων σε θέματα οργανικής ανάπτυξης έναντι εξωτερικής ανάπτυξης. Τι ενδείκνυται σε κάθε περίπτωση.
8. Τη σημασία των Συνεργασιών Δημόσιου και Ιδιωτικού Τομέα και πώς μπορούν να υλοποιηθούν στην πράξη;

Περιεχόμενο του μαθήματος

Ένα από τα πιο σημαντικά εφόδια που μπορούμε να προσφέρουμε στους φοιτητές μας είναι να τους βοηθήσουμε να αναπτύξουν τη στρατηγική τους σκέψη. Να βλέπουν μακριά, να κατανοούν τις εξελίξεις και να προσαρμόζονται σ' αυτές ή/και ιδανικά να τις επηρεάζουν. Στον στόχο αυτό προσπαθεί να ανταποκριθεί το μάθημα των Θεμάτων Επιχειρησιακής Πολιτικής και Στρατηγικής (ΘΕΠΣ). Σ' αυτό καλύπτονται οι πιο πρόσφατες θεωρίες στην στρατηγική των επιχειρήσεων, αναλύεται η αποτυχία υλοποίησης στρατηγικών αλλαγών, 'αποκρυπτογραφείται' η έννοια της στρατηγικής καινοτομίας αλλά και της στρατηγικής μίμησης και γίνεται κατανοητό το πώς μια εταιρεία μπορεί να καινοτομήσει στρατηγικά και να αλλάξει τους κανόνες του παιχνιδιού στην αγορά της. Επίσης, το μάθημα εμβαθύνει στις Μεθοδολογίες, εργαλεία και βέλτιστες πρακτικές διοίκησης επιχειρήσεων, εξετάζει τις κλαδικές συναθροίσεις και την πρακτική τους σημασία και αναλύει τη σημασία των συνεργασιών δημόσιου και ιδιωτικού τομέα (PPP).



Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη

Ως βασικό βιβλίο του μαθήματος προτείνεται το: Παπαδάκης Β., Επίκαιρα Θέματα Στρατηγικής των Επιχειρήσεων: Εκδόσεις Μπένου, 2009. Επιπλέον σημειώσεις του κ. Ιωαννίδη είναι αναρτημένες στο e-class του μαθήματος.

Διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι

Το μάθημα εξελίσσεται μέσω συζήτησης που βασίζεται σε συγκεκριμένες μελέτες περιπτώσεων (case studies). Αυτές αναφέρονται τόσο σε ελληνικές (πχ. Ασπίς Πρόνοια, ΟΤΕ, Intralot, Eurobank, Κλάδος εταιρειών συμβούλων επιχειρήσεων κλπ), όσο και σε διεθνείς επιχειρήσεις (πχ Enron, KPMG, Bear Stearns, Samsung, Yellowtailκλπ).

Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης

Η εξέταση του μαθήματος γίνεται μέσω μιας τελικής γραπτής εξέτασης. Τα θέματα των εξετάσεων απαιτούν κριτική σκέψη. Επιπρόσθετα, δίνεται η δυνατότητα προαιρετικής πρακτικής εργασίας.

ΘΕΩΡΙΑ ΠΑΙΓΝΙΩΝ ΚΑΙ ΑΒΕΒΑΙΟΤΗΤΑΣ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 1705

Τύπος του μαθήματος: Μάθημα Επιλογής

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 4^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 7^ο εξάμηνο (Χειμερινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος: Ε. Αθανασίου

Περιεχόμενα Μαθήματος

1. Επιλογή σε συνθήκες αβεβαιότητας

- Τυχαία ενδεχόμενα, πιθανότητες και προσδοκώμενη αξία ενός παιγνίου. Δίκαια παίγνια και το «Παράδοξο του St. Petersburg»
- Η συνάρτηση (δείκτης) χρησιμότητας των von Neumann-Morgenstern και η μεγιστοποίηση της προσδοκώμενης χρησιμότητας.
- Αποστροφή προς τον κίνδυνο, ουδετερότητα προς τον κίνδυνο, αγάπη προς τον κίνδυνο και η σχέση τους με δίκαια στοιχήματα
- Αποστροφή προς τον κίνδυνο και ασφάλιστρο
- Μέτρηση κατά τους Arrow-Pratt αποστροφής προς τον κίνδυνο και σχετικής αποστροφής προς τον κίνδυνο
- Η προσέγγιση προτίμησης καταστάσεων. Υπό συνθήκη εμπορεύματα (ή απαιτήσεις) και δίκαιες τιμές των απαιτήσεων.
- Επιλογή υπό συνθήκη απαιτήσεων, αποστροφή προς τον κίνδυνο και ασφάλιστρα

2. Εισαγωγή στην θεωρία των παιγνίων

- Περιγραφή ενός παιγνίου (εκτεταμένη μορφή, στρατηγική μορφή)
- Έννοιες επίλυσης παιγνίων στρατηγικής μορφής (κυριαρχία, επαναληπτική κυριαρχία, ισορροπία Nash σε καθαρές και μεικτές στρατηγικές, και η επίλυση δια της κυριαρχίας ως εκλέπτυνση της ισορροπίας Nash).
- Προς τα πίσω επαγωγή σε δυναμικά παίγνια πλήρους και τέλει πληροφόρησης και τελειότητα κατά υποπαίγνιο (και η σχέση τους με την ισορροπία Nash ως εκλεπτύνσεις της)
- Εφαρμογές: ολιγοπώλιο (Cournot, Bertrand, Stackelberg), στρατηγικά υποκατάστατα και συμπληρωματικά



3. Οικονομική ανάλυση της πληροφόρησης

- Λειτουργία αγορών υπό αβεβαιότητα: συμμετρική και ασύμμετρη πληροφόρηση
- Στρατηγική συμπεριφορά και πληροφόρηση
- Δυσμενής επιλογή (adverse selection) και (μη) ύπαρξη ισορροπίας
- Θεωρία σηματοδότησης (signaling)
- Ασφάλιση
- Εμπειρικές μελέτες δυσμενούς επιλογής με ασύμμετρη πληροφόρηση

4. Κίνητρα και συμβόλαια

- Λειτουργία αγορών υπό αβεβαιότητα: συμμετρική και ασύμμετρη πληροφόρηση
- Ηθικός κίνδυνος (moral hazard)
- Υπόδειγμα εντολέα-εντολοδόχου (principal-agent) και κίνητρα
- Συμβόλαια
- Εμπειρικές μελέτες ηθικού κινδύνου και κινήτρων με ασύμμετρη πληροφόρηση

5. Θεωρία δημοπρασιών

- Εισαγωγή στη θεωρία δημοπρασιών (auctions). Ανάλυση βασικών τύπων δημοπρασιών.
- Δημοπρασίες με κοινές ή ανεξάρτητες αξίες. Η «κατάρρα του νικητή».
- Στρατηγική συμπεριφορά και ισορροπία. Αποτελεσματικότητα.
- Εμπειρικές μελέτες ανάλυσης δημοπρασιών

Εξέταση:

Μπορείτε είτε να συμμετάσχετε στις τελικές εξετάσεις, είτε να συμμετάσχετε σε δύο προόδους κατά τη διάρκεια του μαθήματος. Η κάθε πρόοδος θα μετράει για 50% του τελικού σας βαθμού. Εάν αποφασίσετε να συμμετάσχετε στις προόδους, και πάρετε κάτω από τη βάση στην πρώτη πρόοδο, δεν θα έχετε δικαίωμα συμμετοχής στη δεύτερη πρόοδο και θα έχετε δικαίωμα συμμετοχής στην εξεταστική του Σεπτεμβρίου, αλλά όχι του Ιουνίου.

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη:

- I. Nicholson, W., *Μικροοικονομική Θεωρία*, Τόμος Β, Εκδόσεις Κριτική.
 - II. Varian, H., *Μικροοικονομική: μια σύγχρονη προσέγγιση*, Εκδόσεις Κριτική.
 - III. Gravelle, H. and Rees, R., *Microeconomics*, 2nd Edition, Longman.
 - IV. Kreps, D., *A Course in Microeconomic Theory*, Harvester Wheatsheaf (περισσότερο προχωρημένου επιπέδου).
 - V. Gibbons, R. (1992). *A Primer in Game Theory*, (περισσότερο προχωρημένου επιπέδου).
- Πρόσθετη βιβλιογραφία και κάποιες σημειώσεις θα μοιραστούν κατά τη διάρκεια των διαλέξεων.

ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 5668

Τύπος του μαθήματος: Μάθημα Επιλογής

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 4^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 7^ο εξάμηνο (Χειμερινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος: Εντεταλμένος Διδάσκων

Περιεχόμενο του μαθήματος: Ο κλάδος παραγωγής αγροτικών προϊόντων και τροφίμων είναι σημαντικός για την εθνική οικονομία μιας χώρας. Ειδικότερα για την Ελλάδα, ο εν λόγω κλάδος είναι εξαιρετικής σημαντικότητας για δυο, τουλάχιστον, λόγους. Πρώτον, η



προικισμένη ελληνική φύση προσφέρει αγροτικά προϊόντα που είναι είτε μοναδικά (με την έννοια ότι δεν παράγονται σε άλλη χώρα του πλανήτη), είτε αισθητά υψηλότερης ποιότητας, εν συγκρίσει με αντίστοιχα προϊόντα που παράγονται σε άλλες χώρες. Δεύτερον, συνδυάζοντας την παράδοση, την τεχνογνωσία και το μεράκι, πολλές ελληνικές επιχειρήσεις τυποποίησης αγροτικών προϊόντων και παραγωγής τυποποιημένων τροφίμων, παράγουν υψηλής ποιότητας τυποποιημένο προϊόν. Το παρόν μάθημα καλύπτει θέματα που αφορούν (α) στα χαρακτηριστικά του αγροτικού προϊόντος και της παραγωγής του, (β) την επίδραση του μακρο- και του μικρο-οικονομικού περιβάλλοντος στη ζήτηση αγροτικών προϊόντων και τροφίμων, (γ) τη σημασία της λειτουργίας της φυσικής διανομής στον κλάδο και (δ) σε θέματα προϊόντος, τιμολόγησης, προβολής, διανομής και συμπεριφοράς καταναλωτή σε συγκεκριμένους τομείς παραγωγής, όπως τα γαλακτοκομικά προϊόντα, το ελαιόλαδο και ο οίνος.

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα: Με την ολοκλήρωση των διαλέξεων του παρόντος μαθήματος, οι φοιτητές θα πρέπει:

- I. Να γνωρίζουν τις ιδιαιτερότητες του αγροτικού προϊόντος ως πρώτη ύλη και τις προεκτάσεις των εν λόγω ιδιαιτεροτήτων για την τυποποίηση, τη διανομή, την προβολή και την τιμολόγηση αγροτικών προϊόντων,
- II. Να περιγράφουν το σημαντικότερο θετικό ρόλο που μπορεί να διαδραματίσει η κατηγορία αγροτικών προϊόντων στη διαμόρφωση της εικόνας ενός καταστήματος τύπου σουπερμάρκετ,
- III. Να αντιλαμβάνονται την υψηλή ποιότητα του ελληνικού αγροτικού προϊόντος και του ελληνικού τυποποιημένου τροφίμου,
- IV. Να κατανοούν τις εξαγωγικές ευκαιρίες που προσφέρει το υψηλής ποιότητας ελληνικό αγροτικό προϊόν και το υψηλής ποιότητας ελληνικό τυποποιημένο τρόφιμο,
- V. Να γνωρίζουν σε βάθος τη συμπεριφορά του καταναλωτή, όσον αφορά στα κριτήρια αναζήτησης, αξιολόγησης και αγοράς αγροτικών προϊόντων και τροφίμων,
- VI. Να μπορούν να ανατρέχουν στην (και να χρησιμοποιούν τη) γνώση που απέκτησαν, σε περίπτωση που θα εργασθούν σε επιχείρηση τυποποίησης αγροτικών προϊόντων ή σε επιχείρηση παραγωγής τυποποιημένων τροφίμων.

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη:

- Τζωρτζάκης, Κ. και Charlesworth A. (2020). *Μάρκετινγκ Περιλαμβάνει και Digital Μάρκετινγκ*. Αθήνα: Εκδόσεις Rosili.
- Καμενίδης Χ. (2010) *Μάρκετινγκ Αγροτικών Προϊόντων*. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Αφοι Κυριακίδη.
- Kohls, R. L. and Uhl, J. N. (2014). *Marketing of Agricultural Products*, 10th edition, Prentice Hall, Upper Saddle River, USA.
- Aurier, P. and Sirieux, L. (2010) *Marketing αγροτικών προϊόντων και τροφίμων, Οι ιδιαιτερότητες του κλάδου - Στρατηγικές - Προγράμματα δράσης*. Αθήνα: Εκδόσεις Προπομπός.
- Norwood, F.B. and Lusk, L.J. (2013) *Μάρκετινγκ και Τιμές Αγροτικών Προϊόντων*, Λευκωσία, Κύπρος: BROKEN HILL PUBLISHERS LTD.

Τρόπος παράδοσης μαθήματος: Διαλέξεις που αναλύουν τις καλυπτόμενες έννοιες, βάσει θεωρίας, παραδειγμάτων και μελετών περιπτώσεων πρακτικών εφαρμογών.

Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης: Η αξιολόγηση του μαθήματος βασίζεται σε γραπτή εξέταση (με βαρύτητα 100%).



ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΛΙΑΝΙΚΟΥ ΚΑΙ ΧΟΝΔΡΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 5657

Τύπος του μαθήματος: Μάθημα Επιλογής

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 4^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 7^ο εξάμηνο (Χειμερινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος: Γ. Μπάλτας

Περιεχόμενο του μαθήματος: Σκοπός του μαθήματος είναι να εμπεδώσει τη θεωρία και την πρακτική του μάρκετινγκ στο πεδίο του εμπορίου. Τα περιεχόμενα του μαθήματος περιλαμβάνουν τα εξής θέματα: Το περιβάλλον του εμπορίου. Το εμπόριο στην Ελλάδα και διεθνώς. Η σημασία και οι λειτουργίες του εμπορίου στην οικονομία. Τύποι επιχειρήσεων λιανικού και χονδρικού εμπορίου. Το μείγμα μάρκετινγκ στις εμπορικές επιχειρήσεις. Διοίκηση συλλογής εμπορευμάτων. Πολιτική τιμών για εμπορικές επιχειρήσεις. Η επικοινωνιακή πολιτική του εμπορίου. Επιλογή εμπορικής τοποθεσίας. Διαχείριση χώρου και εκθεσιακής δυναμικότητας εμπορικών επιχειρήσεων. Ατμόσφαιρα καταστήματος. Εξυπηρέτηση πελατών. Ειδικά θέματα μάρκετινγκ εμπορικών επιχειρήσεων

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα: Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι συμμετέχοντες θα πρέπει:

- I. Να γνωρίζουν τον ρόλο και τη σημασία του εμπορίου.
- II. Να έχουν κατανοήσει τη δομή και τις λειτουργίες του εμπορίου.
- III. Να έχουν κατανοήσει τον σχεδιασμό και την εφαρμογή του μάρκετινγκ σε επιχειρήσεις λιανικού και χονδρικού εμπορίου.
- IV. Να γνωρίζουν τα κύρια θέματα που απασχολούν τη διοίκηση των εμπορικών επιχειρήσεων.

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη

- Μπάλτας, Γ. και Παπαβασιλείου Ν. (2023). *Μάρκετινγκ Λιανικού και Χονδρικού Εμπορίου*. Εκδόσεις Rosili, Αθήνα
- Τζωρτζάκης, Κ. & Τζωτζάκη Α. (2002). *Μάρκετινγκ Λιανικού και Χονδρικού Εμπορίου*, Εκδόσεις Rosili.

Τρόπος παράδοσης μαθήματος και διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι: Διαλέξεις, μελέτες περιπτώσεων και ομαδικές εργασίες.

Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης:

Γραπτή εξέταση και ομαδικές εργασίες.

ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΑΣΚΗΣΗ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 5050

Τύπος του μαθήματος: Μάθημα Επιλογής

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 4^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 7^ο ή 8^ο εξάμηνο (Χειμερινό ή Εαρινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS



Όνομα του διδάσκοντος/διδασκόντων: Φλ. Κοκκινάκη, Δ. Σκαρμέας

Περιεχόμενο του μαθήματος: Το μάθημα εντάσσεται στα πλαίσια της πρακτικής άσκησης. Η πρακτική άσκηση του Τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών δίνει την ευκαιρία σε φοιτητές του Τμήματος να κάνουν πρακτική άσκηση σε Επιχειρήσεις, Οργανισμούς και Τράπεζες τόσο εντός της Αττικής όσο και σε όλη την υπόλοιπη Ελλάδα, ιδιαίτερα τους καλοκαιρινούς μήνες. Η πρακτική άσκηση είναι ευκαιρία να αποκτήσουν οι φοιτητές εργασιακή εμπειρία στο αντικείμενο των σπουδών τους, να προετοιμαστούν για την είσοδό τους στην αγορά εργασίας και να εξοικειωθούν με τις συνθήκες στον εργασιακό χώρο. Εντάσσοντας την απόκτηση της παραπάνω εμπειρίας σε ακαδημαϊκά πλαίσια μάθησης, οι φοιτητές καλούνται να αναπτύξουν μια μελέτη περίπτωσης. Η μελέτη περίπτωσης είναι μια συγκεκριμένη μέθοδος συλλογής, ανάλυσης και παρουσίασης εμπειρικών δεδομένων και παρατηρήσεων με στόχο να περιγράψουμε ή και να εξηγήσουμε, ένα συγκεκριμένο φαινόμενο σε πραγματικό επιχειρηματικό περιβάλλον.

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα: Με την ολοκλήρωση της πρακτικής άσκησης σε συνδυασμό με τη μελέτη περίπτωσης οι συμμετέχοντες θα πρέπει:

- I. Να έχουν αναπτύξει τη δυνατότητα αφομοίωσης των εννοιολογικών και θεωρητικών υποδειγμάτων, μέσω της σύνδεσής τους με τον πραγματικό κόσμο των επιχειρήσεων που τους προσφέρει η πρακτική άσκηση.
- II. Να μπορούν να μεταφέρουν και να εφαρμόζουν έννοιες, θεωρίες και μοντέλα στον πραγματικό κόσμο των επιχειρήσεων.
- III. Να έχουν αναπτύξει διοικητικές ικανότητες, όπως η αναλυτική και συνθετική σκέψη, ικανότητα επίλυσης προβλημάτων και λήψης αποφάσεων.
- IV. Να έχουν εξοικειωθεί με συνθήκες, προσεγγίσεις, γεγονότα και προβλήματα του εργασιακού χώρου.
- V. Να έχουν αναπτύξει την ικανότητα διεπιστημονικής προσέγγισης, των θεμάτων αφού η κάθε περίπτωση μπορεί να περιέχει θέματα μάρκετινγκ, επικοινωνίας, διοίκησης, οικονομικά, ανθρώπινου δυναμικού, οργανωσιακής συμπεριφοράς κ.ά.

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη:

- I. Corey, R.E. (1996). *The Use of Cases in Management Education*, Harvard Business School Publishing, Boston, 9-376-240.
- II. Corey, R.E. (1998). *Writing Cases and Teaching Notes*, Harvard Business School Publishing, Boston, 9-399-077.
- III. Gentile, M.C. (1990). *Twenty-Five Questions to Ask as you Begin to Develop a New Case Study*, Harvard Business School Publishing, Boston, 9-391-042.
- IV. Linder, J. (1994). *Writing Cases: Tips and Pointers*, Harvard Business School Publishing, Boston, 9-391-026.
- V. Χασσίδ, Ι. (2004). *Οδηγός Σύνταξης Μελετών Περιπτώσεων*, Πανεπιστήμιο Πειραιώς, Πρόγραμμα «ΕΨΙΛΟΝ» (ΕΠΕΑΕΚ II).
http://www.unipi.gr/faculty/jhassid/odigos_MP1.pdf

Τρόπος παράδοσης μαθήματος και διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι: Οι φοιτητές έχουν τη δυνατότητα να συναντούν τους υπεύθυνους καθηγητές μια φορά την εβδομάδα κατά τη διάρκεια του ακαδημαϊκού έτους για να τους συμβουλευούνται σχετικά με όλα τα στάδια ανάπτυξης της μελέτης περίπτωσης.

Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης:

Γραπτή Μελέτη Περίπτωσης : 100%



ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟΥ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΩΝ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 5677

Τύπος του μαθήματος: Μάθημα Επιλογής

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνική

Έτος σπουδών: 4^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 7^ο εξάμηνο (Χειμερινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος/διδασκόντων: Β. Σταθακόπουλος, Α. Ευαγγελάτος

Περιεχόμενο του μαθήματος: Σκοπός του μαθήματος είναι να παρουσιάσει στους φοιτητές τη θεωρία και την εφαρμογή της δημιουργίας διαφημιστικών μηνυμάτων. Καλύπτει ένα ευρύ πεδίο θεμάτων που περιλαμβάνουν την Δημιουργικότητα στη Διαφήμιση, τις θεωρίες για σχεδιασμό μηνυμάτων, την προσαρμογή ενός μηνύματος για τα μαζικά μέσα επικοινωνίας, καθώς και τις Στρατηγικές και Τεχνικές που χρησιμοποιούνται στα διάφορα μέσα επικοινωνίας. Το εκπαιδευτικό υλικό του μαθήματος είναι οργανωμένο στις εξής βασικές ενότητες:

Δημιουργικότητα: Βασικές έννοιες και θεωρίες.

Σύντομη περιήγηση στην ιστορία της Δημιουργικότητας στην Διαφήμιση.

Οπτική γλώσσα: Βασικά στοιχεία και Αρχές του Σχεδιασμού.

Τεχνικές Πειθούς: Βασικές έννοιες και θεωρίες.

Σχεδιασμός Διαφημιστικών Μηνυμάτων I: Θεωρητικά μοντέλα & πλαίσια, Τύποι έκκλησης

Σχεδιασμός Διαφημιστικών Μηνυμάτων II: Στρατηγικές σχεδιασμού μηνυμάτων, Πλαίσια υλοποίησης.

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα:

Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι συμμετέχοντες θα είναι ικανοί να:

- I. Κατανοούν αφενός την διαδικασία ανάπτυξης διαφημιστικών μηνυμάτων και αφετέρου τη σπουδαιότητα της επίδρασης που μπορεί να έχουν σε επιχειρηματικά, μάρκετινγκ ή χρηματοοικονομικά ζητήματα.
- II. Αντιλαμβάνονται σε βάθος τα βασικά στοιχεία και τις αρχές σχεδιασμού ώστε να είναι σε θέση να διερευνήσουν πρωτότυπες και ευφάνταστες λύσεις σε προβλήματα του διαφημιστικού σχεδιασμού.
- III. Κατανοήσουν τη δομή και τη συνεκτικότητα στοιχείων μιας μεγάλης ιδέας μιας διαφημιστικής καμπάνιας και να είναι στη συνέχεια ικανοί να παρουσιάσουν πειστικά τα στοιχεία αυτά σε υποψήφιο πελάτη.
- IV. Γράψουν το κείμενο και να σχεδιάσουν το εικαστικό πλαίσιο διαφημιστικών μηνυμάτων για διαφορετικά μέσα μαζικής επικοινωνίας, καθώς επίσης και να είναι ικανοί να κριτικάρουν την δουλειά τρίτων ως αποτέλεσμα της βαθύτερης κατανόησης της δημιουργικότητας στη διαφήμιση.
- V. Δημιουργήσουν ένα πλήρες διαφημιστικό πλάνο (οι συμμετέχοντες σε ομάδες σαν κύρια εργασία τους θα αναπτύξουν ένα ολοκληρωμένο διαφημιστικό πλάνο, ως λύση ενός πραγματικού προβλήματος που πρέπει να επιλυθεί μέσω της διαφήμισης).

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη

- I. Arens, W., Arens, C., Weigold, M., Schaefer, D. (2014). *Αποτελεσματική Διαφήμιση*, Εκδόσεις Rosili, Κεφ. 8 – 9.
- II. Pipes, A. (2008). *Foundations of Art and Design*, Laurence King Publishing.



- III. Hall, S. (2010). *Αυτό σημαίνει Αυτό, Αυτό σημαίνει Εκείνο - Σημειωτική: Οδηγός Χρήσης*, Εκδόσεις Δίαυλος.
- IV. Adams, S. L. (2006). *Τα Μηνύματα της Τέχνης*, Εκδόσεις Δίαυλος.

Τρόπος παράδοσης μαθήματος (κατανομή σε διαλέξεις, σεμινάρια, εργαστήρια) και διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι:

Η διδασκαλία περιλαμβάνει παραδόσεις με ταυτόχρονη αλληλεπίδραση με το ακροατήριο, παρουσίαση και ανάλυση μελετών περίπτωσης, παρουσίαση ομαδικών εργασιών.

Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης:

Η αξιολόγηση κάθε φοιτητή διαμορφώνεται κατά 25% από την δοκιμασία των γραπτών εξετάσεων, 25% από την συμμετοχή σε ασκήσεις και τεστ που γίνονται κατά την διάρκεια των παραδόσεων και 50% από την παρουσίαση και παράδοση ομαδικής εργασίας.

ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ II (ΕΙΔΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ)

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 2511

Τύπος του μαθήματος: Μάθημα Επιλογής

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 3^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 7^ο εξάμηνο (Χειμερινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος/διδασκόντων: Κ. Κασμάτης

Περιεχόμενο του μαθήματος

Το μάθημα Χρηματοδοτική Διοίκηση II, επιχειρεί μία εστιασμένη προσέγγιση σε θέματα Χρηματοοικονομικού Προγραμματισμού, επιλογής Κεφαλαίων και Μορφών Χρηματοδότησης στις σύγχρονες επιχειρήσεις. Οι σπουδαστές θα πρέπει να εξοικειωθούν με τη σπουδαιότητα της επιλογής Κεφαλαίων (Κεφαλαιακή Διάρθρωση) και της Διάρθρωσης Κόστους (Ανάλυση Μόχλευσης) αφού οι δύο αυτές παράμετροι επηρεάζουν τα Κέρδη των Επιχειρήσεων και τα αναμενόμενα μερίσματα για τους μετόχους (Μερισματική Πολιτική). Στη συνέχεια, ο σπουδαστής θα γνωρίσει τις τεχνικές και τα εργαλεία που χρησιμοποιούν οι επιχειρήσεις προκειμένου να πραγματοποιήσουν τον προγραμματισμό των Χρηματοδοτικών τους Αναγκών μέσα από τη κατάρτιση των προβλεπόμενων Χρηματοοικονομικών τους καταστάσεων, αναλύοντας παράλληλα και τις βασικότερες στρατηγικές διαχείρισης του Κεφαλαίου Κίνησης. Παράλληλα, οι σπουδαστές θα γνωρίσουν τα εναλλακτικά χρηματοδοτικά εργαλεία, όπως το Leasing και το Factoring, τα οποία εξετάζονται σε σχέση με τις κλασσικές μορφές χρηματοδότησης μέσω Δανειακών Συμβάσεων. Έχοντας αποκτήσει μία ολοκληρωμένη εικόνα των βασικών εννοιών Χρηματοοικονομικής Λειτουργίας της επιχείρησης, οι σπουδαστές θα ασχοληθούν με τις τεχνικές Αποτίμησης της Αξίας Επιχειρήσεων, μέσα από μοντέλα Κατάρτισης Προβλεπόμενων Χρηματοροών.

Προαπαιτήσεις

ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ 1

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα:

- I. Η αφομοίωση των δομικών εννοιών του Χρηματοοικονομικού προγραμματισμού
- II. Εκμάθηση των Βραχυπρόθεσμων εργαλείων χρηματοδότησης στο πλαίσιο της Διαχείρισης του Κεφαλαίου Κίνησης.



- III. Η σημαντικότητα της κεφαλαιακής διάρθρωσης και της Μερισματικής Πολιτικής καθώς επίσης και του τρόπου με τον οποίο οι αποφάσεις αυτές επηρεάζουν τα κέρδη και τον κίνδυνο τόσο των επιχειρήσεων όσο και των μετόχων.
- IV. Εκμάθηση των Τεχνικών κατάρτισης Βραχυπρόθεσμου και μακροπρόθεσμου Προϋπολογισμού.
- V. Εκμάθηση της Διαδικασίας Κατάρτισης Χρηματοοικονομικών Επιχειρηματικών Σχεδίων και Αποτίμησης της Αξίας Επιχειρήσεων.

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη

- “Αρχές Χρηματοοικονομικής Διοίκησης – Θεωρία και Πρακτική ” Εκδόσεις Υτορία, Brealey Richard, Myers Stewart, Allen Franklin
- Μελέτες Περίπτωσης, Εργαστηριακές Ασκήσεις, Σημειώσεις Διδάσκοντα

Διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι

Διαλέξεις θεωρητικού / πρακτικού μέρους, ανάλυση Μελετών Περίπτωσης, εργασία κατάρτισης Χρηματοοικονομικού Επιχειρηματικού Σχεδίου με στόχο την Έγκριση Δανείου από Τράπεζα.

Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης

Γραπτή εξέταση 70% και εργασία 30%

ΨΗΦΙΑΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 3090

Τύπος του μαθήματος: Μάθημα Επιλογής

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 4^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 7^ο εξάμηνο (Χειμερινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος: Αθ. Ανδρούτσος

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές θα είναι σε θέση να:

- Αναγνωρίζουν, περιγράφουν και διακρίνουν τη θεωρία και τις πρακτικές πλευρές των μεθοδολογιών Phenomenon-based Learning, Design-Oriented Pedagogy και Learning by Collaborative Design
- Εξετάζουν και επιλύουν προβλήματα του πραγματικού κόσμου με οικονομικές, τεχνολογικές και κοινωνικές διαστάσεις συνδυάζοντας τη γνωστική τους περιοχή με τους παιδαγωγικούς στόχους
- Σχεδιάζουν και οργανώνουν εκπαιδευτικά έργα με τη χρήση διαγραμμάτων GANTT και εννοιολογικών χαρτών.
- Ανακαλύπτουν, αναλύουν και ταξινομούν πληροφορίες και πόρους από τον παγκόσμιο ιστό με τη χρήση ψηφιακών εργαλείων και να εκτιμήσουν την αξία της συνεργασίας μέσα σε ένα σύγχρονο τεχνολογικό πλαίσιο με προηγμένα ψηφιακά εργαλεία.
- Συνδυάζουν, συνθέτουν, εξηγούν, αξιολογούν και παρουσιάζουν πληροφορίες με ψηφιακά μέσα, να παράγουν ψηφιακό εκπαιδευτικό υλικό και να δημιουργούν ψηφιακά μαθησιακά αντικείμενα.



- Κατανοούν θέματα πνευματικής ιδιοκτησίας και ανοικτών εκπαιδευτικών πόρων, να διαμοιράζουν ψηφιακό εκπαιδευτικό υλικό και να δημιουργούν εκπαιδευτικές κοινότητες χρησιμοποιώντας ψηφιακά εργαλεία και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Αναγνωρίζουν και διακρίνουν τη χρήση των συστημάτων εκπαιδευτικού λογισμικού (LMS) και των Μαζικών Ελεύθερων Διαδικτυακών μαθημάτων (Massive Open Online Course - MOOCs)

Περιεχόμενο του μαθήματος

Σύγχρονες μεθοδολογίες εκπαίδευσης: Design-oriented pedagogy (DOP), Phenomenon Based Learning (PhenoBL) και Learning by Collaborative Design (LCD). Οργάνωση, διαχείριση και σχεδιασμός εκπαιδευτικών έργων. Διαγράμματα GANTT και εννοιολογικοί χάρτες. Εισαγωγή στις ΤΠΕ. Τεχνολογίες Web, Web 2.0, Σηματολογικός Ιστός (Web 3.0). Αναζήτηση, εύρεση, διαμοιρασμός και οργάνωση πληροφοριών στον Παγκόσμιο Ιστό. Ψηφιακά εργαλεία παρουσιάσεων. Δημιουργία και χρήση ψηφιακού εκπαιδευτικού υλικού. Εισαγωγή και επεξεργασία κειμένου, ήχου, βίντεο και συγχρονισμός. Βιντεοδιαλέξεις και Ψηφιακή αφήγηση. Εγγραφή οθόνης και παραγωγή σχολιασμένων παρουσιάσεων. Συνεργατική μάθηση. Ψηφιακά μαθησιακά αντικείμενα. Δημιουργία μαθησιακών αντικειμένων. Μεταδεδομένα, και Εκπαιδευτικά μεταδεδομένα. Ψηφιακά μαθήματα. Υποδείγματα ψηφιακών μαθημάτων. Συστήματα Διαχείρισης Μάθησης. Σύγχρονη και Ασύγχρονη Τηλεκπαίδευση. Διαμοιρασμός εκπαιδευτικού υλικού και δημιουργία εκπαιδευτικών κοινοτήτων. Μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Μαζικά ελεύθερα διαδικτυακά μαθήματα (MOOCs). Πνευματική ιδιοκτησία και Ανοικτοί Εκπαιδευτικοί Πόροι (ΑΕΠ).

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη

- Σύγχρονες παιδαγωγικές μεθοδολογίες και εκπαιδευτική τεχνολογία, Αθ. Ανδρούτσος, Πανεπιστημιακές Σημειώσεις, ΟΠΑ, 2016.
- Θεωρίες Μάθησης και Εκπαιδευτικό Λογισμικό, Σταύρος Ν. Δημητριάδης, Εκδ. Τζιόλα, 2014.
- Εκπαιδευτικά περιβάλλοντα διαδικτύου, Θ. Τσιάτσος, Εκδόσεις Κάλλιπος, 2015.

Διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι

Διαλέξεις (4 ώρες εβδομαδιαίως) και ατομικές και ομαδική εργασία.

Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης

Ο τελικός βαθμός είναι ο βαθμός της ομαδικής εργασίας (με βάρος 80%) και της παρουσίασης (με βάρος 20%).

ΕΑΡΙΝΟΥ ΕΞΑΜΗΝΟΥ

ΑΓΟΡΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 7124

Τύπος του μαθήματος: Μάθημα Επιλογής

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 4^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 8^ο εξάμηνο (Εαρινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος: θα ανακοινωθεί



Περιεχόμενο του μαθήματος: Σκοπός του μαθήματος είναι η ανάλυση και παρουσίαση των θεμελιωδών εννοιών και αρχών λειτουργίας των Αγορών Χρήματος και Κεφαλαίου. Έμφαση θα δοθεί στην έννοια και σημασία της αποτελεσματικής λειτουργίας των αγορών και στην ανάλυση των ιδιοτήτων που πρέπει να πληρούνται για την ύπαρξή της.

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα: Με το πέρας των διαλέξεων ο φοιτητής θα πρέπει να έχει μια ισχυρή γνώση των σύγχρονων αγορών χρήματος και κεφαλαίου. Ειδικότερα, θα πρέπει να είναι σε θέση να γνωρίζει τους τρόπους λειτουργίας και να μπορεί να αποτιμά τα προϊόντα στις αγορές αυτές. Επίσης, θα πρέπει να είναι ενήμερος σχετικά με τα αποτελέσματα της πρόσφατης βιβλιογραφίας.

Περιεχόμενα Μαθήματος: Πρωτογενείς και Δευτερογενείς Αγορές, Αγορές Χρήματος, Αγορές Ομολόγων, Αγορές Μετοχών, Αγορές Παραγώγων, Έμμεσες Επενδύσεις, Θεμελιώδης και Τεχνική Ανάλυση Επενδύσεων, Απόδοση και Κίνδυνος, Θεωρία Κεφαλαιαγοράς, Πληροφοριακή Αποτελεσματικότητα.

Τρόπος παράδοσης μαθήματος και διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι: Ο τρόπος παράδοσης γίνεται με πρόσωπο με πρόσωπο διδασκαλία. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στα αποτελέσματα της πρόσφατης βιβλιογραφίας. Γίνεται ανάπτυξη παραδειγμάτων και εφαρμογών με την βοήθεια των κατάλληλων λογισμικών προγραμμάτων όπως το Excel.

Μέθοδοι αξιολόγησης και κριτήρια: Το μάθημα αξιολογείται με γραπτές εξετάσεις και με τη μέθοδο των ερωτήσεων πολλαπλών επιλογών.

Βιβλιογραφία:

Σπύρου, Σ., «Αγορές Χρήματος & Κεφαλαίου» Εκδόσεις Μπένου, ISBN 960-8249-38-4
ΘΩΜΑΔΑΚΗΣ ΣΤΑΥΡΟΣ, ΞΑΝΘΑΚΗΣ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ «Αγορές Χρήματος & Κεφαλαίου» (Β έκδοση) ISBN 978-9603-518-686

ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΜΟΝΤΕΛΟΠΟΙΗΣΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΩΝ ΚΑΙ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 8126

Τύπος του μαθήματος: Μάθημα Επιλογής

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 4^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 8^ο εξάμηνο (Εαρινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος: Α. Πουλυμενάκου

Περιεχόμενο του μαθήματος: Το περιεχόμενο του μαθήματος περιλαμβάνει τις παρακάτω βασικές θεματικές ενότητες:

- I. Το πλαίσιο της οργανωσιακής ανάλυσης συστημάτων που υποστηρίζονται/βασίζονται σε τεχνολογία
- II. Τα πληροφοριακά συστήματα στους οργανισμούς
- III. Συστήματα εργασίας: εννοιολογική θεμελίωση, συστατικά μέρη, 5 οπτικές ανάλυσης
- IV. Μοντελοποίηση διαδικασιών βασισμένη σε επιχειρηματικά γεγονότα (event-driven modeling)
- V. Ανάλυση συστημάτων εργασίας: Οπτική της Αρχιτεκτονικής
- VI. Ανάλυση συστημάτων εργασίας: Οπτική της Απόδοσης
- VII. Ανάλυση συστημάτων εργασίας: Οπτική της Υποδομής, του Περιβάλλοντος και του



Κινδύνου

VIII. Εφαρμόζοντας τις τεχνικές επιχειρησιακής ανάλυσης σε πραγματική περίπτωση
IX. Ο κύκλος διαχείρισης επιχειρηματικών διαδικασιών

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα: Σκοπός του μαθήματος είναι να κατανοήσουν οι φοιτητές τον ρόλο των τεχνολογιών της πληροφορίας μέσα στα οργανωσιακά και κοινωνικά συστήματα που αυτές υποστηρίζουν. Έμφαση δίνεται στην εννοιολογική θεμελίωση των συστημάτων εργασίας ως οργανωσιακά συστήματα που περιέχουν τεχνολογία καθώς και στον τρόπο που αναλύονται τα συστήματα αυτά με βάση 5 κύριες οπτικές: δομή, απόδοση, υποδομές, περιβάλλον και κίνδυνοι (για την λειτουργία τους). Κεντρικό ζήτημα της ανάλυσης αποτελούν οι επιχειρηματικές/επιχειρησιακές διαδικασίες σε συνδυασμό με τις τεχνολογίες που ενσωματώνονται σε αυτές. Οι φοιτητές θα γνωρίσουν τύπους και κατηγορίες επιχειρηματικών διαδικασιών και τα είδη υποστήριξης που παρέχουν οι πληροφοριακές τεχνολογίες στους συμμετέχοντες σε αυτές. Επίσης θα κατανοήσουν και θα εφαρμόσουν στην πράξη τις τεχνικές μοντελοποίησης επιχειρηματικών διαδικασιών (event driven modeling), με χρήση εργαλείων ανάλυσης και σχεδιασμού (ARIS toolset). Εξηγείται και επιδεικνύεται παραδειγματικά η ανάλυση και αξιολόγηση συστημάτων εργασίας και διαδικασιών σε πραγματικές μελέτες περίπτωσης. Τέλος, οι φοιτητές εφαρμόζουν στην πράξη το πλαίσιο και τις τεχνικές ανάλυσης που γνώρισαν στο μάθημα εκπονώντας μελέτη συστήματος εργασίας και επιχειρηματικών διαδικασιών σε πραγματικό οργανισμό ή επιχείρηση.

Τρόπος παράδοσης μαθήματος και διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι: Μετωπική διδασκαλία (διαλέξεις), μελέτες περίπτωσης, επίδειξη εφαρμογών λογισμικού. Εργαστηριακή εξάσκηση σε λογισμικό μοντελοποίησης επιχειρηματικών διαδικασιών (ARIS toolset).

ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΙΜΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΠΟΧΗ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 5788

Τύπος του μαθήματος: Μάθημα Επιλογής

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 4^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 8^ο εξάμηνο (Εαρινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος: Κ.Γεωργίου

Περιεχόμενο του μαθήματος:

Το μάθημα «Απασχολησιμότητα στην Ψηφιακή Εποχή» έχει σχεδιαστεί για να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις της σύγχρονης εποχής και να ενισχύσει τις επιθυμητές δεξιότητες και συμπεριφορές για είσοδο και παραμονή στον χώρο εργασίας, με άλλα λόγια, για την ανάπτυξη της απασχολησιμότητας των φοιτητών. Το μάθημα «Απασχολησιμότητα στην Ψηφιακή Εποχή», ακολουθεί μια προσέγγιση βασισμένη σε διαλέξεις-συζητήσεις και δραστηριότητες που έχουν ως σκοπό να αυξήσουν τη γνώση των φοιτητών για τις προσδοκίες των εργοδοτών και το εργασιακό περιβάλλον και να καλλιεργήσουν τις απαραίτητες δεξιότητες, όπως τεχνικές αναζήτησης εργασίας, δικτύωση, απόδοση στη συνέντευξη και σε άλλες δοκιμασίες/μεθόδους επιλογής προσωπικού, ώστε να τους βοηθήσουν να εισέλθουν στην ολοένα και περισσότερο ανταγωνιστική αγορά εργασίας.



Μαθησιακά Αποτελέσματα:

Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι συμμετέχοντες θα πρέπει:

- I. Να κατανοήσουν την σύγχρονη αγορά εργασίας.
- II. Να εφαρμόζουν κατάλληλες συμπεριφορές και να επικοινωνούν αποτελεσματικά στο χώρο εργασίας.
- III. Να αναπτύξουν δεξιότητες αναζήτησης εργασίας.
- IV. Να κατανοήσουν πώς να δημιουργούν και να προβάλουν ένα επαγγελματικό προφίλ στην ψηφιακή εποχή.
- V. Να αναγνωρίζουν και να παρουσιάζουν αποτελεσματικά τις δεξιότητες και τις ικανότητές τους στη συνέντευξη επιλογής.
- VI. Να κατανοήσουν την σύνδεση μεταξύ θεωρίας και πράξης.

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη:

- Cedefop. (2015). *Skills, qualifications and jobs in the EU: the making of a perfect match? Evidence from Cedefop's European skills and jobs survey*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- Joan, K., Ruth, V. (2003). *Τα Βήματα για μια Επιτυχημένη Σταδιοδρομία*. Εκδόσεις Γ.ΠΑΡΙΚΟΣ & ΣΙΑ ΕΕ.
- Marr, B. (2022). *Future skills: The 20 skills and competencies everyone needs to succeed in a digital world*. John Wiley & Sons.
- Neugebauer, J. & Evans-Brain, J. (2016). *Employability: Making the Most of Your Career Development (Sage Study Skills Series)*. First Edition. Sage Publications.
- Trought, F. (2016). *Brilliant Employability Skills: How to stand out from the crowd in the graduate job market (Brilliant Business)*. FT Press; 2nd Edition.

Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης:

Γραπτή εξέταση: 60%.

Οι ερωτήσεις θα εξετάζουν την κατανόηση του περιεχομένου του μαθήματος και την εφαρμογή του σε πραγματικές συνθήκες.

Εργασίες-παρουσιάσεις: 40%

Οι συμμετέχοντες καλούνται να συμμετέχουν σε μια σειρά από δραστηριότητες, εργασίες και παρουσιάσεις που αφορούν την αναζήτηση εργασίας και τη συνέντευξη επιλογής.

ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΣΕΙΣ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 5728

Τύπος του μαθήματος: Μάθημα Επιλογής

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 4^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 8^ο εξάμηνο (Εαρινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος/διδασκόντων: Φλ. Κοκκινάκη, Δ. Λυμπερόπουλος

Περιεχόμενο του μαθήματος: Οι διαπραγματευτικές δεξιότητες είναι απαραίτητες σε κάθε περίπτωση συλλογικής λήψης αποφάσεων και απόκλισης συμφερόντων. Η αποτελεσματική διαπραγμάτευση συχνά συνίσταται στην μεγιστοποίηση της «αξίας» - και όχι απλά στην επίτευξη μιας κοινά αποδεκτής συμφωνίας. Το μάθημα εξετάζει τη φύση και τις στρατηγικές διαπραγμάτευσης και επίλυσης διαφωνιών με ιδιαίτερη έμφαση στις διαπραγματεύσεις στο



πλαίσιο των επιχειρήσεων. Στόχος του μαθήματος είναι η κατανόηση των παραγόντων που επηρεάζουν τη διαδικασία και το αποτέλεσμα της διαπραγμάτευσης και η ανάπτυξη σχετικών δεξιοτήτων. Στο μάθημα καλύπτονται τα ακόλουθα θέματα:

- Απόκλιση συμφερόντων και κοινωνική σύγκρουση. Η φύση της διαπραγμάτευσης: ζητήματα, επιλογές και αποτελέσματα. Η συμπεριφορική προσέγγιση στη μελέτη της διαπραγμάτευσης: παιχνίδια μεικτών κινήτρων.
- Στρατηγικές και τακτικές διαπραγμάτευσης: συνεργασία και ανταγωνισμός. Το μοντέλο διττού ενδιαφέροντος (dual-concern model). Επιλογή στρατηγικής. Προετοιμασία και σχεδιασμός της διαπραγμάτευσης.
- Τακτικές επιμεριστικής διαπραγμάτευσης.
- Τακτικές ενοποιητικής διαπραγμάτευσης.
- Γνωστικές διαδικασίες και γνωστικά σφάλματα στη διαπραγμάτευση.
- Ο ρόλος της επικοινωνίας στη διαπραγμάτευση.
- Οι σχέσεις ανάμεσα στα διαπραγματευόμενα μέρη: ισχύς, εμπιστοσύνη, θετικότητα.
- Διαπραγμάτευση μέσω αντιπροσώπων.
- Πολυμερής και διομαδική διαπραγμάτευση.
- Μεσολάβηση: το μοντέλο πιθανότητας-ενδιαφέροντος (concern-likelihood model).
- Διαιτησία.
- Διαπραγμάτευση σε διεθνές επίπεδο και ο ρόλος των πολιτισμικών παραγόντων.
- Η ηθική της διαπραγμάτευσης.

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα: Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές θα πρέπει:

- I. Να κατανοούν τη φύση της διαπροσωπικής και διομαδικής διαφωνίας και σύγκρουσης.
- II. Να αναγνωρίζουν τα χαρακτηριστικά μιας κατάστασης διαπραγμάτευσης.
- III. Να κατανοούν τις απαιτήσεις αυτής της διαδικασίας.
- IV. Να κατανοούν τους παράγοντες που επηρεάζουν το αποτέλεσμα της.
- V. Να γνωρίζουν πώς να αναλύουν και να σχεδιάζουν μια διαπραγμάτευση.
- VI. Να επιλέγουν κατάλληλες στρατηγικές και τακτικές σε κάθε κατάσταση.
- VII. Να διεκπεραιώνουν επιτυχημένες διαπραγματεύσεις.

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη:

- I. DeMarr, B. & de Janasz S. (2016). Διαπραγματεύσεις και Επίλυση Διαφορών, Εκδόσεις Τζιόλα.
- II. Lewicki, R. J., Barry, B., Saunders, D. M. & Minton, J. W. (2004). *Η Φύση των Διαπραγματεύσεων* (2η αμερικάνικη έκδοση), Εκδόσεις Κριτική.
- III. Γιούρι, Ο. (2001). *Πως να ξεπερνάτε την άρνηση: Από την αντιπαλότητα στη συνεργασία*, Εκδόσεις Καστανιώτη.
- IV. Ρούμπιν, Τζ. Ζ., Προύιτ, Ντ. Γκ. & Κιμ, Σ. Χ. (1999). *Η Διευθέτηση της Κοινωνικής Σύγκρουσης: Κλιμάκωση – Αδιέξοδο – Επίλυση*, Εκδόσεις Καστανιώτη.
- V. Pruitt, D. G. & Carnevale, P. J. (1993). *Negotiation in Social Conflict*, Oxford University Press.

Τρόπος παράδοσης μαθήματος και διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι: Διαλέξεις με διαδραστικό χαρακτήρα, ανάλυση παραδειγμάτων και μελετών περιπτώσεων, ασκήσεις, υπόδυση ρόλων και προσομοιώσεις διαπραγμάτευσης.

Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης:

Τελική γραπτή εξέταση (75%): Τα θέματα απαιτούν σύντομες απαντήσεις ή επιλογή μεταξύ πολλαπλών επιλογών. Η υψηλή επίδοση προϋποθέτει την καλή και σε βάθος κατανόηση του περιεχομένου του μαθήματος, αναλυτική και κριτική ικανότητα και δυνατότητα εφαρμογής



των θεωρητικών γνώσεων σε πραγματικές ή υποθετικές καταστάσεις διαφωνίας και διαπραγμάτευσης.

Παρουσίαση (25%): Οι φοιτητές εργάζονται σε ομάδες και παρουσιάζουν στην τάξη ένα θέμα (επισκόπηση βιβλιογραφίας, συμβουλές ειδημόνων, μελέτη περίπτωσης κ.λπ.).

ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΨΗΦΙΑΚΟΥ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΑΝΘΡΩΠΟΥ-ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΗ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 8152

Τύπος του μαθήματος: Μάθημα Επιλογής

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 4^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 8^ο εξάμηνο (Εαρινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος: Γ. Λεκάκος

Περιεχόμενο

Η διαχείριση του Ψηφιακού Περιεχομένου έτσι ώστε να καταστεί αποτελεσματική η επικοινωνία μεταξύ Ανθρώπου και Υπολογιστή. Η ραγδαία αύξηση του όγκου των πληροφοριών οι οποίες παρέχονται με τη μορφή ψηφιακού περιεχομένου προσβάσιμου μέσα από διαφορετικές εφαρμογές αλλά και διαφορετικές πλατφόρμες έχει αναδείξει την ανάγκη διαχείρισής του έτσι ώστε να λαμβάνεται από τον τελικό χρήστη με αποτελεσματικό και εύχρηστο τρόπο.

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα:

Οι φοιτητές μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος:

- Έχουν αποδεδειγμένη γνώση και κατανόηση θεμάτων στον ανθρωποκεντρικό σχεδιασμό ψηφιακών συστημάτων (ιστοσελίδας, εφαρμογής κα) με κριτήριο την διαμόρφωση αποτελεσματικής επικοινωνίας μεταξύ του Χρήστη και των Η/Υ. Η αποκτηθείσα γνώση τους υποστηρίζεται από επιστημονικά εγχειρίδια προχωρημένου επιπέδου, περιλαμβάνει και απόψεις που προκύπτουν από σύγχρονες εξελίξεις στην αιχμή συγκεκριμένου γνωστικού πεδίου.
- Είναι σε θέση να χρησιμοποιούν τη γνώση και την κατανόηση που απέκτησαν με τρόπο που δείχνει επαγγελματική προσέγγιση της εργασίας ή του επαγγέλματός τους και διαθέτουν ικανότητες που κατά κανόνα αποδεικνύονται με την ανάπτυξη και υποστήριξη επιχειρημάτων και την επίλυση προβλημάτων στο πλαίσιο στον ανθρωποκεντρικό σχεδιασμό ψηφιακών συστημάτων και της διαμόρφωσης προϋποθέσεων που θα εγκαταστήσει μία αποτελεσματική επικοινωνία. Ως αποτέλεσμα θα είναι η διαμόρφωση βάσης συστηματικών χρηστών διασφαλίζοντας έτσι μία μακροχρόνια βιωσιμότητα και κερδοφορία στην ιστοσελίδα ή και την εφαρμογή.
- Έχουν την ικανότητα να συγκεντρώνουν και να ερμηνεύουν συναφή στοιχεία για να διαμορφώνουν κρίσεις που περιλαμβάνουν προβληματισμό σε συναφή κοινωνικά, επιστημονικά ή ηθικά ζητήματα που αναφέρονται στον ανθρωποκεντρικό σχεδιασμό ψηφιακών συστημάτων και στην αποτελεσματική επικοινωνία μεταξύ ανθρώπου και υπολογιστή.
- Είναι σε θέση να κοινοποιούν αποτελεσματικά πληροφορίες, ιδέες, προβλήματα και λύσεις που αφορούν στον σχεδιασμό διεπαφών στο σύγχρονο ψηφιακό περιβάλλον τόσο σε ειδικευμένο όσο και σε μη εξειδικευμένο κοινό.
- Έχουν αναπτύξει εκείνες τις δεξιότητες απόκτησης γνώσεων που τους χρειάζονται, για να συνεχίσουν σε περαιτέρω σπουδές με μεγάλο βαθμό αυτονομίας στους τομείς της Εμπειρίας Χρήστη, Κυβερνοψυχολογίας, Διαδραστικής επικοινωνίας, Έρευνας στο σύγχρονο ψηφιακό περιβάλλον, αρχιτεκτονικής της πληροφορίας και οργάνωση περιεχομένου.



Βιβλιογραφία

- Albert, B., & Tullis, T. (2022). Measuring the User Experience: Collecting, Analyzing, and Presenting UX Metrics. Morgan Kaufmann.
- MacKenzie, I. S. (2024). Human-computer interaction: An empirical research perspective.
- Unger, R., & Chandler, C. (2023). A Project Guide to UX Design: For user experience designers in the field or in the making. New Riders.
- Albert, B., & Tullis, T. (2022). Measuring the User Experience: Collecting, Analyzing, and Presenting UX Metrics. Morgan Kaufmann.
- Norman, K. L. (2017). Cyberpsychology: An introduction to human-computer interaction. Cambridge university press.
- Norman, D. (2007). Emotional design: Why we love (or hate) everyday things.
- Norman, D. (2013). The design of everyday things: Revised and expanded edition. Basic books. Εγχειρίδια μαθήματος
- Dix, A., Finlay, J., Abowd, G., Beale., R.. Επικοινωνία Ανθρώπου - Υπολογιστή. Μ. Γκιούρδας, Αθήνα 2003 (?).
- Δημοσθένης Ακουμιανάκης, Διεπαφή Χρήστη-Υπολογιστή: μια σύγχρονη προσέγγιση, εκδόσεις. Κλειδάριθμος, 2006

ΔΙΕΘΝΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 4112

Τύπος του μαθήματος: Μάθημα Επιλογής

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 4^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 8^ο εξάμηνο (Εαρινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος: Ε.Βέλλα

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα:

Σκοπός του μαθήματος είναι η εξοικείωση του φοιτητή με τις βασικές έννοιες της διεθνούς οικονομικής, μέσω της σύνδεσης των θεωριών και αναλυτικών εργαλείων αυτού του επιστημονικού αντικειμένου και των εξελίξεων που συντελούνται στην παγκόσμια οικονομία. Ανάμεσα στα θέματα που καλύπτονται σ' αυτό το μάθημα είναι: απόλυτο και συγκριτικό πλεονέκτημα, προσδιορισμός σχετικών τιμών, οφέλη του διεθνούς εμπορίου, μεταβολές παραγωγικότητας και κοινωνική ευημερία, διεθνές εμπόριο και διανομή του εισοδήματος, διεθνής κινητικότητα συντελεστών παραγωγής, μέσα άσκησης (διεθνούς) εμπορικής πολιτικής, πολιτική οικονομία εμπορικής πολιτικής, ισοζύγιο πληρωμών και εθνικοί λογαριασμοί, ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών, εξωτερικό χρέος και διεθνής επενδυτική θέση της χώρας, χρήμα, τιμές, επιτόκια, και συναλλαγματικές ισοτιμίες, αποτελεσματικότητα μακροοικονομικών πολιτικών, σύγκριση συστημάτων συναλλαγματικών ισοτιμιών, συναλλαγματικές κρίσεις, εσωτερική και εξωτερική ισορροπία, Εξωτερικό χρέος, Διεθνής συντονισμός οικονομικής πολιτικής.

Προαπαιτούμενα: Βασική γνώση Μικροοικονομικής και Μακροοικονομικής

Περιεχόμενο του μαθήματος:

1. ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΜΠΟΡΙΟ: ΘΕΩΡΙΑ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΗ • ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟΤΗΤΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ, ΑΠΟΛΥΤΟ ΚΑΙ ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΟ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ • ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟΙ ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΕΣ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΜΠΟΡΙΟ ΑΤΗΛΗΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΜΠΟΡΙΟ ΔΙΕΘΝΗΣ ΚΙΝΗΤΙΚΟΤΗΤΑ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΩΝ ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΩΝ • ΜΕΣΑ ΑΣΚΗΣΗΣ, ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ, ΤΗΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ
2. ΔΙΕΘΝΗΣ ΜΑΚΡΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ • ΙΣΟΖΥΓΙΟ ΠΛΗΡΩΜΩΝ ΚΑΙ ΕΘΝΙΚΟΙ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΧΡΗΜΑ, ΤΙΜΕΣ, ΕΠΙΤΟΚΙΑ, ΚΑΙ ΣΥΝΑΛΛΑΓΜΑΤΙΚΕΣ ΙΣΟΤΙΜΙΕΣ • ΕΙΣΟΔΗΜΑ, ΤΙΜΕΣ, ΚΑΙ



ΜΑΚΡΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ • ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΣΥΝΑΛΛΑΓΜΑΤΙΚΩΝ ΙΣΟΤΙΜΙΩΝ ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΙΣΟΡΡΟΠΙΑ, ΕΞΩΤΕΡΙΚΗ ΙΣΟΡΡΟΠΙΑ, ΚΑΙ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ ΧΡΕΟΣ συντονισμός μακροοικονομικών πολιτικών και το διεθνές νομισματικό σύστημα

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη:

Krugman, P., Obstfeld, M., (2011), ΔΙΕΘΝΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ, ΚΡΙΤΙΚΗ.
Feenstra, R. and Taylor, A. (2012), ΔΙΕΘΝΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ, ΕΠΙΚΕΝΤΡΟ.

Μέθοδος Διδασκαλίας: Διαλέξεις στο αμφιθέατρο

Μέθοδοι Αξιολόγησης: Γραπτή εξέταση

ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 8134

Τύπος του μαθήματος: Μάθημα Επιλογής

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 4^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 8^ο εξάμηνο (Εαρινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος: Δ. Ζήσης

Περιεχόμενο του μαθήματος: Η ακόλουθη λίστα παρουσιάζει τους τίτλους των θεμάτων που θα παρουσιαστούν.

- I. Εισαγωγή – Περιγραφή των συστημάτων παραγωγής
- II. Ιστορική αναδρομή της Διοίκησης Παραγωγής και Υπηρεσιών
- III. Βιομηχανικά συστήματα
- IV. Σχεδιασμός προϊόντων και κατεργασιών
- V. Πρόβλεψη ζήτησης
- VI. Επιλογή τοποθεσίας
- VII. Σχεδιασμός μονάδων και Συστήματα μεταφοράς υλικών
- VIII. Ποσοτικός προγραμματισμός παραγωγής και διαχείριση αποθεμάτων
- IX. Χρονικός προγραμματισμός παραγωγής
- X. Στατιστικός έλεγχος ποιότητας κι ολικό μάνατζμεντ ποιότητας – TQM

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα: Το μάθημα αποσκοπεί στην εισαγωγή του φοιτητή σε θέματα που αφορούν στο σχεδιασμό, ανάλυση, ανασχεδιασμό, βελτιστοποίηση και λειτουργική Διοίκηση Βιομηχανικών-Κατασκευαστικών Εταιριών και Εταιριών Παροχής Υπηρεσιών, καθώς και στην προβολή της ανάγκης για αποτελεσματικό μάνατζμεντ των περιορισμένων πόρων των συστημάτων που τις αποτελούν. Μέσα από το μάθημα, ο φοιτητής θα μπορέσει να κατανοήσει την οργανωτική δομή και τα ουσιώδη στοιχεία - υποσυστήματα - λειτουργίες ενός Συστήματος Παραγωγής ή Παροχής Υπηρεσιών. Συνάμα, θα αποκτήσει και μια ουσιώδη γνώση των προβλημάτων που παρουσιάζουν τα Συστήματα Παραγωγής ή Παροχής Υπηρεσιών κατά το σχεδιασμό και τη λειτουργία τους, καθώς και των μεθόδων επίλυσης των προβλημάτων αυτών τόσο με αναλυτικές όσο και με υπολογιστικές τεχνικές. Στη θεματολογία του μαθήματος περιλαμβάνονται όλες οι περίπλοκες επιχειρησιακές διαδικασίες που συνθέτουν τις δυναμικές λειτουργικές δομές των εταιριών, π.χ., σχεδιασμός προϊόντων-υπηρεσιών, προβλέψεις ζήτησης, χρονικός και ποσοτικός προγραμματισμός πόρων, επιλογή τοποθεσίας και χωροταξικός σχεδιασμός, καθώς και ποιοτικός έλεγχος. Τέλος, στο μάθημα παρουσιάζονται οι σημαντικότερες κάθετες αγορές με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους, οριοθετούνται τα πρακτικά και θεωρητικά



προβλήματα που διέπουν τη λειτουργία τους και αναλύονται οι σύγχρονες στρατηγικές και τακτικές Διοίκησής τους.

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη:

- I. Ιωάννου, Γ. (2005). *Διοίκηση Παραγωγής και Υπηρεσιών*, Εκδόσεις Σταμούλη.
- II. Schroeder (2010). *Operations Management: Contemporary Concepts and Cases*, Εκδόσεις Επίκεντρο.

ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΣΧΕΣΕΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ (CRM)

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 5690

Τύπος του μαθήματος: Μάθημα Επιλογής

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 4^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 8^ο εξάμηνο (Εαρινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος: Χ. Σαριδάκης

Περιεχόμενο του μαθήματος: Η Διοίκηση Σχέσεων Πελατών (Customer Relationship Management) αποτελεί μια επιχειρησιακή πρακτική που βασίζεται στην προσπάθεια εφαρμογής της φιλοσοφίας του μάρκετινγκ των σχέσεων (relationship marketing). Η Διοίκηση Σχέσεων Πελατών περιλαμβάνει ένα ολοκληρωμένο σύνολο διαδικασιών και τεχνολογιών με στόχο τη διαχείριση των σχέσεων με τους δυνητικούς και υφιστάμενους πελάτες της επιχείρησης καθώς και τους στρατηγικούς της συνεργάτες. Με τη χρήση κατάλληλων νέων τεχνολογιών και εργαλείων λογισμικού, παρέχονται δυνατότητες στην επιχείρηση να αναπτύξει και να διαχειριστεί τις σχέσεις με τον κάθε πελάτη της ξεχωριστά (one-to-one marketing). Ο σκοπός αυτού του μαθήματος είναι να παρουσιάσει εκείνα τα εργαλεία που βοηθούν την επιχείρηση να επιτύχει τους παραπάνω στόχους.

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα: Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι συμμετέχοντες θα πρέπει να είναι σε θέση να:

- I. Κατανοήσουν την έννοια και τη σημασία του CRM για μια επιχείρηση.
- II. Κατανοήσουν την έννοια της φιλοσοφίας του μάρκετινγκ των σχέσεων (relationship marketing).
- III. Αναγνωρίσουν τα βήματα στη δημιουργία ενός αποτελεσματικού συστήματος CRM.
- IV. Αποκτήσουν τις δεξιότητες που απαιτούνται για το σχεδιασμό και την εφαρμογή μιας πολιτικής σχέσεων πελατών και ενός συστήματος διαχείρισης αυτών των σχέσεων.

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη:

- Γούναρης, Σ. και Σταθακόπουλος, Β. (2006). *Διοίκηση Στρατηγικών Σχέσεων: Μάρκετινγκ και Πωλήσεις για Πελάτες Στρατηγικής Σημασίας*, Εκδόσεις Σταμούλης.
- Κοσμάτος, Δ. (2011). *CRM-Διαχείριση Πελατειακών Σχέσεων: Αρχές και Τεχνολογίες*, 2^η έκδοση, Εκδόσεις Κλειδάριθμος.
- Kumar V., Reinartz, W. (2012). *Customer Relationship Management: Concept, Strategy, and Tools*, Springer, 2nd Ed.
- Βρεχόπουλος, Α. (2008) ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΣΧΕΣΕΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ (eCRM), εκδόσεις: ΑΝΔΡΕΑΣ ΣΙΔΕΡΗΣ - ΙΩΑΝΝΗΣ ΣΙΔΕΡΗΣ & ΣΙΑ Ο.Ε.



Τρόπος παράδοσης μαθήματος και διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι:

Διαλέξεις με διαδραστικό χαρακτήρα, μελέτες περιπτώσεων και βάσεων δεδομένων, παρουσίαση ομαδικών εργασιών.

Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης:

Γραπτή εξέταση: Οι ερωτήσεις ζητούν εκτενείς γραπτές απαντήσεις και προϋποθέτουν καλή και σε βάθος κατανόηση του περιεχομένου του μαθήματος, χρήση αναλυτικής ικανότητας και δυνατότητα συνδυασμού των θεωριών και μοντέλων με παραδείγματα.

Γραπτή εργασία: Η εργασία είναι ομαδική και βασίζεται σε μια πραγματική μελέτη περίπτωσης.

ΕΙΔΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 5698

Τύπος του μαθήματος: Μάθημα Επιλογής

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 4^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 8^ο εξάμηνο (Εαρινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος: Εντεταλμένος Διδάσκων

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Το μάθημα διαπραγματεύεται ζητήματα που σχετίζονται με το πώς η ψηφιακή τεχνολογία επηρεάζει, αλλάζει και μετασχηματίζει οικονομικές δραστηριότητες. Μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος, αναμένεται οι φοιτητές/φοιτήτριες να είναι σε θέση να:

- Ορίζουν την έννοια της ψηφιακής οικονομίας και να διακρίνουν τις βασικές ιδιαιτερότητες των πληροφοριακών αγαθών.
- Περιγράφουν τις βασικές έννοιες των δικτύων υπολογιστών, του Διαδικτύου και του Παγκόσμιου Ιστού και να αναγνωρίζουν τις επιπτώσεις τους στην Οικονομία.
- Προσδιορίζουν την έννοια του ηλεκτρονικού επιχειρείν, να περιγράφουν τις μορφές του ηλεκτρονικού εμπορίου και να διακρίνουν τα επιχειρηματικά μοντέλα ψηφιακών επιχειρήσεων.
- Ορίζουν τις βασικές θεωρητικές έννοιες για τη λειτουργία κρυπτονομισμάτων και να περιγράφουν την αρχιτεκτονική και λειτουργία συγκεκριμένων κρυπτονομισμάτων, όπως το bitcoin.
- Αναγνωρίζουν την έννοια των δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας (κυρίως σε πληροφοριακά αγαθά) και να εξηγούν έννοιες «ανοικτότητας», όπως ανοικτή γνώση, ανοικτά δεδομένα, άδειες Creative Commons, Ελεύθερο Λογισμικό/Λογισμικό Ανοικτού Κώδικα.
- Μελετούν περιπτώσεις ψηφιακών επιχειρήσεων και να αναγνωρίζουν στοιχεία του επιχειρηματικού τους μοντέλου.

Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές θα είναι εξοικειωμένοι με τις βασικές αρχές της ψηφιακής καινοτομίας και θα μπορούν να συνδυάζουν γνώσεις που έχουν αποκτήσει ώστε να συζητούν και να αναλύουν με κριτική διάθεση ζητήματα που άπτονται της δημιουργίας και προώθησης νέων ψηφιακών προϊόντων/υπηρεσιών καθώς και να αξιολογούν νέα επιχειρηματικά εγχειρήματα και σχέδια καινοτομίας.



Περιεχόμενο του μαθήματος:

Παρουσιάζονται ορισμοί της Ψηφιακής Επιχειρηματικότητας και Καινοτομίας και περιγράφονται οι ιδιαιτερότητες των πληροφοριακών αγαθών. Εξηγούνται οι βασικές τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών στις οποίες βασίζεται ο σημερινός ψηφιακός κόσμος, εστιάζοντας κυρίως στο Διαδίκτυο και τον Παγκόσμιο Ιστό, και αναλύονται οι επιπτώσεις που έχουν στην Οικονομία. Το ηλεκτρονικό επιχειρείν, το ηλεκτρονικό εμπόριο και τα μοντέλα των ψηφιακών επιχειρήσεων περιγράφονται αναλυτικά και μέσω της μελέτης συγκεκριμένων περιπτώσεων, ενώ δίδονται τα εφόδια για τη δημιουργία σχεδίου επιχειρηματικού μοντέλου δικτυακής επιχείρησης και πρωτόλειου ιστότοπου. Εξηγείται η λειτουργία των κρυπτονομισμάτων, χρησιμοποιώντας ως παράδειγμα το bitcoin, μετά από μία παρουσίαση των βασικών θεωρητικών εννοιών στις οποίες στηρίζεται η λειτουργία τους (πολυπλοκότητα αλγορίθμων, κρυπτογραφικές συναρτήσεις κατατεμαχισμού και ψηφιακές υπογραφές). Τέλος, παρουσιάζονται θέματα διανοητικής ιδιοκτησίας στον ψηφιακό κόσμο, ενώ δίδεται ιδιαίτερη έμφαση στην Ανοικτή Γνώση, στα Ανοικτά Δεδομένα και Άδειες και στο Ελεύθερο Λογισμικό/Λογισμικό Ανοικτού Κώδικα, συζητώντας το πώς μπορούν να συνεισφέρουν στην οικονομική ανάπτυξη.

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:

- Dave Chaffey (2016), Ψηφιακές επιχειρήσεις και ηλεκτρονικό εμπόριο, Εκδόσεις Κλειδάριθμος.
- Laudon Kenneth C. - Traver Carol (2018). Ηλεκτρονικό εμπόριο 2018: Επιχειρήσεις, τεχνολογία, κοινωνία. Εκδόσεις Κλειδάριθμος.

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- MIS Quarterly
- Technological Forecasting and Social Change
- Information Systems Research

ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΚΑΙ ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΔΙΚΑΙΟ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 7112

Τύπος του μαθήματος: Μάθημα Επιλογής

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 4^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 8^ο εξάμηνο (Εαρινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος: Θ. Τροκάνας

Περιεχόμενο του μαθήματος: Το μάθημα αποτελεί το βασικό εισαγωγικό μάθημα στις έννοιες του εμπορικού δικαίου και τι είναι έμπορος και εμπορική πράξη. Εξετάζεται το δίκαιο των εμπορικών προσωπικών εταιριών (ομόρρυθμη-ετερόρρυθμη και αφανής εταιρία). Κατόπιν διδάσκονται ενδελεχώς οι κεφαλαιουχικοί τύποι των εμπορικών εταιριών (ΕΠΕ-ΙΚΕ και ΑΕ). Δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στους μηχανισμούς λειτουργίας, χρηματοδοτήσεως και λήψης αποφάσεων, στη διανομή κερδών, στην ορθή σύνταξη ισολογισμών κτλ. Τέλος, γίνεται ιδιαίτερη αναφορά στο δίκαιο αξιογράφων, ώστε οι φοιτητές να είναι εξοικειωμένοι με μια συναλλαγματική, μια επιταγή ή ένα γραμμάτιο εις διαταγήν, που θα συναντήσουν στην επαγγελματική τους καθημερινότητα. Η διδασκαλία χαρακτηρίζεται από τη διαρκή εφαρμογή παραδειγμάτων εκ της καθημερινής πρακτικής και συνοδεύεται από πρακτικές ασκήσεις.



ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΔΙΚΑΙΟ

Τίτλος του μαθήματος: Ευρωπαϊκό Δίκαιο

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 4116

Τύπος του μαθήματος: Μάθημα υποχρεωτικό

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 2ο

Εξάμηνο σπουδών: Εαρινό

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος: Α. Πλιάκος

Περιεχόμενο του μαθήματος: Σκοπός του μαθήματος είναι να διδάξει στον φοιτητή τη συμβολή του Ευρωπαϊκού Δικαίου στη ρύθμιση της οικονομίας στο πλαίσιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Μέσω του μαθήματος, ο φοιτητής εξοικειώνεται με τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, τις ρυθμίσεις που παράγονται από τα όργανά της, τις πολιτικές και δράσεις που αναπτύσσονται στο πλαίσιο της διαδικασίας ευρωπαϊκής ολοκλήρωσης. Τα θέματα του μαθήματος καλύπτουν τόσο τα θεμελιώδη χαρακτηριστικά της ευρωπαϊκής έννομης τάξης, όσο και τις βασικές οικονομικές ρυθμίσεις που διέπουν τη διαδικασία οικονομικής ολοκλήρωσης. Το μάθημα προσφέρει μια συνολική και συστηματική εικόνα του Δικαίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης, το οποίο διαιρείται σε δύο μέρη, στο συνταγματικό και στο οικονομικό δίκαιο της Ένωσης. Στο πλαίσιο αυτό, το μάθημα επικεντρώνεται στον σκοπό, τις αξίες, τις αρμοδιότητες, τις πηγές του δικαίου της Ένωσης, στα θεσμικά όργανα και την παραγωγή των κανόνων, τις οικονομικές ελευθερίες και το καθεστώς ελεύθερου ανταγωνισμού της Ένωσης.

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα: Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι συμμετέχοντες θα πρέπει:

1. Να έχουν κατανοήσει σε βάθος τους ιστορικούς λόγους διαμόρφωσης της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ), τα θεμελιώδη χαρακτηριστικά αυτής, τις πολιτικές και δράσεις της, προπάντων τον σκοπό και τις αξίες της.
2. Να έχουν κατανοήσει τις πολυεπίπεδες σχέσεις που αναπτύσσονται μεταξύ των κρατών μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ), της ΕΕ και των διεθνών οργανισμών, των ιδιωτών με την ΕΕ.
3. Να κατανοούν τις θεσμικές εξελίξεις στο ευρωπαϊκό και εθνικό επίπεδο, τις επιπτώσεις των κανόνων της ΕΕ στα κράτη μέλη και στις επιχειρήσεις.

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη:

- Πλιάκος Α., Το Δίκαιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης (2012), εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη.
- Μαραβέγιας Ν., (επιμέλεια), Ευρωπαϊκή Ένωση (2016), εκδόσεις Κριτική.
- Schütze R., European Union Law (2015), Cambridge University Press.

Τρόπος παράδοσης μαθήματος και διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι: Διαλέξεις με διαδραστικό χαρακτήρα, που συνδυάζουν αναλύσεις παραδειγμάτων και μελετών περιπτώσεων και διεξαγωγή δύο προόδων αξιολογικού, πρακτικού και μαθησιακού χαρακτήρα.

Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης:

Γραπτή εξέταση: 70%.



Οι ερωτήσεις ζητούν 1) εκτενείς γραπτές απαντήσεις και προϋποθέτουν καλή και σε βάθος κατανόηση του περιεχομένου του μαθήματος, 2) χρήση αξιολογικής ικανότητας εννοιών, ρυθμιστικών συνόλων και νομολογιακών εφαρμογών, 3) να δοθούν λύσεις σε μελέτες περιπτώσεων.

Πρόοδοι: 30%

Δύο πρόοδοι, έκαστη με τέσσερις ερωτήσεις θεωρητικού, αξιολογικού και πρακτικού χαρακτήρα, ζητούν από τους συμμετέχοντες να πιστοποιήσουν την κατανόηση των διαλέξεων, όσον αφορά τη θεωρία, την αξιολόγηση των ρυθμίσεων και των πρακτικών εφαρμογών τους.

ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΜΗ ΚΕΡΔΟΣΚΟΠΙΚΩΝ ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 5678

Τύπος του μαθήματος: Μάθημα Επιλογής

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 4^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 8^ο εξάμηνο (Εαρινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος: Κ. Ήντουνας

Περιεχόμενο του μαθήματος: Ο σκοπός του μαθήματος είναι να παρουσιάσει τη συνεισφορά και τη λειτουργία του μάρκετινγκ στο χώρο των κοινωνικών επιχειρήσεων και των μη κερδοσκοπικών οργανισμών. Το περιεχόμενο του μαθήματος περιλαμβάνει τις ακόλουθες θεματικές ενότητες: Κατηγοριοποίηση κοινωνικών επιχειρήσεων και μη κερδοσκοπικών οργανισμών, περιγραφή της συνεισφοράς και της σημασίας του μάρκετινγκ για τις εν λόγω επιχειρήσεις και οργανισμούς, δημιουργία ενός σχεδίου μάρκετινγκ (marketing plan), ειδικά θέματα μάρκετινγκ.

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα: Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι συμμετέχοντες θα πρέπει να είναι σε θέση να κατανοήσουν:

- I. Την έννοια της κοινωνικής επιχειρηματικότητας καθώς και των μη-κερδοσκοπικών οργανισμών.
- II. Τη συνεισφορά και τη λειτουργία του μάρκετινγκ στο χώρο των κοινωνικών επιχειρήσεων και των μη κερδοσκοπικών οργανισμών.
- III. Τα στάδια στη δημιουργία ενός σχεδίου μάρκετινγκ.
- IV. Ειδικά θέματα όπως ο εθελοντισμός, η προσέλευση πόρων, ο εθελοντισμός, το cause related marketing και το κοινωνικό μάρκετινγκ.

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη:

- Επιστημονική Ομάδα ASTbooks, (2017), *Πρακτικός Οδηγός για μη Κερδοσκοπικού Χαρακτήρα Νομικά Πρόσωπα*, 2^η έκδοση, Εκδόσεις Σταγάκη, Αθήνα.
- Brooks, A.C. (2010). *Κοινωνική Επιχειρηματικότητα: Μια Σύγχρονη Προσέγγιση στη Δημιουργία Κοινωνικού Κεφαλαίου*, Εκδόσεις Ίων Έλλην.

Τρόπος παράδοσης μαθήματος και διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι: Διαλέξεις με διαδραστικό χαρακτήρα, μελέτες περιπτώσεων, παρουσίαση ομαδικών εργασιών, επισκέψεις από καταξιωμένα στελέχη της αγοράς.

Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης:

Γραπτή εξέταση: 100%.



Οι ερωτήσεις ζητούν εκτενείς γραπτές απαντήσεις και προϋποθέτουν καλή και σε βάθος κατανόηση του περιεχομένου του μαθήματος, χρήση αναλυτικής ικανότητας και δυνατότητα συνδυασμού των θεωριών και μοντέλων με παραδείγματα.

Γραπτή εργασία: Προαιρετική

Η εργασία είναι ομαδική και βασίζεται σε εκτενή επισκόπηση της υπάρχουσας βιβλιογραφίας και αρθρογραφίας ή στην παρουσίαση της στρατηγικής μάρκετινγκ μιας κοινωνικής επιχείρησης ή ενός μη κερδοσκοπικού οργανισμού. Η εργασία είναι προαιρετική και, εφόσον πραγματοποιηθεί, μπορεί να συμβάλλει στην προσθήκη έως και 2 βαθμών στον τελικό βαθμό του φοιτητή.

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΤΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ ΚΑΙ ΤΩΝ ΦΥΣΙΚΩΝ ΠΟΡΩΝ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 1764

Τύπος του μαθήματος: Μάθημα Επιλογής

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 4^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 8^ο εξάμηνο (Εαρινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος : Ε.Κυριακοπούλου

Περιεχόμενο του μαθήματος:

Στα πλαίσια της Ευρωπαϊκής Ένωσης το Περιβάλλον θεωρείται ως το δεύτερο πιο σημαντικό θέμα μετά την ανεργία, μπροστά από τον πληθωρισμό και τον έλεγχο των εξοπλισμών. Το μάθημα αποτελείται από δύο τμήματα. Το πρώτο τμήμα εστιάζει στην παρουσίαση της σχετικής θεωρίας και των εμπειρικών αποτελεσμάτων, ενώ το δεύτερο αναλύει μια συγκεκριμένη Ευρωπαϊκή πολιτική σαν "case study".

Παρακάτω αναφέρονται οι θεματικές ενότητες:

(1) Μικροοικονομική Θεωρία των Οικονομικών του Περιβάλλοντος, (2) Εφαρμοσμένη Ανάλυση Κόστους-Οφέλους, (3) Διαχρονικά μεταβλητά κοινωνικά προεξοφλητικά επιτόκια, Ανάλυση Κόστους-Οφέλους, και Διατηρησιμότητα σαν στόχος πολιτικής, (4) Τεχνικές Μη-αγοραίας Αποτίμησης, (5) Τα οικονομικά της περιφερειακής και παγκόσμιας περιβαλλοντολογικής μόλυνσης.

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ I

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 8106

Τύπος του μαθήματος: Μάθημα Επιλογής

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 4^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 8^ο εξάμηνο (Εαρινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος: Γ. Λεκάκος

Περιεχόμενο του μαθήματος: Το μάθημα αποτελεί μία εισαγωγή στον προγραμματισμό χρησιμοποιώντας τη γλώσσα Java. Χωρίζεται σε δυο μέρη, όπου στο πρώτο μέρος παρουσιάζονται οι βασικές έννοιες προγραμματισμού, όπως πηγαίος κώδικας, η διαδικασία μετάφρασης, αλγόριθμοι, λογική σχεδίαση και αντικειμενοστρεφής μοντελοποίηση. Στο δεύτερο μέρος του μαθήματος διδάσκονται οι κύριες συνιστώσες του προγραμματισμού σε Java, όπως δεσμευμένες λέξεις, εντολές ελέγχου, μέθοδοι και αντικείμενα, κλάσεις, κατασκευαστές, βασικές δομές δεδομένων, εξαιρέσεις, input/output, κληρονομικότητα.



Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα:

- I. Κατανόηση των βασικών αρχών των γλωσσών προγραμματισμού: λογική σχεδίαση, μετάφραση προγραμμάτων, μεταβλητές, δομές ελέγχου, input/output.
- II. Εισαγωγή στην αντικειμενοστρεφή μοντελοποίηση και κατανόηση του αντικειμενοστρεφούς προγραμματισμού.
- III. Εξοικείωση με τον προγραμματισμό σε Java μέσω της κατανόησης και πρακτικής υλοποίησης προγραμμάτων σε Java.

Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης:

Γραπτές εξετάσεις και ατομικές εργασίες (υποχρεωτικές) στη γλώσσα Java. Ο τελικός βαθμός υπολογίζεται ως το 60% της γραπτής εξέτασης και το 40% του μέσου όρου των εργασιών.

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΩΝ ΜΕ JAVA

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 3222

Τύπος του μαθήματος: Μάθημα Επιλογής

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 4^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 8^ο εξάμηνο (Εαρινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος: Ι. Παυλόπουλος

Περιεχόμενο

Δομή ενός προγράμματος Java και εντολές ελέγχου. Κλάσεις και αντικείμενα: συναρτήσεις δημιουργίας, μεταβλητές στιγμιότυπου, στατικές μεταβλητές, αναφορές σε αντικείμενα. Μέθοδοι: εμβέλεια μεθόδων, απόκρυψη κώδικα, υπερφόρτωση μεθόδων, στατικές μέθοδοι. Πακέτα. Κληρονομικότητα και πολυμορφισμός: βελτιστοποίηση ιεραρχίας κλάσεων και επαναχρησιμοποίηση κώδικα, πολυμορφική επεξεργασία και δυναμική δέσμευση μεθόδων, αφηρημένες και τελικές κλάσεις και μέθοδοι, δημιουργία και χρήση διεπαφών. Σχεδίαση με αντικειμενοστρεφή προγραμματισμό: προσδιορισμός και υλοποίηση σχέσεων μεταξύ κλάσεων, προσδιορισμός ιδιοτήτων και λειτουργιών κλάσεων. Δομές δεδομένων και συλλογές: αυτό-αναφερόμενες κλάσεις και δυναμική δέσμευση μνήμης, συνδεδεμένες λίστες, πίνακες, ουρές, στοιβές, λίστες, διάσχιση, σύνολα, χάρτες. Γενικεύσεις. Είσοδος και έξοδος: ροές bytes/χαρακτήρων, ροές αντικειμένων, φίλτρα, διασυνδέσεις και τάξεις για είσοδο και έξοδο, σειριακή και τυχαία προσπέλαση αρχείων. Χειρισμός εξαιρέσεων.

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές θα είναι σε θέση:

- Να αναπτύσσουν ένα πρόγραμμα αντικειμενοστρεφούς προγραμματισμού στη γλώσσα Java, περιλαμβάνοντας τον ορισμό κλάσεων, συναρτήσεις δημιουργίας, μεθόδους, μεταβλητές στιγμιότυπου, στατικές μεταβλητές και αναφορές σε αντικείμενα.
- Να περιγράφουν και να χειρίζονται τις βασικές έννοιες και αρχές αντικειμενοστρεφούς προγραμματισμού: ενθυλάκωση (απόκρυψη δεδομένων και κώδικα), κληρονομικότητα και πολυμορφισμό.
- Να εφαρμόζουν τεχνικές αντικειμενοστρεφούς προγραμματισμού, όπως ιεραρχία κλάσεων, επαναχρησιμοποίηση κώδικα, υπερκάλυψη και υπερφόρτωση μεθόδων, πολυμορφική επεξεργασία, δυναμική δέσμευση μεθόδων, αφηρημένες και τελικές κλάσεις



και μέθοδοι, και διεπαφές στη σχεδίαση και ανάπτυξη λειτουργικού, συμπαγούς και επεκτάσιμου κώδικα.

- Να επιλέγουν μεταξύ βασικών δομών και τεχνικών εισόδου/εξόδου που παρέχονται από τη γλώσσα Java.
- Να εφαρμόζουν τεχνικές χειρισμού εξαιρέσεων που παρέχονται από τη γλώσσα Java.

ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 8166

Τύπος του μαθήματος: Μάθημα Επιλογής

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά. Μέρος της ύλης είναι στη αγγλική γλώσσα.

Έτος σπουδών: 4^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 8^ο εξάμηνο (Εαρινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος: K.E. Soderquist

Περιεχόμενο του μαθήματος

Ενότητα 1 Εισαγωγή και Δημιουργία Ιδεών – Concept Generation (Εβδομάδα 1-4)

- Δομή, Περιεχόμενο και Στόχοι του Μαθήματος
- Σημειολογία του Σχεδιασμού
- Design Thinking - Αισθητική και Λειτουργικότητα
- **1^ο Παραδοτέο του Project: PRODUCT CONCEPT. Εβδομάδα 4.**

Ενότητα 2 Σχεδιασμός Προϊόντων (Εβδομάδα 5-7)

- Σχεδιασμός και Υλικά
- ο Χαρακτηριστικά υλικών και η σχέση τους με τον σχεδιασμό
- ο Βασικές διαδικασίες παραγωγής
- Σχεδιάζοντας για την Καινοτομία
- Ανθρωποκεντρικός Σχεδιασμός
- Δοκιμασία Προϊόντων και Πρωτότυπα
- **2^ο Παραδοτέο του Project: PRODUCT DESIGN. Εβδομάδα 7.**

Ενότητα 3 Εκβιομηχάνιση Προϊόντων (Εβδομάδα 8-10)

- Σχεδιασμός για Παραγωγή
- Σχέδια / Πλάνα Εκβιομηχάνισης
- Συστήματα Παραγωγής και Εφοδιαστική Αλυσίδα
- Νέες δυνατότητες παραγωγής: 3D Printing, Factory 2.0
- **3^ο Παραδοτέο του Project: PRODUCT SYSETM. Εβδομάδα 10.**

Ενότητα 4 Διαχείριση του Σχεδιασμού και της Ανάπτυξης Προϊόντων (Εβδομάδα 11)

- Μοντέλα Ανάπτυξης Προϊόντων
- Αρχιτεκτονική Προϊόντων
- Επιθεώρηση Βιομηχανικού Σχεδιασμού
- Αειφόρα Προϊόντα - Green Design - Cradle-to-Cradle

Παρουσίαση Εργασίας και Αναθεώρηση του Μαθήματος (Εβδομάδα 12)

- **Τελικό Παραδοτέο του Project: ΦΑΚΕΛΟΣ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ.** Προετοιμασία για τις εξετάσεις (Εβδομάδα 13)

Μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος

Το μάθημα θα εξοπλίσει τους φοιτητές με τις βασικές γνώσεις σχετικά με το σχεδιασμό προϊόντων, την ανάπτυξη νέων προϊόντων, καθώς και τη διαχείριση και τη στρατηγική σημασία αυτών των διαδικασιών. Η έμφαση δίνεται στην ανάπτυξη πρακτικών δεξιοτήτων που σχετίζονται με τη διαχείριση των προϊόντων από τις προοπτικές του βιομηχανικού σχεδιασμού και της μηχανικής των προϊόντων. Το μάθημα έχει μια διεπιστημονική βάση που



ενσωματώνει την καινοτομία, τις έννοιες και τις μεθόδους της αισθητικής, το design thinking, τη διαχείριση της τεχνολογίας, το user-led innovation, την παραγωγή, την περιβαλλοντική βιωσιμότητα, την εργονομία, την οργάνωση και τη στρατηγική. Ο στόχος του μαθήματος είναι να προτείνει ένα ισορροπημένο μείγμα δημιουργικών τεχνικών και διαχειριστικών πτυχών του θέματος.

Ο συνδυασμός των παιδαγωγικών μεθόδων -διαλέξεις, ασκήσεις, μελέτες περιπτώσεων και ομαδική εργασία- θα καλλιεργήσει την ικανότητα ανεξάρτητης μάθησης των φοιτητών που απαιτείται για να κατανοήσουν την πολυπλοκότητα του σχεδιασμού και της ανάπτυξης προϊόντων. Ειδικότερα, το μάθημα στοχεύει να:

- Προσφέρει μια ολοκληρωμένη κατανόηση του σχεδιασμού και της ανάπτυξης προϊόντων, συνδυάζοντας δημιουργική σκέψη, αισθητική ευαισθητοποίηση, τεχνολογική λογική, κατανόηση των πελατών / της αγοράς και στρατηγική σκέψη,
- Αναπτύξει ικανότητες κατανόησης, διαχείρισης και εκτέλεσης σχεδιασμού,
- Εξοικειώσει τους φοιτητές με μεθόδους, εργαλεία και λογισμικά σχεδιασμού και διαχείρισης ανάπτυξης νέων προϊόντων,
- Ενσταλάξει την ευαισθητοποίηση σχετικά με τη σημασία του σχεδιασμού προϊόντων για την καινοτομία γενικά και ιδιαίτερα όσον αφορά την ανθρωποκεντρική σχεδίαση, τον αειφόρο και οικολογικό σχεδιασμό και τα μοντέλα ανοιχτής καινοτομίας,
- Αναπτύξει ικανότητες ανάλυσης της τεχνολογίας, της εκβιομηχάνισης και της αγοράς που σχετίζονται με το σχεδιασμό και την ανάπτυξη προϊόντων.

Τρόπος παράδοσης (πρόσωπο με πρόσωπο, εκπαίδευση εξ αποστάσεως)

Μετωπική διδασκαλία (διαλέξεις), μελέτες περίπτωσης, ασκήσεις εφαρμογής μεθόδων σχεδιασμού και ανάπτυξης νέων προϊόντων. Ομαδική εργασία σχεδιασμού / βελτίωσης επιλεγμένου προϊόν.

• Συνιστώμενη ή απαιτούμενη βιβλιογραφία προς μελέτη

- Απαιτούμενη:

- Ulrich, K. & Eppinger, S. (2015), *Σχεδιασμός και Ανάπτυξη Προϊόντων*, Εκδόσεις Τζιόλα, 1^η ελληνική έκδοση από την McGraw-Hill Higher Education, 5th edition.
- Ulrich, K. & Eppinger, S. (2011), *Product Design and Development*, McGraw-Hill Higher Education, 5th edition.
- Ηλεκτρονικά Άρθρα από τα Ηλεκτρονικά Περιοδικά της βιβλιοθήκης του Ο.Π.Α.: <http://www.lib.aueb.gr/>

- Συνιστώμενη:

- Henry, K. (2012), *Drawing for Product Designers*, Laurence King
- Lefteri, C. (2012), *Making It: Manufacturing Techniques for Product Design*, Laurence King; 2 edition.
- Liedtka, J. & Ogilvie, T. (2011), *Designing for Growth: A Design Thinking Toolkit for Managers*, Columbia Business School Publishing.

Σχεδιασμένες μαθησιακές δραστηριότητες και διδακτικές μέθοδοι

Οι μέθοδοι διδασκαλίας περιλαμβάνουν διαλέξεις, μελέτες περίπτωσης, ασκήσεις εφαρμογής μεθόδων σχεδιασμού και ανάπτυξης νέων προϊόντων. Ομαδική εργασία σχεδιασμού/ βελτίωσης επιλεγμένου προϊόν και παρουσιάσεις πραγματοποιούνται επίσης.

Μέθοδοι αξιολόγησης και κριτήρια

Ομαδική Εργασία και Τελικές Εξετάσεις:

30%: Point System σχετικά με την εξέλιξη της ομαδικής εργασίας (πρότζεκτ).

Παραδοτέα και παρουσιάσεις των φοιτητών την 4^η, 7^η και 10^η εβδομάδα.



20%: Τελικό Παραδοτέου & Παρουσίαση της ομαδικής εργασίας (πρότζεκτ) την 12^η εβδομάδα.

50%: Τελικές Εξετάσεις.

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 5658

Τύπος του μαθήματος: Μάθημα Επιλογής

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 4^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 8^ο εξάμηνο (Εαρινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 6 ECTS

Όνομα του διδάσκοντος: Κ. Καραντινού

Περιεχόμενο του μαθήματος: Η αναπτυξιακή πορεία του τουρισμού σε παγκόσμιο επίπεδο είναι εντυπωσιακή. Ιδιαίτερα για την Ελλάδα, ο τουρισμός αποτελεί μία από τις σημαντικότερες πηγές πλούτου. Πέρα από σημαντικός κλάδος οικονομικής δραστηριότητας για την χώρα, ο τουρισμός είναι και σημαντικός εργοδότης. Τα στοιχεία αυτά καθιστούν απαραίτητη την πληρέστερη κατανόηση της τουριστικής βιομηχανίας και των μεθόδων μέσω των οποίων η διαχείριση τουριστικών επιχειρήσεων μπορεί να γίνει αποδοτικότερη. Το μάθημα του Τουριστικού Μάρκετινγκ σκοπό έχει να βοηθήσει τους φοιτητές να κατανοήσουν σε βάθος τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της τουριστικής βιομηχανίας και τις ιδιαιτερότητες των τουριστικών υπηρεσιών και να γνωρίσουν τις μεθόδους εκείνες που οδηγούν σε επιτυχημένες στρατηγικές και τακτικές επιλογές μάρκετινγκ στον χώρο των τουριστικών υπηρεσιών και της στρατηγικής τοποθέτησης προορισμών.

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα: Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι συμμετέχοντες θα πρέπει:

- I. Να έχουν κατανοήσει σε βάθος το φαινόμενο του τουρισμού και την ευρεία γκάμα των τουριστικών υπηρεσιών.
- II. Να έχουν γνώση της πολυπλοκότητας της τουριστικής βιομηχανίας και των δυσκολιών στην διοίκηση της τουριστικής εμπειρίας.
- III. Να έχουν κατανοήσει τις ιδιαιτερότητες των τουριστικών υπηρεσιών και τις προσδοκίες των επισκεπτών από το τουριστικό προϊόν.
- IV. Να μπορούν να καταλάβουν τη σπουδαιότητα του μάρκετινγκ, του στρατηγικού σχεδιασμού και του προγραμματισμού στην τουριστική βιομηχανία και στο μάρκετινγκ τουριστικών προορισμών.
- V. Να είναι εξοπλισμένοι με τη γνώση εκείνη που θα τους επιτρέψει να επιλέγουν τη βέλτιστη στρατηγική ανά περίπτωση και να γνωρίζουν πώς να την υλοποιήσουν.

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη:

- I. Ηγουμενάκης, Ν. (2013). *Τουριστικό Μάρκετινγκ στη Θεωρία και Πράξη*, Εκδόσεις Αντωνακοπούλου.
- II. Βασιλειάδης, Χ. (2008). *Διαχείριση Πελατειακών Σχέσεων και Μάρκετινγκ Τουριστικών Προορισμών*, Εκδόσεις Κλειδάριθμος.
- III. Middleton, V.T.C. (2008). *Marketing in Travel and Tourism*, Elsevier.
- IV. Moutihno, L. (Ed) (2000). *Strategic Management in Tourism*, CABI Publishing.
- V. Shoemaker, S., Lewis, R.C., & Yesawich, P.C. (2007). *Marketing Leadership in Travel and Tourism*. Pearson-Prentice-Hall.



Τρόπος παράδοσης μαθήματος και διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι: Διαλέξεις με διαδραστικό χαρακτήρα, που συνδυάζουν αναλύσεις παραδειγμάτων και μελετών περιπτώσεων και προσκεκλημένες διαλέξεις στελεχών.

Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης:

Γραπτή εξέταση: 80%.

Οι ερωτήσεις ζητούν εκτενείς γραπτές απαντήσεις και προϋποθέτουν καλή και σε βάθος κατανόηση του περιεχομένου του μαθήματος, χρήση αναλυτικής ικανότητας και δυνατότητα συνδυασμού των θεωριών και μοντέλων με παραδείγματα.

Γραπτή εργασία και παρουσίαση: 20%

Οι συμμετέχοντες καλούνται να επιλέξουν μια εταιρία που δραστηριοποιείται στον τουρισμό ή έναν τουριστικό προορισμό και να αναλύσουν και να αξιολογήσουν το βαθμό επιτυχίας τους τόσο σε ένα γραπτό κείμενο όσο και σε προφορική παρουσίαση.

ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΙΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΕΣ ΤΑΣΕΙΣ

Κωδικός αριθμός του μαθήματος: 2214

Τύπος του μαθήματος: Μάθημα Επιλογής

Γλώσσα διδασκαλίας: Ελληνικά

Έτος σπουδών: 4^ο έτος

Εξάμηνο σπουδών: 8^ο εξάμηνο (Εαρινό)

Αριθμός απονεμόμενων πιστωτικών μονάδων: 7.5

Όνομα διδάσκοντα: Ι. Βεργινάδης

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Το μάθημα επικεντρώνεται στην απόκτηση γνώσης και των απαραίτητων δεξιοτήτων ώστε οι φοιτητές-τριες να έχουν την ικανότητα να κατανοήσουν τη σύγχρονη τεχνολογία πληροφοριακών συστημάτων. Εισαγωγή των πρωτοετών φοιτητών στα θέματα της πληροφορικής, από την οπτική γωνία των διοικητικών στελεχών και τις ανάγκες διοίκησης και οργάνωσης των επιχειρήσεων και οργανισμών. Το μάθημα εστιάζει στη σύγχρονη Τεχνολογία της Πληροφορικής, στα Πληροφοριακά Συστήματα, στα Εργαλεία Λογισμικού για διαχείριση και διεκπεραίωση κοινών διοικητικών αναγκών, στα Λειτουργικά Συστήματα, στις Γλώσσες Προγραμματισμού, στο Λογισμικό Αυτοματισμού Γραφείου, στη διαχείριση Υπολογιστικών Φύλλων κτλ. Όλα όμως με βάση τις σύγχρονες ανάγκες και τη συνέχεια της μάθησης στα αντικείμενα της Επιχειρηματικής Πληροφορικής κατά τα επόμενα εξάμηνα, σύμφωνα με το πρόγραμμα σπουδών του τμήματος. Συγκεντρωτικά επιχειρείται η κάλυψη τόσο των ενδεχομένων ακαδημαϊκών και ερευνητικών απαιτήσεων των φοιτητών όσο και των γνώσεων τους στην επαγγελματική τους σταδιοδρομία.

Περιεχόμενο του μαθήματος

Το μάθημα δίνει εφόδια στους φοιτητές ώστε να κατανοήσουν βασικά θέματα των στοιχείων υπολογιστικών και πληροφοριακών συστημάτων. Η σειρά διαλέξεων αποτελεί μια ολοκληρωμένη εισαγωγή στο κύκλο των μαθημάτων επιχειρηματικής πληροφορικής (Business Informatics), που διδάσκονται στο τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης των Επιχειρήσεων. Καλύπτει πολλά στοιχειώδη αλλά και σύγχρονα θέματα της επιχειρηματικής πληροφορικής και των επιχειρηματικών εφαρμογών της, μέσα από μια επιστημονική και δυναμική εισαγωγή βασισμένη σε τρεις άξονες: α) Οργάνωση και Λειτουργία των Υπολογιστικών Συστημάτων, β) Στοιχεία των Επιχειρηματικών Πληροφοριακών Συστημάτων και γ) Στήριξη των Σύγχρονων Διοικητικών Αναγκών με τη Τεχνολογία της Πληροφορικής και των Επικοινωνιών. Περιληπτικά, το συγκεκριμένο μάθημα περιλαμβάνει τα ακόλουθα θέματα:

1. Εισαγωγή στα Στοιχεία των Επιχειρηματικών Πληροφοριακών Συστημάτων



2. Υλικό και Αρχιτεκτονική Υπολογιστικών Συστημάτων
3. Λογισμικό Συστήματος και Εφαρμογών
4. Τηλεπικοινωνίες, Διαδίκτυο και Ασύρματη Τεχνολογία
5. Γλώσσες Προγραμματισμού
6. Ασφάλεια Πληροφοριακών Συστημάτων και GDPR
7. Εξόρυξη και Ανάλυση Δεδομένων
8. Έξυπνες Πόλεις
9. Νέες Τεχνολογίες (Συστήματα Προτάσεων, Εικονική και Επαυξημένη Πραγματικότητα)
10. Εισαγωγή στα Έμπειρα Συστήματα και στη Τεχνητή Νοημοσύνη
11. Εισαγωγή στο Excel
12. Διαδίκτυο των Πραγμάτων (IoT)

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη

- Evans Alan, Martin Kendall, Roatsy Mary Anne, Εισαγωγή στην πληροφορική, Εκδ. Κριτική, 3η έκδ./2022, ISBN: 978-960-586-407-1, Κωδικός Ευδόξου: 112692279 46
- O'Leary Timothy J., O'Leary Linda I., O'Leary Daniel A. Βασικές Αρχές στην Πληροφορική, BROKEN HILL PUBLISHERS LTD, Έκδοση: 1/2021, ISBN: 9789925588329, Κωδικός Ευδόξου: 102070210
- Παπαθανασίου Ε. Α., Στοιχεία Υπολογιστικών Συστημάτων, Εκδ. Μπένου, Αθήνα, 2010.

Διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι

Όλοι οι φοιτητές παρακολουθούν πρόγραμμα διαλέξεων και εργαστηριακών ασκήσεων. Δεν υπάρχουν υποχρεωτικές παρουσίες. Όλοι οι φοιτητές που εγγράφονται στο μάθημα έχουν πρόσβαση στο υλικό του μαθήματος που είναι διαθέσιμο στην πλατφόρμα e-class του πανεπιστημίου. Η εργαστηριακή διάσταση του μαθήματος επικεντρώνεται στην εκπαίδευση και εισαγωγή των φοιτητών στο Excel.

Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης

Η εξέταση του μαθήματος αποτελείται από σειρά ερωτήσεων που καλύπτουν τόσο το θεωρητικό μέρος όσο και την εργαστηριακή διάσταση του μαθήματος.

B3.4 Μαθήματα Επιλογής Προγράμματος Παιδαγωγικής

3074 Εισαγωγή στην Παιδαγωγική Επιστήμη

Ελεύθερης Επιλογής, Ζ' εξάμηνο, 6 μονάδες ECTS

Διδάσκων: Π. Αρμάος

URL: <https://eclass.aueb.gr/courses/MISC174/>

Περιεχόμενο

Η έννοια και το περιεχόμενο της παιδαγωγικής. Οι κλάδοι της παιδαγωγικής. Τα μέσα και οι φορείς της αγωγής. Ο ρόλος του παιδαγωγού. Ιστορική εξέλιξη της αγωγής από την αρχαιότητα ως τον 20ό αιώνα. Άλλες παιδαγωγικές τάσεις της Ευρώπης στη σύγχρονη εποχή. Ανάπτυξη της θεωρίας του Piaget, Bruner, Vigotsky. Τα κίνητρα, η πειθαρχία, το άγχος, η προσωπικότητα. Σύγχρονες θεωρίες για τη μάθηση. Θεωρίες μάθησης (Pavlov, Skinner, Thorndike, Piaget, Kolb). Αλληλεπίδραση και αυτενέργεια στη μάθηση. Επίπεδα διανοητικών δεξιοτήτων και ικανοτήτων. Βασικές πλευρές της εκπαίδευσης: παιδαγωγική σχέση και αλληλεπίδραση, εκπαιδευτική πράξη και παιδαγωγική σχέση, καινοτόμα προγράμματα στη Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση: Περιβαλλοντική Αγωγή, Αγωγή Υγείας - Αγωγή του Καταναλωτή, Αισθητική Αγωγή, Διαπολιτισμική Εκπαίδευση κ.ά. Bulling, νεανική σχολική παραβατικότητα. Πειθαρχία και διοίκηση της σχολικής τάξης.

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές θα είναι σε θέση:



- Να κατανοούν σε βάθος τις βασικές αρχές και έννοιες της παιδαγωγικής επιστήμης
- Να εφαρμόζουν τις διδαχθείσες παιδαγωγικές αρχές στη διδασκαλία τους
- Να αναγνωρίζουν τις διαφορετικές παιδαγωγικές προσεγγίσεις που οφείλουν να εφαρμόζουν σε κάθε διαφορετική περίπτωση μαθητικού ακροατηρίου
- Να παραδίδουν μάθημα που θα βασίζεται σε εξατομικευμένη προσέγγιση των εκάστοτε παιδαγωγικών αναγκών των μαθητών
- Να αναγνωρίζουν τη σημασία της μαθητοκεντρικής προσέγγισης και της αυτενέργειας κατά τη διδακτική πράξη
- Να αναπτύσσουν κατάλληλη παιδαγωγική σχέση με τους μαθητές

Πρόσθετες επιδιώξεις είναι να αποκτήσουν οι φοιτητές τα επιστημονικά εφόδια που θα τους επιτρέψουν να αποκτήσουν τα εννοιολογικά εργαλεία και τον προβληματισμό στην ανάλυση της εκπαίδευσης μέσα από την επιστήμη της παιδαγωγικής.

Προαπαιτούμενα Μαθήματα

Δεν υπάρχουν υποχρεωτικά προαπαιτούμενα μαθήματα.

Συνιστώμενη Βιβλιογραφία

- Εισαγωγή στην Παιδαγωγική, Χατζηδήμου Δημήτριος, Εκδοτικός Οίκος Κυριακίδη, 2010
- Εισαγωγή στην Παιδαγωγική, Κογκούλης Ιωάννης, Οίκος Κυριακίδη, 2003
- Παιδαγωγικο-διδακτικά Α': Εισαγωγή στις επιστήμες της παιδαγωγικής, Ματσαγγούρας Ηλίας Γ., Χατζηγεωργίου Γιάννης, Gutenberg, 2009
- Εισαγωγή στην Παιδαγωγική Επιστήμη, Πυργιωτάκης Ι., Πεδίο, 2011
- Ο Freud και η παιδαγωγική, Cifali Mireille, Imbert Francis, Εκδοτικός Οίκος Γ. Δαρδανός, Κ. Δαρδανός ΟΕ, 2005.

Διδακτικές και Μαθησιακές Μέθοδοι

Διαλέξεις (1 διάλεξη των 2 ωρών εβδομαδιαίως). Απαιτείται η εκπόνηση δύο υποχρεωτικών εργασιών. Οι εργασίες του μαθήματος είναι ομαδικές και μετά την παράδοσή τους γίνεται και παρουσίαση τυχαία επιλεγμένων εργασιών στους φοιτητές που παρακολουθούν το μάθημα και στους διδάσκοντες. Η βασική διδακτική μέθοδος που χρησιμοποιείται είναι η μαθητοκεντρική μέθοδος διδασκαλίας προσανατολισμένη πλήρως στη βιωματική και εποικοδομιστική προσέγγιση εκμάθησης, με στόχο την οικοδόμηση γνώσεων από τους φοιτητές μέσα από την αυτενέργεια και με βάση τις μέχρι τώρα αποκτηθείσες γνώσεις και εμπειρίες τους.

Μέθοδοι Αξιολόγησης/Βαθμολόγησης

Η βαθμολογία των φοιτητών στο μάθημα εξαρτάται: Α) από τη βαθμολογία τους στις εργασίες Β) από τη βαθμολογία τους στις τελικές γραπτές εξετάσεις.

3084 Γενική και Εξελικτική Ψυχολογία



Ελεύθερης Επιλογής, Η' εξάμηνο, 6 μονάδες ECTS

Διδάσκων: Γ. Μακρής

URL: <https://eclass.aueb.gr/courses/DEOS269/>

Περιεχόμενο

Το περιεχόμενο του μαθήματος χωρίζεται σε δύο μεγάλες εννοιολογικές ενότητες διδασκαλίας:

Μέρος Πρώτο: Γενική Ψυχολογία 1. Εισαγωγή στην Ψυχολογία ως επιστήμη (ορισμός, αντικείμενο, μέθοδοι κ.λπ.). 2. Κύριες Σχολές /θεωρητικές κατευθύνσεις της Ψυχολογίας. 3. Οι ανώτερες γνωστικές λειτουργίες.

Μέρος Δεύτερο: Εξελικτική Ψυχολογία 1. Ανάπτυξη: ορισμός και ερωτήματα. Η έννοια του σταδίου. 2. Ο ρόλος της κληρονομικότητας και του περιβάλλοντος στην ανάπτυξη. 3. Αναπτυξιακά χαρακτηριστικά της βρεφικής ηλικίας. 4. Αναπτυξιακά χαρακτηριστικά της προσχολικής και σχολικής ηλικίας. 5. Οι αλλαγές της ήβης-Πρώιμη και καθυστερημένη ήβη. 6. Νοητική και γλωσσική ανάπτυξη κατά την εφηβική ηλικία. 7. Η κοινωνική ανάπτυξη κατά την εφηβική ηλικία. 8. Πλαίσια που επηρεάζουν την ανάπτυξη των εφήβων. 9. Δυσκολίες προσαρμογής των εφήβων.

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές θα είναι σε θέση:

- Να κατανοούν το αντικείμενο μελέτης της επιστήμης της ψυχολογίας,
- Να περιγράφουν τις βασικές σχολές ψυχολογίας που έχουν αναπτυχθεί,
- Να κατανοούν σε βάθος το ρόλο της κληρονομικότητας και του περιβάλλοντος στην ανάπτυξη του παιδιού,
- Να κατανοούν τα βασικά αναπτυξιακά χαρακτηριστικά της προσχολικής και της σχολικής ηλικίας,
- Να κατανοούν σε βάθος τα αναπτυξιακά χαρακτηριστικά της εφηβικής ηλικίας,
- Να ανιχνεύουν τα χαρακτηριστικά της εφηβικής ηλικίας κατά τη διδακτική πράξη,
- Να αντιμετωπίζουν με παιδαγωγικά ορθές μεθόδους τις ιδιαίτερες συμπεριφορές των εφήβων που εκδηλώνονται κατά τη διδακτική πράξη.

Προαπαιτούμενα Μαθήματα

Δεν υπάρχουν υποχρεωτικά προαπαιτούμενα μαθήματα.

Συνιστώμενη Βιβλιογραφία

- Robert S. Feldman (2009): Εξελικτική Ψυχολογία, Ενιαίο , Εκδόσεις: Gutenberg
- Cole Michael, Cole Sheila (2002): Η ανάπτυξη των παιδιών, τόμος 3, Γ. Δαρδανός, Κ. Δαρδανός ΟΕ
- Ματθαίος Γιωσαφάτ (2010): Μεγαλώνοντας μέσα στην ελληνική οικογένεια, Η ψυχοσεξουαλική ανάπτυξη του παιδιού, Εκδόσεις : ΑΡΜΟΣ

Διδακτικές και Μαθησιακές Μέθοδοι

Διαλέξεις (1 διάλεξη των 2 ωρών εβδομαδιαίως) και δυο ομαδικές εργασίες. Η μια εργασία που καλούνται οι φοιτητές να εκπονήσουν είναι υποχρεωτική και περιλαμβάνει την ανάλυση και επεξεργασία ενός άρθρου από ξενόγλωσσο επιστημονικό περιοδικό της επιστήμης της Ψυχολογίας. Η βασική διδακτική μέθοδος που χρησιμοποιείται είναι η μαθητοκεντρική μέθοδος διδασκαλίας προσανατολισμένη στην εποικοδομιστική προσέγγιση εκμάθησης, με στόχο την οικοδόμηση γνώσεων από τους φοιτητές μέσα από την αυτενέργεια και με βάση τις μέχρι τώρα αποκτηθείσες γνώσεις και εμπειρίες τους.



Μέθοδοι Αξιολόγησης/Βαθμολόγησης

Ο τελικός βαθμός προκύπτει, αν ο βαθμός της γραπτής τελικής εξέτασης είναι πάνω από 5 στα 10, από τον βαθμό της γραπτής τελικής εξέτασης με βάρος 50%, τον βαθμό των εργασιών με βάρος 50%.

3075 Οργάνωση και Διοίκηση της εκπαίδευσης και των εκπαιδευτικών μονάδων

Ελεύθερης Επιλογής, Ζ' εξάμηνο, 6 μονάδες ECTS

Διδάσκων: Ε. Παυλάκης

URL: <https://eclass.aueb.gr/courses/DET132/>

Περιεχόμενο

Μέρος Α: Εισαγωγή στο management της εκπαίδευσης και των εκπαιδευτικών μονάδων

1. Δομή και λειτουργία του ελληνικού εκπαιδευτικού συστήματος.
2. Συστημική προσέγγιση της λειτουργίας της εκπαιδευτικής μονάδας.
3. Το περιβάλλον της εκπαιδευτικής μονάδας.
4. Προγραμματισμός - οργάνωση - διεύθυνση - αξιολόγηση - λήψη αποφάσεων στις εκπαιδευτικές μονάδες.
5. Ηγεσία.

Μέρος Β: Βασική Εκπαιδευτική Νομοθεσία

1. Τα διοικητικά όργανα του σχολείου και το έργο τους (Διευθυντής, υποδιευθυντής, σύλλογος διδασκόντων) (Ν. 3848/10 και Υ.Α. Φ353.1/324/105657/Δ1).
2. Το σχολείο ως «δημόσια υπηρεσία».

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές θα είναι σε θέση:

- Να αναγνωρίζουν τη δομή και τη συστημική προσέγγιση της λειτουργίας των εκπαιδευτικών μονάδων,
- Να εντοπίζουν τις διοικητικές λειτουργίες του προγραμματισμού, της οργάνωσης, της διεύθυνσης, του ελέγχου και της λήψης αποφάσεων σε μια εκπαιδευτική μονάδα,
- Να αναλύουν τα διαφορετικά συστήματα λήψης αποφάσεων που μπορεί να συναντήσουν σε σχολικές μονάδες,
- Να αναγνωρίζουν τα διαφορετικά είδη ηγεσίας και τα χαρακτηριστικά τους, έτσι όπως μπορεί να τα συναντήσουν στη διοίκηση μιας σχολικής μονάδας,
- Να περιγράφουν τη βασική εκπαιδευτική νομοθεσία που διέπει τη λειτουργία του σχολείου της δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης,
- Να κατανοούν το σχολείο ως «δημόσια υπηρεσία»,
- Να εφαρμόζουν τις βασικές διδαχθείσες αρχές οργάνωσης και διοίκησης εκπαιδευτικών μονάδων όταν τους ανατεθεί διοικητική θέση.

Προαπαιτούμενα Μαθήματα

Δεν υπάρχουν υποχρεωτικά προαπαιτούμενα μαθήματα.

Συνιστώμενη Βιβλιογραφία

- Μπρίνια Β. (2008): MANAGEMENT Εκπαιδευτικών μονάδων και Εκπαίδευσης, Εκδόσεις: Σταμούλης.
- Μπρίνια Β. (2014): Μελέτες Περιπτώσεων εκπαιδευτικών μονάδων, Εκδόσεις: Σταμούλης.
- Καρακατσάνη Δ., Παπαδιαμαντάκη Π.: Σύγχρονα Θέματα Εκπαιδευτικής Πολιτικής.



Διδακτικές και Μαθησιακές Μέθοδοι

Διαλέξεις (1 διάλεξη των 2 ωρών εβδομαδιαίως). Απαιτείται η εκπόνηση μίας υποχρεωτικής εργασίας. Η βασική διδακτική μέθοδος που χρησιμοποιείται είναι η μαθητοκεντρική μέθοδος διδασκαλίας προσανατολισμένη πλήρως στη βιωματική και εποικοδομιστική προσέγγιση εκμάθησης, με στόχο την οικοδόμηση γνώσεων από τους φοιτητές μέσα από την αυτενέργεια και με βάση τις μέχρι τώρα αποκτηθείσες γνώσεις και εμπειρίες τους.

Μέθοδοι Αξιολόγησης/Βαθμολόγησης

Η βαθμολογία των φοιτητών στο μάθημα εξαρτάται τόσο από την ενεργό συμμετοχή τους στις διαλέξεις και τις παρουσιάσεις εργασιών αλλά και από την βαθμολογία τους στις ερευνητικές εργασίες και τις τελικές εξετάσεις.

3076 Εισαγωγή στη Διδακτική Μεθοδολογία-Αναλυτικά προγράμματα

Ελεύθερης Επιλογής, Ζ' εξάμηνο, 6 μονάδες ECTS

Διδάσκουσα: Β. Μπρίνια

URL: <https://eclass.aueb.gr/courses/INF272/>

Περιεχόμενο

Βασικές έννοιες της Διδακτικής. Δομή της Διδασκαλίας. Διατύπωση αντικειμενικών σκοπών. Το αναλυτικό πρόγραμμα. Προγραμματισμός της Διδασκαλίας. Σύγχρονες απόψεις για την μάθηση. Μέθοδοι Διδασκαλίας. Η αποτελεσματικότητα της αλληλεπίδρασης & αυτενέργειας στη μάθηση. Επίλυση προβλήματος. Εποπτικά μέσα και πηγές για τη διδασκαλία. Η διαδικασία της διδασκαλίας. Επίπεδα διανοητικών ικανοτήτων – δεξιοτήτων. Εκπαιδευτικός σχεδιασμός. Το μοντέλο ADDIE. Ανάπτυξη ψηφιακού περιεχομένου. Το μοντέλο SCORM. Διδασκαλία και μάθηση στην ψηφιακή εποχή. Δημιουργία γνώσης vs Απόκτηση γνώσης. Παιδαγωγικές καινοτομίες και τεχνολογία. Ποιότητα, πρόσβαση και ισότητα στην εκπαίδευση. Προκλήσεις στη χρήση νέων τεχνολογιών στην διδασκαλία. Αναλυτικά Προγράμματα, Περιεχόμενα : Επιλογή και δόμηση, παιδαγωγική σχέση και αλληλεπίδραση, διαπροσωπική επικοινωνία, διδακτικές και μαθησιακές διαδικασίες. Η μικροδιδασκαλία (εργαστήριο διδακτικής μεθοδολογίας) στην Πρακτική Άσκηση του εκπαιδευτικού.

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές θα είναι σε θέση:

- Να κατανοούν τις βασικές έννοιες της διδακτικής και να διατυπώνουν κατάλληλα τους αντικειμενικούς σκοπούς και στόχους της εκάστοτε διδασκαλίας
- Να κατανοούν το περιεχόμενο και την αξία των αναλυτικών προγραμμάτων και να σχεδιάζουν αποτελεσματικές διδασκαλίες προσαρμοσμένες στις ανάγκες της εκάστοτε τάξης
- Να κατανοούν την αξία της αυτενέργειας του μαθητή στη μάθηση και της μαθητοκεντρικής προσέγγισης εν γένει και να ανιχνεύουν τα κατάλληλα μέσα και τις κατάλληλες μεθόδους διδασκαλίας για την εκάστοτε ενότητα που καλούνται να διδάξουν
- Να κατανοούν την αξία της καλλιέργειας παιδαγωγικής σχέσης με τους μαθητές
- Να κατανοούν τη διαδικασία του εκπαιδευτικού σχεδιασμού με το μοντέλο ADDIE και τη διαδικασία ανάπτυξης εκπαιδευτικού υλικού με το μοντέλο SCORM



- Να κατανοούν τη μεθοδολογία εκπαιδευτικού σχεδιασμού στην ψηφιακή εποχή και να διακρίνουν τη διαδικασία δημιουργίας γνώσης από την απόκτηση γνώσης
- Να κατανοούν τις προκλήσεις και τις καινοτομίες που απορρέουν από τη χρήση της τεχνολογίας στην εκπαίδευση

Προαπαιτούμενα Μαθήματα

Δεν υπάρχουν υποχρεωτικά προαπαιτούμενα μαθήματα.

Συνιστώμενη Βιβλιογραφία

- Γενική και Ειδική Διδακτική Οικονομικών Επιστημών (ΑΕΙ και ΤΕΙ), Μπρίνια Βασιλική, Ψυχοπαιδαγωγική.
- Μπρίνια, Β., Αυγερινός Δ. (2016). ADDIE: Το διευρυμένο μοντέλο σχεδιασμού δράσεων ενδοεπιχειρησιακής κατάρτισης. εκπαιδευτικός κύκλος, 4(3), 187-193.
- Εισαγωγή στη θεματική της διδακτικής. Συμβολή στη θεωρία και στην πράξη της διδασκαλίας, Χατζηδήμου Δημήτριος, Εκδοτικός Οίκος: Κυριακίδη, 2007.
- Μεθοδολογία της Σύγχρονης Διδασκαλίας, Τριλιανός Α. Θανάσης, 2008.
- Προετοιμασία και Σχέδιο Μαθήματος, Χατζηδήμου Δημήτριος, Εκδόσεις: Κυριακίδης

Διδακτικές και Μαθησιακές Μέθοδοι

Οι βασικότερες μαθησιακές δραστηριότητες του μαθήματος είναι έρευνες πεδίου που πραγματοποιούνται εντός του πανεπιστημίου. Η μαθητοκεντρική μέθοδος, η ομαδοσυνεργατική μέθοδος και η βιωματική μέθοδος διδασκαλίας αποτελούν τις βασικές μεθόδους διδασκαλίας του μαθήματος.

Μέθοδοι Αξιολόγησης/Βαθμολόγησης

Ο τελικός βαθμός προκύπτει, αν ο βαθμός της γραπτής τελικής εξέτασης είναι πάνω από 5 στα 10, από τον βαθμό της γραπτής τελικής εξέτασης με βάρος 50%, τον βαθμό των εργασιών με βάρος 50%. Η βαθμολογία των φοιτητών/τριών στο μάθημα εξαρτάται τόσο από την ενεργό συμμετοχή τους στις διαλέξεις αλλά και από την βαθμολογία τους στις υποχρεωτικές εργασίες και στις τελικές γραπτές εξετάσεις.

3078 Εκπαιδευτική Αξιολόγηση

Ελεύθερης Επιλογής, Ζ' εξάμηνο, 6 μονάδες ECTS

Διδάσκουσα: Ε.Κωστάρα

URL: <https://eclass.aueb.gr/courses/MISC162/>

Περιεχόμενο

Έννοια, σκοποί και αναγκαιότητα, πλαίσια και προβλήματα εφαρμογής, εξέλιξη και σημερινή κατάσταση της διεθνώς και στη χώρα μας. Το θεωρητικό υπόβαθρο της αξιολόγησης. Οι κύριες θεωρίες αξιολόγησης. Μεθοδολογία αξιολόγησης. Φορείς, είδη αξιολόγησης, προσεγγίσεις, μέθοδοι, τεχνικές, μέσα και υλικά, διαδικασίες, αρχές. Τα αντικείμενα, οι σκοποί και τα κριτήρια στην αξιολόγηση. Αξιολόγηση των έμψυχων συντελεστών της εκπαίδευσης (εκπαιδευτικού, διευθυντή) και των μη έμψυχων παραγόντων της εκπαίδευσης. Οργάνωση και παρουσίαση των αποτελεσμάτων της αξιολόγησης. Αξιολόγηση προγραμμάτων και διαδικασιών αξιολόγησης. Θεσμικό πλαίσιο της αξιολόγησης. Θέση της αξιολόγησης στο πρόγραμμα σπουδών. Μέτρηση και αξιολόγηση. Αντικειμενικά τεστ. Τεστ ανάπτυξης. Οργάνωση και ανάλυση των αντικειμενικών τεστ. Χαρακτηριστικά ενός τεστ: εγκυρότητα - αξιοπιστία. Ερμηνεία βαθμών. Τυποποίηση ενός τεστ. Κανονικοποίηση της κατανομής της βαθμολογίας. Μοντέλο αξιολόγησης των μαθητών.



Μαθησιακά Αποτελέσματα

Μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές θα είναι σε θέση:

- Να αντιλαμβάνονται την έννοια και το περιεχόμενο της αξιολόγησης στο εκπαιδευτικό σύστημα,
- Να περιγράφουν τα διάφορα είδη αξιολόγησης της επίδοσης και του διδακτικού έργου που λαμβάνουν χώρα κατά τη διδακτική πράξη,
- Να κατανοούν την αξία της εκπαιδευτικής αξιολόγησης τόσο για τους μαθητές όσο και για τη διδακτική πράξη,
- Να αναπτύσσουν τόσο περιγραφικά όσο και αντικειμενικά κριτήρια και μεθόδους αξιολόγησης της επίδοσης των μαθητών και του διδακτικού τους έργου,
- Να αναπτύσσουν έγκυρα και αξιόπιστα εργαλεία αξιολόγησης,
- Να ανιχνεύουν κατάλληλες και προσαρμοσμένες τεχνικές αξιολόγησης που αρμόζουν σε κάθε περίπτωση.

Προαπαιτούμενα Μαθήματα

Δεν υπάρχουν υποχρεωτικά προαπαιτούμενα μαθήματα.

Συνιστώμενη Βιβλιογραφία

- Ζαβλανός Μύρων Μ: Διδακτική και αξιολόγηση. Εκδόσεις: Σταμούλης
- Ταρατόρη-Τσαλκατίδου Ελένη: Σχολική Αξιολόγηση. Αξιολόγηση της σχολικής μονάδας, του εκπαιδευτικού και της επίδοσης του μαθητή. Εκδόσεις: Κυριακίδης Α.Ε.
- Κασσωτάκης Μιχάλης: Η αξιολόγηση της επίδοσης των μαθητών.
- Bonniol Jean - Jacques, Vial Michel: Τα μοντέλα της αξιολόγησης.

Διδακτικές και Μαθησιακές Μέθοδοι

Διαλέξεις (1 διάλεξη των 2 ωρών εβδομαδιαίως). Απαιτείται η εκπόνηση δύο υποχρεωτικών εργασιών. Οι εργασίες του μαθήματος είναι ομαδικές και μετά την παράδοσή τους γίνεται και παρουσίαση τυχαία επιλεγμένων εργασιών στους φοιτητές που παρακολουθούν το μάθημα και στους διδάσκοντες. Η βασική διδακτική μέθοδος που χρησιμοποιείται είναι η μαθητοκεντρική μέθοδος διδασκαλίας προσανατολισμένη πλήρως στη βιωματική και εποικοδομιστική προσέγγιση εκμάθησης, με στόχο την οικοδόμηση γνώσεων από τους φοιτητές μέσα από την αυτενέργεια και με βάση τις μέχρι τώρα αποκτηθείσες γνώσεις και εμπειρίες τους.

Μέθοδοι Αξιολόγησης/Βαθμολόγησης

Η βαθμολογία των φοιτητών στο μάθημα εξαρτάται:

A) από τη βαθμολογία τους στις εργασίες

B) από τη βαθμολογία τους στις τελικές γραπτές εξετάσεις.

3087 Ειδική Διδακτική Μεθοδολογία – Διδακτική Οικονομικών Μαθημάτων

Ελεύθερης Επιλογής, Η' εξαμήνου, 6 μονάδες ECTS

Διδάσκουσα: Β. Μπρίνια

URL: <https://eclass.aueb.gr/courses/ME327/>

Περιεχόμενο

Οι οικονομικές επιστήμες στη δευτεροβάθμια εκπαίδευση: Γνωστικό αντικείμενο και εκπαιδευτικά μέσα. Αναλυτικό Πρόγραμμα σπουδών των μαθημάτων που διδάσκονται από την ειδικότητα Οικονομολόγος (ΠΕ09) στη δευτεροβάθμια εκπαίδευση. Οι οδηγίες διδασκαλίας του π. Παιδαγωγικού Ινστιτούτου για τα οικονομικά μαθήματα. Ανάπτυξη των βασικών μεθόδων διδασκαλίας στις οικονομικές επιστήμες. Η ομαδοσυνεργατική διδασκαλία (διδασκαλία με ομάδες), διδασκαλία με τη μέθοδο σχεδίου δράσης / project. Η μέθοδος project στο Λύκειο. Η εφαρμογή της μεθόδου project στις οικονομικές επιστήμες. Η εισαγωγή της τέχνης στις οικονομικές επιστήμες (Ζωγραφική, μουσική, θέατρο,



κινηματογράφος, αφήγηση–story telling). Η αξιοποίηση των ΤΠΕ στη διδακτική διαδικασία (wikispaces, μέσα κοινωνικής δικτύωσης, παιχνιδοποίηση).

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές θα είναι σε θέση:

- Να κατανοούν τις βασικές αρχές διδακτικής του γνωστικού τους αντικειμένου,
- Να σχεδιάζουν αποτελεσματικά μαθήματα που θα βασίζονται στις διδαχθείσες αρχές της ειδικής διδακτικής μεθοδολογίας,
- Να υιοθετούν καινοτόμες και διεπιστημονικές μεθόδους διδασκαλίας κατά τη διδακτική πράξη,
- Να χρησιμοποιούν ομαδοσυνεργατικές και βιωματικές μεθόδους διδασκαλίας κατά τη διδακτική πράξη,
- Να αντιλαμβάνονται την αξία της τέχνης ως πολύτιμου εκπαιδευτικού εργαλείου μετασχηματισμού των αντιλήψεων των μαθητών και διευκόλυνσης της επίτευξης των διδακτικών στόχων που έχει θέσει ο εκπαιδευτικός,
- Να αξιοποιούν ποικίλες μορφές τέχνης κατά τη διδακτική πράξη,
- Να αξιοποιούν εφαρμογές της ΤΠΕ στην εκπαίδευση, όπως την ηλεκτρονική πλατφόρμα των Wikispaces και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Προαπαιτούμενα Μαθήματα

Δεν υπάρχουν υποχρεωτικά προαπαιτούμενα μαθήματα. Συνίσταται η πρότερη παρακολούθηση του μαθήματος «Γενική Διδακτική Μεθοδολογία-Αναλυτικά Προγράμματα», ώστε να έχουν οι φοιτητές το απαραίτητο γνωστικό υπόβαθρο των αρχών της διδακτικής μεθοδολογίας και να είναι έτσι σε θέση να παρακολουθήσουν την ειδική διδακτική μεθοδολογία του γνωστικού τους αντικειμένου.

Συνιστώμενη Βιβλιογραφία

- Η Εισαγωγή της Μεθόδου Project (Βιωματική – Επικοινωνιακή Διδασκαλία) στη Διδασκαλία των Οικονομικών Επιστημών, Μπρίνια Βασιλική, Εκδόσεις: Δαρδάνος ΟΕ.
- Προετοιμασία και Σχέδιο Μαθήματος, Χατζηδήμου Δημήτριος, Εκδόσεις: Κυριακίδης.
- Εισαγωγή στη Θεματική της Διδακτικής-Συμβολή στη θεωρία και την πράξη της διδασκαλίας, Χατζηδήμου Δημήτριος, Εκδόσεις: Κυριακίδης.
- Λειτουργική διδακτική, Minder Michel.

Διδακτικές και Μαθησιακές Μέθοδοι

Διαλέξεις (1 διάλεξη των 2 ωρών εβδομαδιαίως). Απαιτείται η εκπόνηση δύο υποχρεωτικών εργασιών. Οι εργασίες του μαθήματος είναι ομαδικές και μετά την παράδοσή τους γίνεται και παρουσίαση τυχαία επιλεγμένων εργασιών στους φοιτητές που παρακολουθούν το μάθημα και στους διδάσκοντες. Οι βασικότερες μαθησιακές δραστηριότητες του μαθήματος είναι οι έρευνες πεδίου εντός του πανεπιστημίου. Η μαθητοκεντρική μέθοδος, η ομαδοσυνεργατική μέθοδος και η βιωματική μέθοδος διδασκαλίας αποτελούν τις βασικές μεθόδους διδασκαλίας του μαθήματος.

Μέθοδοι Αξιολόγησης/Βαθμολόγησης

Ο τελικός βαθμός του μαθήματος προκύπτει ως εξής: Εργασίες και συμμετοχή στο μάθημα. Γραπτές εξετάσεις στο τέλος του εξαμήνου. Για να προσμετρηθεί ο βαθμός των εργασιών στον τελικό βαθμό θα πρέπει ο βαθμός στις γραπτές εξετάσεις των εξεταστικών περιόδων να είναι τουλάχιστον 5.



3088 Ειδική Διδακτική Μεθοδολογία Πληροφορικής

Ελεύθερης Επιλογής, Η' εξάμηνο, 6 μονάδες ECTS

Διδάσκουσα: Αθ. Ανδρούτσος

URL: <https://eclass.aueb.gr/courses/INF282/>

Περιεχόμενο

Πληροφορική στην εκπαίδευση: Γνωστικό αντικείμενο και εκπαιδευτικό μέσο. Πρόγραμμα σπουδών Πληροφορικής στην ελληνική Α'βάθμια και Β'βάθμια εκπαίδευση. Εννοιολογικό πλαίσιο και ορισμοί για τη Διδακτική της Πληροφορικής. Βασικές έννοιες Διδακτικής της Πληροφορικής (πρακτικές, μοντέλα, διαδικασίες μάθησης). Προγραμματισμός ως γνωστικό αντικείμενο. Τεχνολογίες και εργαλεία για τη διδασκαλία αρχών προγραμματισμού και την αφύπνιση του ενδιαφέροντος των μαθητών (Scratch, Gamemaker, Kodu κλπ.). Η ομαδοσυνεργατική διδασκαλία (διδασκαλία με ομάδες), διδασκαλία με τη μέθοδο σχεδίου δράσης / project. Η μέθοδος project στο Λύκειο. Η εφαρμογή της μεθόδου project στην Πληροφορική. Ειδικά θέματα Διδακτικής του Προγραμματισμού (προγραμματισμός, μεταβλητή, δομές ελέγχου, επιλογή, επανάληψη, διαδικασία, αναδρομικότητα). Το εκπαιδευτικό λογισμικό στην πράξη και στην αγορά, στην ελληνική και διεθνή πραγματικότητα. Η εισαγωγή της τέχνης στην πληροφορική (Ζωγραφική, μουσική, θέατρο, κινηματογράφος, αφήγηση – story telling).

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές θα είναι σε θέση:

- Να κατανοούν τις βασικές αρχές διδακτικής του γνωστικού τους αντικειμένου.
- Να σχεδιάζουν αποτελεσματικά μαθήματα που θα βασίζονται στις διδαχθείσες αρχές της ειδικής διδακτικής μεθοδολογίας.
- Να υιοθετούν καινοτόμες και διεπιστημονικές μεθόδους διδασκαλίας κατά τη διδακτική πράξη.
- Να χρησιμοποιούν ομαδοσυνεργατικές και βιωματικές μεθόδους διδασκαλίας κατά τη διδακτική πράξη.
- Να αντιλαμβάνονται και να διακρίνουν την αξία της τέχνης ως πολύτιμο εκπαιδευτικό εργαλείο μετασχηματισμού των αντιλήψεων των μαθητών και διευκόλυνσης της επίτευξης των διδακτικών στόχων που έχει θέσει ο εκπαιδευτικός.
- Να αξιοποιούν ποικίλες μορφές τέχνης κατά τη διδακτική πράξη,
- Να αξιοποιούν εφαρμογές της ΤΠΕ στην εκπαίδευση.

Προαπαιτούμενα Μαθήματα

Δεν υπάρχουν υποχρεωτικά προαπαιτούμενα μαθήματα. Συνίσταται η πρότερη παρακολούθηση του μαθήματος «Γενική Διδακτική Μεθοδολογία-Αναλυτικά Προγράμματα», ώστε να έχουν οι φοιτητές το απαραίτητο γνωστικό υπόβαθρο των αρχών της διδακτικής μεθοδολογίας και να είναι έτσι σε θέση να παρακολουθήσουν την ειδική διδακτική μεθοδολογία του γνωστικού τους αντικειμένου.

Συνιστώμενη Βιβλιογραφία

- Η Εισαγωγή της Μεθόδου Project (Βιωματική – Επικοινωνιακή Διδασκαλία) στη Διδασκαλία των Οικονομικών Επιστημών, Μπρίνια Βασιλική, Εκδόσεις: Δαρδάνος ΟΕ.
- Εισαγωγή στη Διδακτική της Πληροφορικής., Κόμης Βασίλης Εκδόσεις: Κλειδάριθμος.
- Προετοιμασία και Σχέδιο Μαθήματος, Χατζηδήμου Δημήτριος, Εκδόσεις: Κυριακίδης.
- Λειτουργική διδακτική, Minder Michel.



Διδακτικές και Μαθησιακές Μέθοδοι

Οι βασικότερες μαθησιακές δραστηριότητες του μαθήματος είναι οι ομιλίες γνωστών καθηγητών και ειδικών στον τομέα τους που επικοινωνούν στους φοιτητές τις γνώσεις και τις εμπειρίες τους, ώστε να αποκτούν οι φοιτητές γνώσεις και να αναπτύξουν δεξιότητες, όχι μέσα από στείρα διάλεξη αλλά μέσα από ένα είδος έρευνας πεδίου το οποίο πραγματοποιείται με τον τρόπο αυτό εντός του πανεπιστημίου. Η μαθητοκεντρική μέθοδος, η ομαδοσυνεργατική μέθοδος και η βιωματική μέθοδος διδασκαλίας αποτελούν τις βασικές μεθόδους διδασκαλίας του μαθήματος.

Μέθοδοι Αξιολόγησης/Βαθμολόγησης

Ο τελικός βαθμός του μαθήματος προκύπτει ως εξής: Τρεις εργασίες και συμμετοχή στο μάθημα. Γραπτές εξετάσεις στο τέλος του εξαμήνου. Για να προσμετρηθεί ο βαθμός των εργασιών στον τελικό βαθμό θα πρέπει ο βαθμός στις γραπτές εξετάσεις των εξεταστικών περιόδων να είναι τουλάχιστον 5.

3085 Ποιότητα στην εκπαίδευση και τη διδασκαλία

Ελεύθερης Επιλογής, Η' εξάμηνο, 6 μονάδες ECTS

Διδάσκουσα: Ρ. Αρμάος

URL: <https://eclass.aueb.gr/courses/INF357/>

Περιεχόμενο

Το μάθημα «Ποιότητα στην Εκπαίδευση» αφορά την ανάγκη των σχολείων για αλλαγή και εκσυγχρονισμό μέσα από την εφαρμογή της φιλοσοφίας της Διοίκησης Ολικής Ποιότητας (ΔΟΠ). 1η ενότητα: Αρχές Ολικής Ποιότητας στην Εκπαίδευση 2η ενότητα: Η συστημική προσέγγιση στην οργάνωση των σχολείων ποιότητας. 3η ενότητα: Εφαρμογή της Ολικής Ποιότητας στη Διδασκαλία και τη Μάθηση 4η ενότητα: Αξιολόγηση Εκπαιδευτικών Οργανισμών. Μοντέλα Αξιολόγησης των Εκπαιδευτικών Οργανισμών

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές θα είναι σε θέση:

- Να περιγράφουν την έννοια της Ολικής Ποιότητας στη Διδασκαλία και την Εκπαίδευση,
- Να κατανοούν σε βάθος τη συστημική προσέγγιση οργάνωσης της λειτουργίας των σχολικών μονάδων Ποιότητας,
- Να εφαρμόζουν τα 14 σημεία Ποιότητας του Deming,
- Να εφαρμόζουν εργαλεία ανίχνευσης της «προσωπικής ποιότητας» των εκπαιδευτικών και των διοικούντων,
- Να αναλύουν τα διαφορετικά εργαλεία και συστήματα αξιολόγησης οργανισμών και εκπαιδευτικών μονάδων που κυριαρχούν στη σύγχρονη εποχή,
- Να ανιχνεύουν τα εμπόδια εφαρμογής της ολικής ποιότητας στην τάξη και στις σχολικές μονάδες.

Προαπαιτούμενα Μαθήματα

Δεν υπάρχουν υποχρεωτικά προαπαιτούμενα μαθήματα.

Συνιστώμενη Βιβλιογραφία

- Η Ολική Ποιότητα στην Εκπαίδευση, Ζαβλανός Μύρων Μ.
- Μάνατζμεντ Ολικής Ποιότητας, Paul James.



- Διοίκηση Ολικής Ποιότητας και Εκπαίδευση, Συγγραφείς: Συλλογικό έργο, Επιμ: Ελένη Σφακιανάκη

Διδακτικές και Μαθησιακές Μέθοδοι

Η βασική διδακτική μέθοδος που χρησιμοποιείται είναι η μαθητοκεντρική μέθοδος διδασκαλίας προσανατολισμένη πλήρως στη βιωματική και επικοινωνιακή προσέγγιση εκμάθησης, με στόχο την οικοδόμηση γνώσεων από τους φοιτητές μέσα από την αυτενέργεια και με βάση τις μέχρι τώρα αποκτηθείσες γνώσεις και εμπειρίες τους.

Μέθοδοι Αξιολόγησης/Βαθμολόγησης

Η βαθμολογία των φοιτητών στο μάθημα εξαρτάται:

A) από τη βαθμολογία τους στις εργασίες

B) από τη βαθμολογία τους στις τελικές γραπτές εξετάσεις.

Ο τελικός βαθμός προκύπτει, αν ο βαθμός της γραπτής τελικής εξέτασης είναι πάνω από 5 στα 10, από τον βαθμό της γραπτής τελικής εξέτασης με βάρος 50%, τον βαθμό των εργασιών με βάρος 50%.

3086 Εισαγωγή στους Η/Υ – Παιδαγωγικές εφαρμογές στην εκπαίδευση

Ελεύθερης Επιλογής, Η' εξάμηνο, 6 μονάδες ECTS

Διδάσκων: Α. Ανδρούτσος

URL: <https://eclass.aueb.gr/courses/INF346/>

Περιεχόμενο

Σύγχρονες Μεθοδολογίες Εκπαίδευσης. Εισαγωγή στις ΤΠΕ. Εισαγωγή στην HTML/CSS. Search Engine Optimization (SEO). Δημιουργία ιστοσελίδων. Διαμοιρασμός εκπαιδευτικού περιεχομένου στο Web και τα Κοινωνικά Δίκτυα. Συνεργατικά Συστήματα. Wikis, Google Docs. Ανασκόπηση εργαλείων σχεδιασμού έργων και εννοιολογικής οργάνωσης. Ανασκόπηση εργαλείων δημιουργίας πολυμεσικού εκπαιδευτικού περιεχομένου. Ανασκόπηση εργαλείων παρουσιάσεων. Συστήματα Διαχείρισης Εκπαιδευτικού Περιεχομένου (LMS). Σχεδιασμό Ψηφιακού Μαθήματος. Το LMS Moodle. Πόροι και εργαλεία. Ανάπτυξη μαθησιακών αντικειμένων και ψηφιακών μαθημάτων. Εκπαιδευτικός σχεδιασμός με τεχνολογία. Ειδικά θέματα στην εκπαίδευση. Καθολική σχεδίαση, MOOCs, παιχνιδοποίηση, προσωποποιημένη μάθηση. Παιδαγωγικές εφαρμογές στην εκπαίδευση. Καινοτομία και επιχειρηματικότητα στην εκπαίδευση. Το μοντέλο Double Diamond.

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές θα είναι σε θέση να:

- Να κατανοούν τις σύγχρονες μεθοδολογίες εκπαίδευσης και τις βασικές αρχές των ΤΠΕ και των Τεχνολογιών Εκπαίδευσης.
- Να χρησιμοποιούν το WWW και τα κοινωνικά δίκτυα για τη δημιουργία σελίδων για εκπαιδευτικού σκοπούς καθώς και για την εύρεση και το διαμοιρασμό εκπαιδευτικού περιεχομένου.
- Να χρησιμοποιούν και να συνδυάζουν ψηφιακά εργαλεία για τη δημιουργία εκπαιδευτικού περιεχομένου και ψηφιακών μαθημάτων καθώς και για να συνεργάζονται αποτελεσματικά σε ομάδες.
- Να δημιουργούν ψηφιακά μαθήματα σε περιβάλλοντα διαχείρισης εκπαιδευτικού περιεχομένου όπως το Moodle.
- Να κατανοούν και να εφαρμόζουν ειδικές εκπαιδευτικές μεθόδους όπως παιχνιδοποίηση, καθολικός σχεδιασμός, προσωποποιημένη μάθηση, MOOCs.



- Να κατανοούν και να διακρίνουν τα εκπαιδευτικά προβλήματα και να βρίσκουν και να αναπτύσσουν καινοτόμες επιχειρηματικές λύσεις.

Προαπαιτούμενα Μαθήματα

Συνίσταται να έχουν επιτύχει στο μάθημα «Δημιουργία και χρήση ψηφιακού εκπαιδευτικού υλικού στις σύγχρονες μεθοδολογίες εκπαίδευσης» που προσφέρεται από το τμήμα Πληροφορικής.

Συνιστώμενη Βιβλιογραφία

- Εισαγωγή στις εκπαιδευτικές εφαρμογές των Τεχνολογιών της Πληροφορικής και των Επικοινωνιών, Κόμης Βασίλης, Εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών
- Εκπαιδευτική τεχνολογία για διδασκαλία και μάθηση. Εκδόσεις, Newby Timothy J., Sterpich Donald A., Lehman James D., Russel James D., Επίκεντρο.
- Εισαγωγή στην εκπαιδευτική τεχνολογία, Αθ. Ανδρούτσος, Πανεπιστημιακές Σημειώσεις, ΟΠΑ, 2016.

Διδακτικές και Μαθησιακές Μέθοδοι

Διαλέξεις (2 ώρες εβδομαδιαίως), μία ατομική και μία ομαδική εργασία. Οι φοιτητές εξοικειώνονται με τις νέες τεχνολογίες με στόχο να τις χρησιμοποιήσουν μελλοντικά στις διδασκαλίες που θα πραγματοποιήσουν. Το εκάστοτε εκπαιδευτικό λογισμικό παρουσιάζεται από τους ίδιους τους φοιτητές στα πλαίσια εργασίας και αποτελεί μία από τις σημαντικότερες δραστηριότητες του μαθήματος. Απαιτείται η εκπόνηση δύο υποχρεωτικών εργασιών. Στόχος είναι η πλήρης κατανόηση των εννοιών που διδάχθηκαν όλο το εξάμηνο. Στο τέλος του εξαμήνου οι ομάδες που επέλεξαν κάποιο εκπαιδευτικό εργαλείο, πρέπει να το παρουσιάσουν στην τάξη.

Μέθοδοι Αξιολόγησης/Βαθμολόγησης

Η βαθμολογία των φοιτητών στο μάθημα εξαρτάται:

- A) από τη βαθμολογία τους στις εργασίες
- B) από τη βαθμολογία τους στις τελικές γραπτές εξετάσεις.

3070 Πρακτική Άσκηση στη Διδασκαλία (Π.Α.Δ.) I

Ελεύθερης Επιλογής, Ζ' εξάμηνο, 6 μονάδες ECTS

Διδάσκουσα: Β. Μπρίνια

URL: <https://eclass.aueb.gr/courses/DET135/>

Περιεχόμενο

Οι επιμέρους διδακτικές δραστηριότητες του συστήματος ΠΑΔ I (χειμερινό εξάμηνο) εντάσσονται σε σειριακή κλίμακα διαβαθμισμένης δυσκολίας, σε δύο είδη, την Εσωτερική Πρακτική Άσκηση Διδασκαλίας [πραγματοποίηση και παρακολούθηση Μικροδιδασκαλίας] και την Εξωτερική Πρακτική Άσκηση Διδασκαλίας [πραγματοποίηση και παρακολούθηση διδασκαλιών σε δυο δημόσιες σχολικές μονάδες καθώς και παρακολούθηση δειγματικών διδασκαλιών σε Πρότυπα Πειραματικά σχολεία (3 δειγματικές διδασκαλίες για κάθε φοιτητή/τρια/εξάμηνο)]: A) Η «Μικροδιδασκαλία». B) Οι δειγματικές διδασκαλίες σε Πρότυπα Πειραματικά Λύκεια. Γ) Οι τρείς διδασκαλίες σε δυο δημόσιες σχολικές μονάδες-Γενικά Λύκεια. Το μάθημα περιλαμβάνει, επίσης, στο πλαίσιο της εργαστηριακής του μορφής και της βιωματικής προσέγγισης που απαιτείται για να επιτύχει τους στόχους του δημιουργικά εργαστήρια για εκπαιδευτικούς σκοπούς και βιωματικά εργαστήρια ανάπτυξης δεξιοτήτων συναισθηματικής νοημοσύνης.



Μαθησιακά Αποτελέσματα

Μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές θα είναι σε θέση:

- Να κατανοούν την αξία της προετοιμασίας, της οργάνωσης και του σχεδιασμού της εκάστοτε διδασκαλίας,
- Να σχεδιάζουν κατάλληλα σχέδια μαθήματος για κάθε περίπτωση μαθητικού υλικού,
- Να εφαρμόζουν στην πράξη όσα έχουν διδαχθεί σε θεωρητικό επίπεδο επί της παιδαγωγικής επιστήμης και της διδακτικής μεθοδολογίας,
- Να ανακαλύπτουν τα κατάλληλα μέσα και τις κατάλληλες μεθόδους που αρμόζουν στις ανάγκες της εκάστοτε διδακτικής ενότητας και του εκάστοτε ακροατηρίου,
- Να διαχειρίζονται αποδοτικά και αποτελεσματικά τον περιορισμένο χρόνο της διδακτικής ώρας, ώστε να καλύπτεται η απαιτούμενη ύλη,
- Να διαχειρίζονται ως εκπαιδευτικοί πλέον μια τάξη μαθητών με άνεση και φυσικότητα,
- Να αναγνωρίζουν στον εαυτό τους τα στοιχεία εκείνα που χαρακτηρίζουν έναν εκπαιδευτικό.

Προαπαιτούμενα Μαθήματα

Δεν υπάρχουν υποχρεωτικά προαπαιτούμενα μαθήματα.

Συνιστώμενη Βιβλιογραφία

- Μελέτες Περιπτώσεων Εκπαιδευτικών Μονάδων (Educational Case Studies), Μπρίνια Βασιλική
- Μικροδιδασκαλία και Άσκηση Διδακτικών Δεξιοτήτων, Αχιλλέας Καψάλης, Ιωάννης Βρεττός
- Γενική και Ειδική Διδακτική Οικονομικών Επιστημών (ΑΕΙ και ΤΕΙ). Ψυχοπαιδαγωγική, Μπρίνια Βασιλική, Εκδόσεις: Σταμούλης
- Προετοιμασία και Σχέδιο Μαθήματος, Χατζηδήμου Δημήτριος, Εκδόσεις: Κυριακίδης
- Management και συναισθηματική νοημοσύνη, Μπρίνια Βασιλική
- Ο αρχάριος εκπαιδευτικός ενώπιον της διδασκαλίας, M. Serra Goethals, Rose A. Howard, Marie M. Sanders Διδακτικές και Μαθησιακές Μέθοδοι

Διδακτικές και Μαθησιακές Μέθοδοι

Παρακολουθήσεις δειγματικών διδασκαλιών (πειραματικά σχολεία) - Διδασκαλίες σε σχολείο. Επιπλέον, είναι υποχρεωτική η παρακολούθηση διακεκριμένων καθηγητών και ειδικών στον τομέα τους. Η χρήση της βιωματικής μεθόδου εκπαίδευσης και του μαθητοκεντρικού μοντέλου αποτελούν τον κορμό του συγκεκριμένου μαθήματος.

Μέθοδοι Αξιολόγησης/Βαθμολόγησης

Ο τελικός βαθμός προκύπτει, αν ο βαθμός της γραπτής τελικής εξέτασης είναι πάνω από 5 στα 10, από τον βαθμό της γραπτής τελικής εξέτασης με βάρος 50%, τον βαθμό των δραστηριοτήτων και εργασιών με βάρος 50%. Η φοίτηση στο μάθημα «Πρακτική Άσκηση στη Διδασκαλία Ι» είναι υποχρεωτική.

3080 Πρακτική Άσκηση στη Διδασκαλία (Π.Α.Δ.) II

Ελεύθερης Επιλογής, Η' εξάμηνο, 6 μονάδες ECTS

Διδάσκουσα: Β. Μπρίνια

URL: <https://eclass.aueb.gr/courses/DET154/>

Περιεχόμενο

Οι επιμέρους διδακτικές δραστηριότητες του συστήματος ΠΑΔ II (εαρινό εξάμηνο) εντάσσονται σε σειριακή κλίμακα διαβαθμισμένης δυσκολίας, σε δύο είδη, την Εσωτερική Πρακτική Άσκηση Διδασκαλίας και την Εξωτερική Πρακτική Άσκηση Διδασκαλίας: Α) Η «Προκαταρκτική Διδασκαλία» Β) Οι δειγματικές διδασκαλίες σε Πρότυπα Πειραματικά Λύκεια Γ) Οι τρεις διδασκαλίες σε τρεις δημόσιες σχολικές μονάδες-Γενικά Λύκεια ή ΕΠΑΛ. Το μάθημα περιλαμβάνει, επίσης, στο πλαίσιο της εργαστηριακής του μορφής και της βιωματικής προσέγγισης που απαιτείται για να επιτύχει τους στόχους του, διαλέξεις διεπιστημονικού χαρακτήρα, δημιουργικά εργαστήρια για εκπαιδευτικούς σκοπούς και βιωματικά εργαστήρια ανάπτυξης δεξιοτήτων συναισθηματικής νοημοσύνης καθώς και εργαστήρια με ειδικούς στόχους για την επιμόρφωση των φοιτητών με βιωματικό τρόπο σε θέματα όπως οι διαπροσωπικές σχέσεις στο σχολείο, το bullying κ.ο.κ.

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές θα είναι σε θέση:

- Να σχεδιάζουν κατάλληλα σχέδια μαθήματος για κάθε περίπτωση μαθητικού υλικού,
- Να εφαρμόζουν στην πράξη όσα έχουν διδαχθεί σε θεωρητικό επίπεδο επί της παιδαγωγικής επιστήμης και της διδακτικής μεθοδολογίας,
- Να αξιοποιούν βιωματικές και ομαδοσυνεργατικές μεθόδους διδασκαλίας κατά τη διδακτική πράξη,
- Να αξιοποιούν Τεχνολογίες της Πληροφορίας και της Επικοινωνίας κατά τη διδακτική πράξη, όπως την ηλεκτρονική πλατφόρμα των wikispaces και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης,
- Να αξιοποιούν τις δυνατότητες που προσφέρει η τέχνη για μια καινοτόμα και αποτελεσματική διδασκαλία,
- Να διαχειρίζονται αποδοτικά και αποτελεσματικά τον περιορισμένο χρόνο της διδακτικής ώρας, ώστε να καλύπτεται η απαιτούμενη ύλη,
- Να διαχειρίζονται ως εκπαιδευτικοί πλέον μια τάξη μαθητών με άνεση και φυσικότητα

Προαπαιτούμενα Μαθήματα

Ενδείκνυται η πρότερη επιτυχής παρακολούθηση του εργαστηριακού μαθήματος Πρακτική Άσκηση στη Διδασκαλία I, με σκοπό να μπορούν να ανταποκριθούν οι φοιτητές αποτελεσματικά στις υψηλότερες απαιτήσεις του μαθήματος της Πρακτικής Άσκησης στη Διδασκαλία II.

Συνιστώμενη Βιβλιογραφία

- Μελέτες Περιπτώσεων Εκπαιδευτικών Μονάδων (Educational Case Studies), Μπρίνια Βασιλική
- Μικροδιδασκαλία και Άσκηση Διδακτικών Δεξιοτήτων, Αχιλλέας Καψάλης, Ιωάννης Βρεττός
- Management και συναισθηματική νοημοσύνη, Μπρίνια Βασιλική
- Η ποιότητα στη διδασκαλία, στη μάθηση και στη διοίκηση, Ζαβλανός Μύρων



Διδακτικές και Μαθησιακές Μέθοδοι

Η βασική διδακτική μέθοδος που χρησιμοποιείται είναι η μαθητοκεντρική μέθοδος διδασκαλίας προσανατολισμένη στη βιωματική και εποικοδομιστική προσέγγιση εκμάθησης, με στόχο την οικοδόμηση γνώσεων από τους φοιτητές μέσα από την αυτενέργεια και με βάση τις μέχρι τώρα αποκτηθείσες γνώσεις και εμπειρίες τους.

Μέθοδοι Αξιολόγησης/Βαθμολόγησης

Ο τελικός βαθμός προκύπτει, αν ο βαθμός της γραπτής τελικής εξέτασης είναι πάνω από 5 στα 10, από τον βαθμό της γραπτής τελικής εξέτασης με βάρος 50%, τον βαθμό των δραστηριοτήτων και εργασιών με βάρος 50%. **Η φοίτηση στο μάθημα «Πρακτική Άσκηση στη Διδασκαλία II» είναι υποχρεωτική.**

B3.5 Μαθήματα Ξένης Γλώσσας

Πληροφορίες σχετικά με το περιεχόμενο και τον μαθησιακό στόχο των μαθημάτων ξένων γλωσσών υπάρχουν στους παρακάτω συνδέσμους:

[Αγγλική Γλώσσα](#)

[Γαλλική Γλώσσα](#)

[Γερμανική Γλώσσα](#)

Πιο συγκεκριμένα :

Αγγλική Γλώσσα

5011 | ΑΓΓΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ Ι – ΒΑΣΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ ΑΓΓΛΙΚΑ: Μέρος Α

1^ο εξάμηνο

Όνομα διδάσκοντα: Φ. Καραμητρόγλου

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Σκοπός του μαθήματος είναι: α) η ανάπτυξη και εμπέδωση βασικών γραμματικοσυντακτικών φαινομένων, β) η πρώτη επαφή των φοιτητών/φοιτητριών με στοιχειώδεις επιχειρησιακό λεξιλόγιο. Μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές/φοιτήτριες είναι σε θέση να κατανοούν στην αγγλική γλώσσα πολύ απλά κείμενα και διαλόγους επιχειρησιακού περιεχομένου, όπως και να εκφράζονται με απλές προτάσεις δίχως στοιχειώδη γραμματικοσυντακτικά λάθη.

Περιεχόμενο Μαθήματος

Το μάθημα εστιάζει σε βασικά γραμματικοσυντακτικά φαινόμενα της αγγλικής γλώσσας (π.χ. ρήματα "be" και "have", οριστικό και αόριστο άρθρο, μετρήσιμα και μη-μετρήσιμα ουσιαστικά, συγκριτικός και υπερθετικός βαθμός επιθέτων και επιρρημάτων, ανάπτυξη ρηματικών μορφών σε όλους τους επιμέρους χρόνους, σχηματισμός παθητικής φωνής, σχηματισμός υποθετικού και πλάγιου λόγου κ.ά.) αφιερώνοντας επαρκή χρόνο στην ανάπτυξη της θεωρίας που διέπει τα εν λόγω φαινόμενα και εφαρμόζοντας αλληπάλληλες στοχευμένες ασκήσεις για την ορθή σύνταξη και χρήση τους. Στη συνέχεια, οι περιπτώσεις αυτές μελετώνται και στην πράξη μέσα από πολύ απλά κείμενα και διαλόγους, ειδικά διαμορφωμένα ώστε να εμφανίζουν αυξημένη συχνότητα στα εν λόγω φαινόμενα. Παράλληλα, μέσα από τα ίδια κείμενα, οι φοιτητές έχουν την ευκαιρία να έρθουν σε μια πρώτη επαφή με στοιχειώδεις επιχειρησιακό λεξιλόγιο.

5012| ΑΓΓΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ ΙΙ - ΒΑΣΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ ΑΓΓΛΙΚΑ: Μέρος Β

2^ο εξάμηνο

Όνομα διδάσκοντα: Αν. Ροθώνη

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Σκοπός του μαθήματος είναι: α) η εξοικείωση των φοιτητών/φοιτητριών με βασικό οικονομικό και επιχειρησιακό λεξιλόγιο, β) η περαιτέρω ανάπτυξη των γνώσεων γραμματικής και συντακτικού, και γ) η ανάπτυξη δεξιοτήτων συγγραφής παραγράφων. Μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές/φοιτήτριες είναι σε θέση να κατανοούν στην αγγλική γλώσσα απλά κείμενα επιχειρησιακού περιεχομένου και να συγγράφουν επαρκώς ανεπτυγμένες παραγράφους.



Περιεχόμενο Μαθήματος

Το μάθημα αποτελείται από δύο αλληλοενισχυόμενες ενότητες. Η πρώτη ενότητα επικεντρώνεται στην ανάγνωση κειμένων αγγλικής γλώσσας που σχετίζονται με βασικές οικονομικές έννοιες (π.χ. ζήτηση και προσφορά, συντελεστές παραγωγής, λειτουργία των αγορών, ανταγωνισμός κ.ά) με στόχο την εμπέδωση βασικού οικονομικού και επιχειρησιακού λεξιλογίου, την περαιτέρω ανάπτυξη επιλεγμένων στοιχείων γραμματικής, αλλά και τη ορθή εκφορά αριθμητικών εννοιών (π.χ. ακέραιοι αριθμοί, κλάσματα, δεκαδικά ψηφία, ποσοστά, μαθηματικές πράξεις κ.ά). Η δεύτερη ενότητα στοχεύει στην ανάπτυξη δεξιοτήτων γραπτού λόγου μέσω ορθής σύνταξης παραγράφων. Η θεματολογία της δεύτερης ενότητας αντιστοιχείται με αυτή των κειμένων ανάγνωσης, επιτρέποντας έτσι στους φοιτητές/φοιτήτριες να επαναχρησιμοποιήσουν και να εδραιώσουν τη γνώση που αποκτήθηκε από την πρώτη ενότητα.

5013 | ΑΓΓΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ ΙΙΙ - ΕΝΔΙΑΜΕΣΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ ΑΓΓΛΙΚΑ: Μέρος Α

3^ο εξάμηνο

Όνομα διδάσκοντα: Φ. Καραμητρόγλου

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Σκοπός του μαθήματος είναι: α) η ανάπτυξη και εμπέδωση σύνθετων γραμματικοσυντακτικών φαινομένων, β) η επαφή των φοιτητών/φοιτητριών με σύνθετο επιχειρησιακό λεξιλόγιο. Μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές/φοιτήτριες είναι σε θέση να κατανοούν στην αγγλική γλώσσα σύνθετα κείμενα επιχειρησιακού περιεχομένου, όπως και να εκφράζονται με σύνθετες προτάσεις δίχως σοβαρά γραμματικοσυντακτικά λάθη.

Περιεχόμενο Μαθήματος

Το μάθημα αποτελείται από δύο παραπληρωματικές ενότητες. Η πρώτη ενότητα εστιάζει σε σύνθετα γραμματικοσυντακτικά φαινόμενα της αγγλικής γλώσσας δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση σε αυτά που προβληματίζουν συνήθως τους χρήστες της ελληνικής ως μητρικής γλώσσας (π.χ. ορθή χρήση οριστικού και αόριστου άρθρου, ορθή επιλογή γερούνδιου ή απαρέμφατου, συγκριτική αντιπαράθεση και επιλογή χρόνων, έννοια και χρήση modal verbs, σύνθετος πλάγιος λόγος, ορθός σχηματισμός αναφορικών προτάσεων, επιλογή προθέσεων κ.ά.) υπενθυμίζοντας τη θεωρία που διέπει τα εν λόγω φαινόμενα και εφαρμόζοντας αλληπάλληλες στοχευμένες ασκήσεις για την ορθή σύνταξη και χρήση τους. Η δεύτερη ενότητα δίνει έμφαση στην ανάλυση σύνθετων κειμένων επιχειρησιακού ενδιαφέροντος που καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα θεματολογίας (επιχειρήσεις και περιβάλλον, ολιγοπώλια κι ανταγωνισμός, μέτοχοι και κοινωνία, εργασιακή νομιμότητα, στατιστική των επιχειρήσεων, διαχείριση επιχειρηματικού κινδύνου, τεχνολογικές εφαρμογές στον χώρο των επιχειρήσεων κ.ά.). Τα κείμενα αυτά αναλύονται διεξοδικά όσον αφορά το επιχειρησιακό τους λεξιλόγιο, τόσο σε επίπεδο επιμέρους λημμάτων (αγγλο-αγγλικός ορισμός και περιγραφή σημαινόμενων) όσο και σε επίπεδο φραστικών συνθέσεων.

5014 | ΑΓΓΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ ΙV - ΕΝΔΙΑΜΕΣΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ ΑΓΓΛΙΚΑ: Μέρος Β

4^ο εξάμηνο

Όνομα διδάσκοντα:Κ. Καραγκούνη

Προαπαιτήσεις

Γνώσεις Αγγλικής Γλώσσας επιπέδου B2



Περιγραφή Μαθήματος

Το μάθημα έχει γλωσσικό προαπαιτούμενο το επίπεδο B2 όπως αυτό ορίζεται στο Κοινό Ευρωπαϊκό Πλαίσιο Αναφοράς για τις Γλώσσες (Common European Framework of Reference for Languages). Δίνεται έμφαση στην ανάπτυξη θεμάτων γραπτού και προφορικού δημόσιου λόγου. Οι φοιτητές παρακολουθούν την εξέλιξη της οργάνωσης, δομής, σύνταξης και συγγραφής κειμένων επιχειρησιακού ενδιαφέροντος (from brainstorming to developing an idea) ενώ παράλληλα εμπλουτίζουν το ευρύτερο επιχειρησιακό τους λεξιλόγιο και αναπτύσσουν την ικανότητά τους στην κατανόηση κειμένου (Reading Comprehension & Critical Response). Μέσα από στοχευμένες ασκήσεις γραπτού και προφορικού λόγου κατανοούν τα διαφορετικά είδη γλωσσικής ανάπτυξης (modes of development) και ολοκληρώνουν το δοκίμιό τους με τεκμηρίωση και βιβλιογραφική καταχώρηση – τόσο ενδοκειμενικά όσο και στο τέλος του κειμένου τους. Επιπρόσθετα, αντιλαμβάνονται τα διαφορετικά επίπεδα και χρήσεις της γλώσσας στον προφορικό και το γραπτό λόγο και εμπλουτίζουν τις γραμματικοσυντακτικές τους γνώσεις στοχεύοντας στην ορθή χρήση της αγγλικής γλώσσας (using the conventions of the language and the different language levels).

Τρόπος Διδασκαλίας

Το μάθημα διδάσκεται κατά το εαρινό εξάμηνο σπουδών επί 13 εβδομάδες, σε 2 δίωρα εβδομαδιαίως με τη μορφή διαλέξεων. Δίνεται ιδιαίτερη έμφαση ώστε οι παρευρισκόμενοι φοιτητές να μην είναι παθητικοί ακροατές, αλλά να συμβάλλουν διαδραστικά απαντώντας σε ερωτήσεις επί των εκάστοτε θεμάτων που συζητούνται ή των ασκήσεων που επιλύονται στην αίθουσα. Για την παρουσίαση της θεωρίας και την επίλυση ασκήσεων, γίνεται χρήση προβολικού & υπολογιστή (PowerPoint Presentations). Τακτικά ζητείται από τους φοιτητές να προετοιμάσουν στο σπίτι ασκήσεις, σύμφωνα με το διάγραμμα μελέτης του μαθήματος (Syllabus).

Αξιολόγηση Φοιτητών

Το μάθημα αξιολογείται μέσω γραπτού διαγωνίσματος που καλύπτει όλο το φάσμα των θεμάτων που αναπτύσσονται κατά τη διάρκεια του εξαμήνου (ερωτήσεις θεωρίας, ανάπτυξη γραπτού κειμένου με τη χρήση επιχειρημάτων και βιβλιογραφική καταχώρηση από πηγές σύμφωνα με το σύστημα Harvard). Η συμβολή καθενός εκ των θεμάτων στον τελικό βαθμό του διαγωνίσματος είναι ανάλογη της βαρύτητας που δόθηκε στα θέματα αυτά κατά την ανάπτυξή τους στη διάρκεια του εξαμήνου.

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Με την ολοκλήρωση του κύκλου διδασκαλίας και με την προϋπόθεση της τακτικής προσέλευσης στις διαλέξεις οι φοιτητές είναι σε θέση να συντάξουν και να τεκμηριώσουν ένα εύρος κειμένων επιχειρησιακού ενδιαφέροντος, και να ανταπεξέλθουν επαρκώς σε απαιτήσεις αγγλόφωνης βιβλιογραφίας. Δίνεται έμφαση στην οργάνωση και ανάπτυξη του λόγου (Public Speaking & Essay Writing).

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη

Adams, John et al (2019). Αγγλικά των Επιστημών Οικονομίας, Διοίκησης, Λογιστικής Χρηματοοικονομικής & Πληροφορικής, Broken Hill Publishers Ltd.
Taught in-class material (notes, slides, outlines available on e-class).

Ιστοθέση Μαθήματος: http://www2.aueb.gr/lessons/english/eng4/eng4_syllabus.html



Προαπαιτήσεις

Γνώσεις Αγγλικής Γλώσσας επιπέδου Γ2

Περιγραφή Μαθήματος

Το μάθημα έχει γλωσσικό προαπαιτούμενο το επίπεδο Γ2 όπως αυτό ορίζεται στο Κοινό Ευρωπαϊκό Πλαίσιο Αναφοράς για τις Γλώσσες (Common European Framework of Reference for Languages). Το μάθημα αναπτύσσει στους φοιτητές/τριες δεξιότητες χειρισμού γραπτού και προφορικού λόγου σε υψηλό επίπεδο για εξειδικευμένους ακαδημαϊκούς και επαγγελματικούς σκοπούς. Επίσης, στοχεύει στην εξοικείωση με τη δομή, το ύφος και το ενδεδειγμένο λεξιλόγιο κειμένων στα γνωστικά πεδία της διοίκησης, οικονομίας, marketing, και χρηματοοικονομικής. Οι φοιτητές ασκούνται συστηματικά στη σύνθεση, ανάπτυξη και σύνταξη εγγράφων όπως για παράδειγμα ηλεκτρονικών επιστολών, εταιρικών υπομνημάτων, τεχνικών εκθέσεων και αναφορών, βιογραφικών σημειωμάτων και συνοδευτικών επιστολών για ανεύρεση εργασίας ή αποδοχής σε προγράμματα μεταπτυχιακών σπουδών, μαθητείας κτλ. (sales, enquiries, complaint, cover letters, interoffice memoranda, business proposals, reports). Παράλληλα, παρουσιάζονται και αναλύονται στην τάξη υποδείγματα για τη βελτίωση και την εφαρμογή των κανόνων που διέπουν την ορθή παρουσίαση των ανωτέρω εγγράφων. Τέλος, οι φοιτητές διαβάζουν και αναλύουν κείμενα ακαδημαϊκού ενδιαφέροντος που σχετίζονται με τους στόχους του μαθήματος.

Τρόπος Διδασκαλίας

Το μάθημα διδάσκεται κατά το χειμερινό εξάμηνο σπουδών επί 13 εβδομάδες, σε 2 δίωρα εβδομαδιαίως με τη μορφή διαλέξεων. Δίνεται ιδιαίτερη έμφαση ώστε οι παρευρισκόμενοι φοιτητές να μην είναι παθητικοί ακροατές, αλλά να συμβάλλουν διαδραστικά απαντώντας σε ερωτήσεις επί των εκάστοτε θεμάτων που συζητούνται ή των ασκήσεων που επιλύονται στην αίθουσα. Για την παρουσίαση της θεωρίας και την επίλυση ασκήσεων, γίνεται χρήση προβολικού & υπολογιστή (PowerPoint Presentations). Τακτικά ζητείται από τους φοιτητές να προετοιμάσουν στο σπίτι ασκήσεις, σύμφωνα με το διάγραμμα μελέτης του μαθήματος.

Αξιολόγηση Φοιτητών

Το μάθημα αξιολογείται μέσω γραπτού διαγωνίσματος που καλύπτει όλο το φάσμα των θεμάτων που αναπτύσσονται κατά τη διάρκεια του εξαμήνου. Αποτελείται από 2 μέρη. Στο πρώτο, οι εξεταζόμενοι/ες απαντούν σε γλωσσικές ερωτήσεις και σε μία ερώτηση ανάπτυξης κριτικής σκέψης. Στο δεύτερο, συντάσσουν ένα επιχειρησιακό έγγραφο σύμφωνα με τις οδηγίες που τους έχουν δοθεί. Η συμβολή καθενός εκ των θεμάτων στον τελικό βαθμό του διαγωνίσματος είναι ανάλογη της βαρύτητας που δόθηκε στα θέματα αυτά κατά την ανάπτυξή τους στη διάρκεια του εξαμήνου.

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Με την ολοκλήρωση του μαθήματος και έχοντας παρακολουθήσει τακτικά τις διαλέξεις, οι φοιτητές/τριες έχουν κατακτήσει σημαντικό λεξιλόγιο συνδεδεμένο με την σύνταξη επιχειρησιακών εγγράφων και έχουν εξοικειωθεί πλήρως με το ύφος, τη δομή και τη χρήση της γλώσσας για ειδικούς επαγγελματικούς σκοπούς.



Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη

Karagkouni K. (2018) The Art of Drafting Business Documents. Athens: AUEB Publications.

Ιστοθέση Μαθήματος: http://www2.aueb.gr/lessons/english/eng5/eng5_syllabus.html

5046 | ΑΓΓΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ VI - ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΟΡΟΛΟΓΙΑ

8^ο εξάμηνο

Όνομα διδάσκοντα: Φ. Καραμητρόγλου

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Σκοπός του μαθήματος είναι η εξοικείωση των φοιτητών/φοιτητριών με την εξειδικευμένη επιχειρησιακή ορολογία του τομέα μάρκετινγκ και επικοινωνίας. Στο τέλος του εξαμήνου, οι φοιτητές/φοιτήτριες είναι σε θέση να υλοποιήσουν αβίαστα διαγλωσσικές μεταφορές προς/από την ελληνική και αγγλική γλώσσα επί θεμάτων που άπτονται του επαγγελματικού τους ενδιαφέροντος, όπως και να ανταπεξέλθουν με μεγαλύτερη ευκολία σε αγγλόφωνα μεταπτυχιακά προγράμματα συναφούς γνωστικού αντικείμενου.

Περιεχόμενο Μαθήματος

Οι φοιτητές/φοιτήτριες εκτίθενται σε ένα εύρος όρων και εκφράσεων που απαντώνται κατά κόρον σε αυθεντικά κείμενα επιχειρησιακού ενδιαφέροντος, τόσο από τον χώρο της πραγματικής αγοράς και του επιχειρηματικού γίνεσθαι – με έμφαση στο πεδίο του μάρκετινγκ και επικοινωνίας – όσο και από καταξιωμένα ακαδημαϊκά συγγράμματα που πραγματεύονται θεωρητικά τον εν λόγω χώρο. Μέσω συγκριτικής αντιπαράθεσης και αντιστοίχισης μεταξύ ελληνικών και αγγλικών όρων, το μάθημα καλύπτει τους εξής τομείς: μακροοικονομία, χρηματαγορές, χρηματιστήριο και κλάδοι επιχειρηματικής δραστηριότητας, προκηρύξεις δημόσιων διαγωνισμών, δελτία τύπου, έκδοση οικονομικών αποτελεσμάτων, χρηματοοικονομική λογιστική, φορολογική λογιστική, εταιρικό καταστατικό, σύμβαση παροχής υπηρεσιών, βασικές έννοιες και θεωρία μάνατζμεντ, διοίκηση ανθρώπινου δυναμικού, διοίκηση προϊόντος και πωλήσεων, εταιρική κοινωνική ευθύνη, ανάπτυξη εταιρικού προφίλ, θεσμικά όργανα Ευρωπαϊκής Ένωσης, βασικές έννοιες και θεωρία εμπορίου, ορολογία μαθηματικών. Η εμπέδωση της ορολογίας στους ως άνω τομείς γίνεται μέσω ασκήσεων που στοχεύουν: α) στην ανάπτυξη σημαντικού πρωτογενούς λεξιλογίου, β) στην αποσαφήνιση παρεμφερών σημασιολογικών πεδίων, γ) στη δημιουργία ορθών συνεκφορών, δ) στη δημιουργία ορθών προτάσεων, παραγράφων και κειμένων, πλούσιων σε εξειδικευμένη ορολογία.

Γαλλική Γλώσσα

5021 | ΓΑΛΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ Ι – Βασικά Επιχειρησιακά Γαλλικά: Μέρος Α'

1^ο Εξάμηνο

Όνομα διδάσκοντα: Φ. Σωφρονίδου

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Στο μάθημα θα δοθεί έμφαση στις γραμματικοσυντακτικές δομές και το λεξιλόγιο με στόχο την ορθή κατανόηση και δημιουργία απλού γραπτού και προφορικού λόγου στην καθημερινή ζωή και στο επαγγελματικό περιβάλλον.

Unités	Tâches visées	Grammaire	Lexique
1	<ul style="list-style-type: none">• Entrer en contact avec quelqu'un• Remplir un formulaire	<ul style="list-style-type: none">• Le verbe être• Le verbe s'appeler• Les articles indéfinis• Le masculin et le féminin des noms et des adjectifs	<ul style="list-style-type: none">• Les noms de professions
2	<ul style="list-style-type: none">• Faire des démarches simples pour obtenir un document	<ul style="list-style-type: none">• Le verbe aller• Les adjectifs interrogatifs• Les adjectifs possessifs• Les prépositions	<ul style="list-style-type: none">• Les fonctions dans l'entreprise• Les mois de l'année
3	<ul style="list-style-type: none">• Aborder une personne pour obtenir quelque chose ou pour bavarder• Faire connaissance	<ul style="list-style-type: none">• Les verbes en -ER• Les verbes avoir et faire• La forme négative	<ul style="list-style-type: none">• Des secteurs d'activité• Les nombres (→ 59)
4	<ul style="list-style-type: none">• Parler de soi, de ses activités, du temps qu'il fait	<ul style="list-style-type: none">• Les articles définis• Les adjectifs possessifs (suite)• Les pronoms toniques	<ul style="list-style-type: none">• Des activités dans l'avion• La météo• Les saisons
5	<ul style="list-style-type: none">• Avoir une conversation téléphonique simple	<ul style="list-style-type: none">• Les pronoms personnels• L'expression de la cause : parce que• La préposition à pour designer des lieux et des personnes	<ul style="list-style-type: none">• La communication téléphonique et informatique

6	<ul style="list-style-type: none"> • Rédiger un courriel simple, un texto 	<ul style="list-style-type: none"> • Des indicateurs de temps • Les verbes pouvoir et devoir • Les verbes en - DRE et en -IR • L'interrogation fermée: est-ce que 	<ul style="list-style-type: none"> • Les nombres (→ 99) • Les jours de la semaine
7	<ul style="list-style-type: none"> • Réserver et acheter un titre de transport • Se débrouiller dans un hôtel 	<ul style="list-style-type: none"> • Les pronoms interrogatifs • L'impératif des verbes en -ER • Les adjectifs qualificatifs • Les adjectifs ordinaux 	<ul style="list-style-type: none"> • Les voyages en train • L'hôtellerie • La localisation • Les lieux d'un bâtiment
8	<ul style="list-style-type: none"> • Orienter quelqu'un ou s'orienter dans un bâtiment ou une ville 	<ul style="list-style-type: none"> • Les articles contractés • Les expressions impersonnelles avec il : il y a, il est, il fait • Le pronom sujet on • Les verbes prendre, sortir, partir, vouloir, savoir 	<ul style="list-style-type: none"> • Des actions de déplacement • Les moyens de déplacement • Les nombres (→1000)
9	<ul style="list-style-type: none"> • Parler de ses activités quotidiennes 	<ul style="list-style-type: none"> • Les formes interrogatives soutenue, familière et standard • Les verbes pronominaux • Les prépositions à et de • Le futur proche 	<ul style="list-style-type: none"> • Des partenaires professionnels
10	<ul style="list-style-type: none"> • Donner des consignes de travail et demander des explications 	<ul style="list-style-type: none"> • Les articles partitifs • Le complément de nom • Les adjectifs démonstratifs 	<ul style="list-style-type: none"> • Des activités professionnelles • Internet
11	<ul style="list-style-type: none"> • Effectuer des achats courants dans des magasins ou en ligne • Trouver un logement 	<ul style="list-style-type: none"> • Les pronoms COD • Les pronoms interrogatifs • Les adjectifs et les pronoms démonstratifs 	<ul style="list-style-type: none"> • La vente • La location • Les achats (en ligne)
12	Scénario Professionnel : Organiser une conférence	Revision Grammaire	Revision Lexique

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη

Tauzin, B., Dubois, A-L., 2006, *Objectif express 1*, Éd. Hachette, Paris.

Tauzin, B., Dubois, A-L., 2006, *Objectif express 1*, Cahier d'activités, Éd. Hachette, Paris.

Σωφρονίδου, Φ, 2025, Σημειώσεις για το μάθημα Γαλλική Γλώσσα Ι, Αθήνα.

Μέθοδος αξιολόγησης

Γραπτή εξέταση στο τέλος του εξαμήνου (Ασκήσεις κατανόησης κειμένου, γραμματικής και λεξιλογίου).

- Gillmann B., *Travailler en français en entreprise*, Éd. Didier.
- Lécureux C. et al., *Histoire Géographie Éducation civique*, Éd. Hachette.
- Πανεπιστημιακές σημειώσεις της Καθηγήτριας.

5022 | ΓΑΛΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ ΙΙ – Βασικά Επιχειρησιακά Γαλλικά: Μέρος Β΄

2ο Εξάμηνο

Όνομα διδάσκοντα: Φ. Σωφρονίδου

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Το μάθημα αυτό αποτελεί συνέχεια του μαθήματος «Γαλλική Γλώσσα Ι – Βασικά Επιχειρησιακά Γαλλικά: Μέρος Α΄». Οι φοιτήτριες και οι φοιτητές αποκτούν μια ολοκληρωμένη γνώση των γραμματικοσυντακτικών φαινομένων και είναι σε θέση μέσα από επιχειρησιακά κείμενα ενδιάμεσου επιπέδου να επικοινωνούν ικανοποιητικά γραπτά και προφορικά σε επαγγελματικό περιβάλλον.

Unités	Taches visées	Grammaire	Lexique
1	<ul style="list-style-type: none">• Parler d'une entreprise et de son organisation• Comprendre et donner des explications simples sur un processus de fabrication	<ul style="list-style-type: none">• Les comparatifs• Les indicateurs de temps du passé	<ul style="list-style-type: none">• Les commerces et les commerçants
2	<ul style="list-style-type: none">• Comprendre et rédiger un règlement simple	<ul style="list-style-type: none">• Les relatifs simples qui/ que• La forme active et la forme passive• Les verbes produire, construire, vendre, mettre, tenir	<ul style="list-style-type: none">• L'hygiène• Les personnes de l'entreprise
3	<ul style="list-style-type: none">• Comprendre et rédiger une offre d'emploi simple	<ul style="list-style-type: none">• La nominalisation• Le passé récent• Il y a / en / depuis / pendant	<ul style="list-style-type: none">• Les offres d'emploi
4	<ul style="list-style-type: none">• Rédiger un CV simple• Echanger lors d'un entretien professionnel	<ul style="list-style-type: none">• La forme négative• Le pronom relatif où• Les mots Interrogatifs composés• Les verbes connaître et savoir	<ul style="list-style-type: none">• Les différentes rubriques d'un CV
5	<ul style="list-style-type: none">• Participer à des actions et discussions concernant l'environnement de travail	<ul style="list-style-type: none">• Le pronom y• Le présent continu	<ul style="list-style-type: none">• Le mobilier de bureau• Le lexique familier du travail

6	<ul style="list-style-type: none"> • Comprendre et rédiger de brèves notes pour des besoins professionnels • Elaborer un programme et faire le point sur les actions en cours ou à venir 	<ul style="list-style-type: none"> • Le futur simple • Les pronoms COI 	<ul style="list-style-type: none"> • Les réunions
7	<ul style="list-style-type: none"> • Suivre des instructions sur une boîte vocale. • Effectuer des opérations bancaires simples 	<ul style="list-style-type: none"> • Le conditionnel de politesse • Le pronom en • Le gérondif 	<ul style="list-style-type: none"> • Les opérations bancaires
8	<ul style="list-style-type: none"> • Raconter un événement • Echanger sur un problème 	<ul style="list-style-type: none"> • Le passé composé 	<ul style="list-style-type: none"> • Les machines et les appareils
9	<ul style="list-style-type: none"> • Rédiger une lettre de réclamation 	<ul style="list-style-type: none"> • L'imparfait 	<ul style="list-style-type: none"> • Les inscriptions • Les sorties
10	<ul style="list-style-type: none"> • Faire connaissance avec de nouveaux collaborateurs • Faire un bilan simple de votre premier mois de travail • Echanger des conseils pour une bonne intégration dans l'entreprise 	<ul style="list-style-type: none"> • Les pronoms possessifs • Les expressions impersonnelles suivies de l'infinitif 	Des tâches professionnelles
11	Scénario Professionnel :	Journée d'intégration	
12	Revision Grammaire et Lexique		

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη

Tauzin, B., Dubois, A-L., 2006, *Objectif express 1*, Éd. Hachette, Paris.

Tauzin, B., Dubois, A-L., 2006, *Objectif express 1*, Cahier d'activités, Éd. Hachette, Paris.

Σωφρονίδου, Φ, 2025, Σημειώσεις για το μάθημα Γαλλική Γλώσσα II, Αθήνα.

Μέθοδος αξιολόγησης

Γραπτή εξέταση στο τέλος του εξαμήνου

Μέρος Α: Ασκήσεις κατανόησης κειμένου, γραμματικής και λεξιλογίου

Μέρος Β: Παραγωγή γραπτού λόγου.

5023 | ΓΑΛΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ III – Ενδιάμεσα Επιχειρησιακά Γαλλικά: Μέρος Α'

3ο Εξάμηνο

Όνομα διδάσκοντα: Φ. Σωφρονίδου

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Στόχος του μαθήματος είναι οι φοιτήτριες κι οι φοιτητές να έρθουν σε επαφή με σύνθετα γραμματικοσυντακτικά φαινόμενα και προχωρημένο λεξιλόγιο που χρησιμοποιείται σε επαγγελματικό περιβάλλον. Μέσα από μια σειρά ασκήσεων και τη μελέτη πρωτότυπων επιχειρησιακών κειμένων θα εξοικειωθούν με τη σύνταξη επιχειρησιακών εγγράφων και την αφομοίωση εξειδικευμένης ορολογίας σχετικής με τους τομείς της οικονομίας, του μάρκετινγκ, της πληροφορικής κ.α.

Semaines	Unités	Grammaire
1 -2	Acteurs économiques	La forme passive
3-4	Createurs d'entreprise	Les indicateurs de temps / L'hypothese
5-6	Ressources humaines	La formation du subjonctif
7-8	Marketing	Le discours



		rapporte
9-10	Correspondance professionnelle	La condition / La cause / La consequence / Le but
11-12	Resultats et tendances	la concession / L'opposition

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη

Penfornis, Jean-Luc, 2007, *Affaires.com* – niveau avancé, Éd. Clé International, Paris. Penfornis, Jean-Luc, 2007, *Affaires.com* – niveau avancé, cahier d'exercices, Éd. Clé International, Paris.

Σωφρονίδου, Φ, 2025, Σημειώσεις για το μάθημα Γαλλική Γλώσσα III, Αθήνα.

Μέθοδος αξιολόγησης

Γραπτή εξέταση στο τέλος του εξαμήνου

Μέρος Α: Ασκήσεις κατανόησης κειμένου, γραμματικής και λεξιλογίου

Μέρος Β: Παραγωγή γραπτού λόγου.

5024 | ΓΑΛΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ IV – Ενδιάμεσα Επιχειρησιακά Γαλλικά: Μέρος Β'

4^ο Εξάμηνο

Όνομα διδάσκοντα: Φ. Σωφρονίδου

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Η ύλη του μαθήματος περιλαμβάνει σύνθετες ασκήσεις ανάπτυξης γραπτού λόγου και λεξιλογίου. Έμφαση θα δοθεί στην κατανόηση και ανάλυση σύνθετων επιχειρησιακών κειμένων με στόχο τη συγγραφή δοκιμίων επιχειρηματολογίας. Παράλληλα, οι φοιτήτριες / φοιτητές θα εξοικειωθούν με τα βήματα της ερευνητικής διαδικασίας και συγγραφής επιστημονικών εργασιών.

Semaine	Unité
1	La méthodologie de l'essai
2	Les étapes de rédaction d'un essai et les outils nécessaires.
3	Méthodologie de recherche, techniques de recherche dans des documents imprimés et sur Internet
4	Les types d'essais : Un guide pour maîtriser chaque forme
5	Les essais persuasifs partie I
6	Les essais persuasifs partie II
7	Les essais narratifs
8	Les essais expositifs
9	Les essais descriptifs
10	Les essais argumentatifs
11	Citation des sources. Comment éviter le plagiat.
12	Revision

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη

Tegos, C., 2007, *Réussir la production écrite*, Éd. Tegos, Athènes.

Σωφρονίδου, Φ, 2025, Σημειώσεις για το μάθημα Γαλλική Γλώσσα IV, Αθήνα.

Μέθοδος αξιολόγησης

Γραπτή εξέταση στο τέλος του εξαμήνου (Πρωτότυπη παραγωγή δοκιμίου)



5025 | ΓΑΛΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ V – Επιχειρησιακή Αλληλογραφία και Επικοινωνία

5ο Εξάμηνο

Όνομα διδάσκοντα: Φ.Σωφρονίδου

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Στόχος του μαθήματος είναι να εξοικειωθούν οι φοιτήτριες/φοιτητές με τη σύνταξη εξειδικευμένων μορφών επιχειρησιακής αλληλογραφίας και με την παραγωγή προφορικού λόγου υψηλού επιπέδου για εξειδικευμένους επιχειρησιακούς σκοπούς. Όσον αφορά τον γραπτό λόγο, μέσα από τη μελέτη αυθεντικού υλικού, θα ασκηθούν στη συγγραφή διαφόρων τύπων επιστολών, υπομνημάτων, επιχειρηματικών προτάσεων κτλ. Όσον αφορά τον προφορικό λόγο, θα αναπτύξουν δεξιότητες διαπολιτισμικής προφορικής επαφής και επικοινωνίας, όπως οργάνωση και διεξαγωγή συσκέψεων, προωθήσεις προϊόντων, παρουσιάσεις προτάσεων, διαπραγματεύσεις κτλ.

Semaine	Unité
1	La communication d'entreprise : Types de communication d'entreprise orale / Types de communication d'entreprise écrite : Les situations, Les outils.
2	Réunion : Types de réunions – organisation, animation, participation,
3	Téléphone : préparatifs, prise de contact, complications, rendez-vous
4	Écrit 1 : Lettre d'affaires
5	Écrit 2 : Courrier électronique
6	Écrit 3 : Rapports, Lettre de couverture
7	Parler en Public 1 : Types de discours, Préparatifs, Introduction
8	Parler en Public 2 : Contenu
9	Négociation 1 : Situations
10	Négociation 2 : Strategies
11	Négociation 3 : Entres cultures
12	Révision

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη

Baril, D., 2008, *Techniques de l'expression écrite et orale*, Ed. Dalloz, Paris.

Penfornis, J-L, 2004, *Vocabulaire Progressif du Français des Affaires*, Ed. Clé, Paris.

Σωφρονίδου, Φ, 2025, Σημειώσεις για το μάθημα Γαλλική Γλώσσα V, Αθήνα.

5056 | ΓΑΛΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ VI – Επιχειρησιακή Ορολογία

8^ο Εξάμηνο, 6 ECTS

Όνομα διδάσκοντα: Φ. Σωφρονίδου

Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Μέσα από τη μελέτη και τη μετάφραση επιλεγμένων αυθεντικών επιχειρησιακών κείμενων και αποσπασμάτων από ακαδημαϊκά συγγράμματα, οι φοιτήτριες/ φοιτητές θα έρθουν σε επαφή με εξειδικευμένη επιχειρησιακή ορολογία. Στόχος των μαθημάτων είναι να κατανοήσουν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των κειμένων αυτών, να γνωρίσουν τις τεχνικές χειρισμού τους στη μετάφραση, να εξοικειωθούν με τη μεθοδολογία έρευνας και τεκμηρίωσης ορολογίας.



Ενότητες μαθήματος:

- La langue et l'économie : Les caractéristiques du français économique – Les types des textes économiques – L'évolution du français économique.
- Méthodologie de recherche : Les ressources du traducteur économique - Les dictionnaires spécialisés - Les bases de données terminologiques - Les textes parallèles - Les textes de référence.
- Méthodologie de traduction : Problématique de la traduction économique - les textes en traduction économique - Les difficultés de la traduction économique.
- Exploiter un texte : Lire, Réfléchir, Analyser, Traduire.
- Etapes clés pour créer un glossaire des termes.
- Traduction des textes dans le domaine de l'Économie, Comptabilité, Finance – Banque, Marketing, Assurances, Informatique, Union européenne. Création des glossaires.

Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη

2012, *Vocabulaire de l'économie et des finances*, Premier ministre Commission générale de terminologie et de néologie, Journal officiel.

Σωφρονίδου, Φ, 2025, Σημειώσεις για το μάθημα Γαλλική Γλώσσα VI, Αθήνα.

Μέθοδος αξιολόγησης

Γραπτή εξέταση στο τέλος του εξαμήνου (Ασκήσεις κατανόησης και μετάφρασης άγνωστου κειμένου με ορολογία που διδάχθηκε στο μάθημα.)

Γερμανική Γλώσσα

5031 | ΓΕΡΜΑΝΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ Ι - ΒΑΣΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ ΓΕΡΜΑΝΙΚΑ: ΜΕΡΟΣ Α'

1^ο Εξάμηνο

Διδάσκουσα: Ι. Ζήκου

Μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος

Η διδασκαλία επικεντρώνεται στην κατανόηση βασικών κειμένων επιχειρησιακού ενδιαφέροντος και βασικού λεξιλογίου καθώς και στους καθημερινούς διαλόγους και τις επαγγελματικές γνωριμίες στους εμπορικούς και βιομηχανικούς κλάδους, στην λειτουργία της επιχείρησης και στη διαδικασία της οργάνωσης και λειτουργίας εμπορικών και βιομηχανικών εκθέσεων. Στις τελευταίες παραδόσεις του 1^{ου} εξαμήνου γίνεται μια εισαγωγή στην δυϊκή ερμηνεία ενός διαφημιστικού κειμένου για ένα προϊόν ευρέος φάσματος.

Τρόπος παράδοσης (πρόσωπο με πρόσωπο, εκπαίδευση εξ αποστάσεως)

Εντός αίθουσας (πρόσωπο με πρόσωπο) 4 ώρες διδασκαλίας εβδομαδιαίως (2 ημέρες x 2 ώρες).

Προ-απαιτούμενα και συν-απαιτούμενα

Δεν υφίστανται.

Συνιστώμενες προαιρετικές εκπαιδευτικές συνιστώσες του προγράμματος σπουδών

Γνώσεις Γερμανικής Γλώσσας επιπέδου A2.

Περιεχόμενα του μαθήματος

1. Κατανόηση βασικών κειμένων επιχειρησιακού ενδιαφέροντος (επίπεδο B1)
2. Ανάπτυξη βασικού λεξιλογίου επιχειρησιακού ενδιαφέροντος (επίπεδο B1)
3. Βασικά θέματα γραμματικής/συντακτικού (επίπεδο B1)
4. Ορθή χρήση Γερμανικής Γλώσσας (επίπεδο B1)
5. Ανάπτυξη θεμάτων γραπτού λόγου (προτάσεις και μικρές παράγραφοι)

Συνιστώμενη ή απαιτούμενη βιβλιογραφία προς μελέτη

D.Macaire-G.Nicolas 2002.Wirtschaftsdeutsch für Anfänger-Grundstufe. Stuttgart .Klett Verlag

Σχεδιασμένες μαθησιακές δραστηριότητες και διδακτικές μέθοδοι

Διαλέξεις/συζητήσεις εντός αίθουσας και ασκήσεις για προετοιμασία στο σπίτι.

Μέθοδοι αξιολόγησης και κριτήρια

Μία 90λεπτη τελική γραπτή εξέταση.

5032 | ΓΕΡΜΑΝΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ ΙΙ - ΒΑΣΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ ΓΕΡΜΑΝΙΚΑ: ΜΕΡΟΣ Β'

2^ο Εξάμηνο

Διδάσκουσα: Ι. Ζήκου

Μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος

Στόχος του μαθήματος είναι να εισάγει τις βασικές έννοιες του management, του οικονομικού status, της διοίκησης επιχειρήσεων και να εξοικειώσει τους φοιτητές με τις τεχνικές της αγοράς εργασίας (μέσω της σύνταξης υποβολής υποψηφιότητας σε προκήρυξη θέσης όπως επίσης και βιογραφικού σημειώματος), με το εργασιακό περιβάλλον (ανεργία – interview προσλήψεως – διοίκηση προσωπικού) καθώς επίσης με τις τραπεζικές συναλλαγές και τους ισολογισμούς. Γραμματική, συντακτικό, ασκήσεις, εκφορά προφορικού λόγου και σύνταξη γραπτού λόγου (βιογραφικό, αίτηση).



Τρόπος παράδοσης (πρόσωπο με πρόσωπο, εκπαίδευση εξ αποστάσεως)

Εντός αίθουσας (πρόσωπο με πρόσωπο) 4 ώρες διδασκαλίας εβδομαδιαίως (2 ημέρες x 2 ώρες).

Συνιστώμενες προαιρετικές εκπαιδευτικές συνιστώσες του προγράμματος σπουδών

Γνώσεις Γερμανικής Γλώσσας επιπέδου B1.

Περιεχόμενα του μαθήματος

1. Εισαγωγή στις βασικές έννοιες του Management.
2. Εισαγωγή στις βασικές έννοιες της Διοίκησης Επιχειρήσεων.
3. Τηλεπικοινωνίες- Online υπηρεσίες.
4. Σύνολο μεταφορικών εργασιών – συνοδευτικά έγγραφα – δασμοί.
5. Οικονομικές ειδήσεις –ετήσιες εκθέσεις οικονομικής κατάστασης –ισολογισμός.
6. Πολιτική προσωπικού – συμμετοχική διοίκηση – μόρφωση , επαγγελματική εκπαίδευση – τρόποι συμμετοχής σε επιμορφωτικά σεμινάρια.
7. Αγορά εργασίας – βιογραφικό σημείωμα – αίτηση υποψηφιότητας.

Συνιστώμενη ή απαιτούμενη βιβλιογραφία προς μελέτη

D.Macaire-G.Nicolas 2002.Wirtschaftsdeutsch für Anfänger-Aufbaustufe. Stuttgart .Klett Verlag

Σχεδιασμένες μαθησιακές δραστηριότητες και διδακτικές μέθοδοι

Διαλέξεις/συζητήσεις εντός αίθουσας και ασκήσεις για προετοιμασία στο σπίτι.

Μέθοδοι αξιολόγησης και κριτήρια

Μία 90λεπτη τελική γραπτή εξέταση.

5033| ΓΕΡΜΑΝΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ ΙΙΙ - ΕΝΔΙΑΜΕΣΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ ΓΕΡΜΑΝΙΚΑ: ΜΕΡΟΣ Α'

3^ο Εξάμηνο

Διδάσκουσα: Ι. Ζήκου

Μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος

Η ύλη του 3^{ου} εξαμήνου πραγματεύεται τις συνθήκες και τους παράγοντες παραγωγής με εκτενή αναφορά σε παραγωγικούς κλάδους και τομείς μιας κυρίως βιομηχανικής χώρας (Γερμανία) πχ. η λειτουργία ενός υλοτομείου, μιας αυτοκινητοβιομηχανίας. Στο σύνολο των θεματικών ενοτήτων καλύπτονται όλα σχεδόν τα πεδία τα οποία επηρεάζουν και άπτονται της οικονομικής δραστηριότητας μιας κοινωνίας άμεσα όπως λιανικό εμπόριο, χρηματιστήριο, εμπορική αλληλογραφία, αξιόγραφα και γραμμάτια, υπολογισμός κόστους, φορολογία ή έμμεσα όπως ανακύκλωση, ρυμοτομία πόλεων, συγκοινωνίες και μεταφορές, προστασία περιβάλλοντος. Όλα αυτά με αναφορά στην τάση παγκοσμιοποίησης και διεθνοποίησης του marketing και με παράλληλα επίκαιρα κείμενα από έγκριτες βιβλιογραφικές πηγές και φορείς (στοιχεία από Οικονομικά και Βιομηχανικά Επιμελητήρια).

Τρόπος παράδοσης (πρόσωπο με πρόσωπο, εκπαίδευση εξ αποστάσεως)

Εντός αίθουσας (πρόσωπο με πρόσωπο) 4 ώρες διδασκαλίας εβδομαδιαίως (2 ημέρες x 2 ώρες).

Περιεχόμενα του μαθήματος



Η ύλη του προγράμματος καλύπτει τα εξής πεδία :

- Συνθήκες και παράγοντες παραγωγής
- Παραγωγικοί κλάδοι και τομείς
- Λειτουργία μιας βιομηχανίας
- Αξιόγραφα- γραμμάτια –χρηματιστήριο
- Λιανικό εμπόριο
- Ρυμοτομία πόλεων – συγκοινωνίες και μεταφορές (σχεδιασμός)
- Ανακύκλωση και προστασία περιβάλλοντος
- Παγκοσμιοποίηση και διεθνοποίηση του marketing
- Εισαγωγή - εξαγωγή – επανεισαγωγή - φορολόγηση
- Φορολογία – όροι πληρωμών και προμηθειών
- Στοιχεία από Οικονομικά και Βιομηχανικά Επιμελητήρια
- Μελέτη σε ελληνικές και γερμανικές οικονομικές μονάδες
 - Νομοθεσία Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Συνιστώμενη ή απαιτούμενη βιβλιογραφία προς μελέτη

ürgen Bolten – Elvira Gehrke 2003. Marktchance Wirtschaftsdeutsch-Mittelstufe 1 . Stuttgart .Klett Verlag

Σχεδιασμένες μαθησιακές δραστηριότητες και διδακτικές μέθοδοι

Διαλέξεις/συζητήσεις εντός αίθουσας και ασκήσεις για προετοιμασία στο σπίτι.

Μέθοδοι αξιολόγησης και κριτήρια

Μία 90λεπτη τελική γραπτή εξέταση.

5034 | ΓΕΡΜΑΝΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ IV - ΕΝΔΙΑΜΕΣΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ ΓΕΡΜΑΝΙΚΑ: ΜΕΡΟΣ Β'

4^ο Εξάμηνο

Διδάσκουσα: Ι. Ζήκου

Μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος

Διδακτικός στόχος του εξαμήνου είναι η βελτιστοποίηση της ικανότητας του φοιτητή να ενεργεί σε οικονομικό περιβάλλον. Εκτός από τα θεματικά πεδία των χρηματοδοτήσεων, των επενδύσεων, της έρευνας αγοράς και marketing, της επικοινωνίας και τεχνολογίας, της οργάνωσης πωλήσεων, της μερικής απασχόλησης και του εξωτερικού εμπορίου, η ιδιαιτερότητα σ' αυτό το εξάμηνο είναι ότι τα κείμενα και η διδακτική «ροή» του βιβλίου βασίζονται στο «στήσιμο» μίας επιχείρησης μέσα από μια συνεχή ροή δράσης. Ενδιαφέρον παρουσιάζει η προφορική παρουσίαση των κατάλληλων συνθηκών και παραγόντων καθώς και η επιχειρηματολογία για το στήσιμο μιας επιχείρησης όπως και η μετέπειτα συζήτηση.

Τρόπος παράδοσης (πρόσωπο με πρόσωπο, εκπαίδευση εξ αποστάσεως)

Εντός αίθουσας (πρόσωπο με πρόσωπο) 4 ώρες διδασκαλίας εβδομαδιαίως (2 ημέρες x 2 ώρες).

Περιεχόμενα του μαθήματος

Η ύλη του προγράμματος καλύπτει τα εξής πεδία :

- Μορφές επιχειρήσεων
- Φόροι και εισφορές
- Μισθολογικές επιβαρύνσεις – οργάνωση επιχείρησής -οργανόγραμμα
- Χρηματοδοτήσεις ,επενδύσεις
- Marketing – έρευνα αγοράς



- Επικοινωνία και Τεχνολογία
- Επιχειρήσεις – πλάνο παραγωγής
- Εργασιακές σχέσεις (Νόμοι , Κανονισμοί) – μερική απασχόληση
- Οργάνωση πωλήσεων
- Λογιστική
- Εξωτερικό εμπόριο
- Διεθνείς χρηματοπιστωτικές συναλλαγές
- Εκφορά προφορικού και γραπτού λόγου (διαφήμιση, εμπορικές & βιομηχανικές εκθέσεις , εμπορική αλληλογραφία)

Συνιστώμενη ή απαιτούμενη βιβλιογραφία προς μελέτη

Jürgen Bolten 1999. Marktchance Wirtschaftsdeutsch-Mittelstufe 2. Stuttgart .Klett Verlag

Σχεδιασμένες μαθησιακές δραστηριότητες και διδακτικές μέθοδοι

Διαλέξεις/συζητήσεις εντός αίθουσας και ασκήσεις για προετοιμασία στο σπίτι.

Μέθοδοι αξιολόγησης και κριτήρια

Μία 90λεπτη τελική γραπτή εξέταση.

5035| ΓΕΡΜΑΝΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ V - ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΑΛΛΗΛΟΓΡΑΦΙΑ & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

5^ο Εξάμηνο

Διδάσκουσα: Ι. Ζήκου

Μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος

Το μάθημα φιλοδοξεί να αναπτύξει στους φοιτητές δεξιότητες χειρισμού προφορικού και γραπτού λόγου σε υψηλότατο επίπεδο για εξειδικευμένους επιχειρησιακούς σκοπούς. Όσον αφορά τον γραπτό λόγο, οι φοιτητές εξοικειώνονται με τη συγγραφή διαεταιρικών επιστολών, ενδοεταιρικών υπομνημάτων, επιχειρηματικών προτάσεων, εταιρικών απολογισμών και υπηρεσιακών αναφορών για ένα πλήθος επιχειρησιακών περιστάσεων. Όσον αφορά τον προφορικό λόγο, οι φοιτητές εξασκούνται στην ενδοεταιρική και διαεταιρική επικοινωνία, με στόχο την ορθή κατανόηση της επικοινωνιακής δυναμικής μικρών ή μεγάλων ομάδων εργασιών, την οργάνωση και διεξαγωγή συσκέψεων με χρήση οπτικοακουστικών μέσων και την παρουσίαση προτάσεων/συμπερασμάτων σε τοπικό ή παγκοσμιοποιημένο ακροατήριο

Τρόπος παράδοσης (πρόσωπο με πρόσωπο, εκπαίδευση εξ αποστάσεως)

Εντός αίθουσας (πρόσωπο με πρόσωπο) 4 ώρες διδασκαλίας εβδομαδιαίως (2 ημέρες x 2 ώρες).

Περιεχόμενα του μαθήματος

Η ύλη του προγράμματος καλύπτει τους παρακάτω τομείς :

Επικοινωνία

- Διαπολιτισμικές σχέσεις και η σημασία τους στην οικονομία
- Η έννοια της κουλτούρας
- Σύγκριση συμπεριφορών διαφορετικής κουλτούρας
- Επικοινωνία μεταξύ διαφορετικών κουλτούρων
- Συνάντηση ατόμων διαφορετικής κουλτούρας
- Η γλώσσα του σώματος
- Τρόποι συμπεριφοράς και σκέψης ατόμων διαφορετικής κουλτούρας



- Υπέρβαση δυσκολιών που ανάγονται στη διαφορετική κουλτούρα
- Διείσδυση στις άλλες κουλτούρες
- Τρόποι και δυνατότητες απόκτησης διαπολιτισμικής συμπεριφοράς

Εμπορική αλληλογραφία

- Δομή και παρουσίαση
- Περιεχόμενο και στυλ (τεχνοτροπία)
- Έρευνες/παραγγελίες/απαντήσεις και προσφορές (τρέχουσες τιμές, παραπομπές κ.λπ.)
- Πληρωμές/ παράπονα και ρυθμίσεις
- Ηλεκτρονική αλληλογραφία/επικοινωνία με εταιρείες
- Σχεδιασμός αναφορών και προτάσεων:
- Διαφορές μεταξύ άτυπων και αναλυτικών εκθέσεων
- Σχεδιασμός αναλυτικών εκθέσεων (αναφορών):

Συνιστώμενη ή απαιτούμενη βιβλιογραφία προς μελέτη

- M.KIESEL/R.ULSAMER 2000. Interkulturelle Kompetenz für Wirtschaftsstudierende. Conelsen Verlag, Berlin
- G.NICOLAS/ M.SPRENGER/ W.WEERMANN 1999. Wirtschaft-Auf Deutsch, Stuttgart .Klett Verlag
- R.SACHS 2001. Deutsche Handelskorrespondenz, Max Hueber
- J.WERGEN/ ANNETTE WÖRNER 2009 Im Griff Bürokommunikation DEUTSCH. Ernst Klett Sprachen.
- G.NEUMAYER/ U.RUDOLPH 2000. Geschäftskorrespondenz von A bis Z. Humboldt-Taschenbuchverlag Jacobi KG.

Σχεδιασμένες μαθησιακές δραστηριότητες και διδακτικές μέθοδοι

Διαλέξεις/συζητήσεις εντός αίθουσας, παρουσιάσεις φοιτητών και εργασίες για προετοιμασία στο σπίτι.

Μέθοδοι αξιολόγησης και κριτήρια

Η εξέταση του μαθήματος θα γίνει μέσω μιας τελικής γραπτής εξέτασης.

5066 | ΓΕΡΜΑΝΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ VI - ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΟΡΟΛΟΓΙΑ

6^ο Εξάμηνο

Διδάσκουσα: Ι. Ζήκου

Μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος

Βασισμένο σε ένα ευρύ φάσμα προσεκτικά επιλεγμένων κειμένων τόσο από τον χώρο της αγοράς (επαγγελματικά κείμενα) όσο και από τον ακαδημαϊκό χώρο (επιστημονική βιβλιογραφία), το μάθημα φιλοδοξεί να εκθέσει τους φοιτητές στην εξειδικευμένη επιχειρησιακή ορολογία που είναι απαραίτητο να γνωρίζουν ώστε: α) να λειτουργούν επιτυχώς στο σύγχρονο επιχειρησιακό περιβάλλον, και β) να παρακολουθήσουν απρόσκοπτα μεταπτυχιακά προγράμματα σπουδών στην Γερμανική Γλώσσα. Μέσω εκτενούς και σε βάθος ανάλυσης εξειδικευμένων σημασιολογικών πεδίων, οι φοιτητές είναι σε θέση να κατανοούν, αποκωδικοποιούν και αναπαράγουν κείμενα πλούσια σε εξειδικευμένη επιχειρησιακή ορολογία προς/από την Γερμανική/Ελληνική Γλώσσα. Στο τέλος του Εξαμήνου δίνονται οδηγίες για τη συγγραφή επιστημονικής εργασίας.

Τρόπος παράδοσης (πρόσωπο με πρόσωπο, εκπαίδευση εξ αποστάσεως)

Εντός αίθουσας (πρόσωπο με πρόσωπο) 4 ώρες διδασκαλίας εβδομαδιαίως (2 ημέρες x 2 ώρες).

Περιεχόμενα του μαθήματος

- Ορολογία Οικονομικής/ Μακροοικονομικής
- Ορολογία Λογιστικής
- Ορολογία Εταιρικού Δικαίου
- Ορολογία Διοίκησης Επιχειρήσεων
- Ορολογία Μάρκετινγκ
- Ορολογία Ευρωπαϊκής Ένωσης
- Συγγραφή επιστημονικής εργασίας

Συνιστώμενη ή απαιτούμενη βιβλιογραφία προς μελέτη

1. Βασικές έννοιες της οικονομίας και τρόποι λειτουργίας μιας επιχείρησης- Επιχειρησιακή Ορολογία Μονογραφία (Ι.Ζήκου)
2. G.NICOLAS/ M.SPRENGER/ W.WEERMANN 1999. Wirtschaft-Auf Deutsch, Stuttgart .Klett Verlag
3. Anleitungen zum Schreiben einer wissenschaftlichen Arbeit (Διδασκαλία, υποδείξεις για τη συγγραφή επιστημονικής εργασίας. Σημειώσεις Ι. Ζήκου)

Σχεδιασμένες μαθησιακές δραστηριότητες και διδακτικές μέθοδοι

Διαλέξεις/συζητήσεις εντός αίθουσας και ασκήσεις για προετοιμασία στο σπίτι.

Γ.ΜΕΡΟΣ ΤΡΙΤΟ: ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΦΟΙΤΗΤΕΣ

Γενικές Πληροφορίες για τους Φοιτητές

Το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών δίνει έμφαση όχι μόνο στην παροχή εκπαίδευσης υψηλής ποιότητας, αλλά και στην παροχή υπηρεσιών υψηλού επιπέδου προς τους/τις φοιτητές/τριες.

Γ1. Φοιτητική Λέσχη

Με την έκδοση του ΠΔ 387/83 και του Νόμου 1404/83, ορίζεται η λειτουργία, οργάνωση, διοίκηση Φοιτητικών Λεσχών στα ΑΕΙ με σκοπό τη βελτίωση των βιοτικών συνθηκών των φοιτητών του Ιδρύματος, την ψυχαγωγία και την προαγωγή της κοινωνικής και πνευματικής τους μόρφωσης με διαδικασίες και πρωτοβουλίες συμμετοχής κοινωνικοποίησης.

Η εκπλήρωση του σκοπού αυτού επιδιώκεται με εξασφάλιση της απαραίτητης υλικοτεχνικής υποδομής για στέγαση, σίτιση, άθληση των φοιτητών, με τη λειτουργία εστιατορίου, κυλικείου, αναγνωστηρίου, βιβλιοθήκης, την οργάνωση διαλέξεων, συναυλιών, θεατρικών παραστάσεων και εκδρομών στο εσωτερικό και εξωτερικό, με την ανάπτυξη διεθνών φοιτητικών σχέσεων, τη διδασκαλία ξένων γλωσσών και πληροφορικής και της Νεοελληνικής ως ξένης γλώσσας για τους αλλοδαπούς και ομογενείς φοιτητές και με την παροχή κάθε άλλου μέσου και τρόπου.

Αναλυτικές πληροφορίες για: α) τη σίτιση και στέγαση, β) τις ξένες γλώσσες, γ) τις αθλητικές και πολιτιστικές δραστηριότητες και δ) τα επιδόματα και τις υποτροφίες, παρέχονται στην ιστοσελίδα της Φοιτητικής Λέσχης (<https://lesxi.aueb.gr/>).

Γ2. Ηλεκτρονικές Υπηρεσίες

Σημαντικός αριθμός διαδικασιών, που συνδέονται τόσο με τη φοίτηση όσο και με τη φοιτητική μέριμνα, πραγματοποιούνται με ηλεκτρονικά μέσα από εφαρμογές του Πανεπιστημίου ή του Υπουργείου Παιδείας, Θρησκευμάτων και Αθλητισμού. Οι εφαρμογές είναι προσβάσιμες με τους ίδιους κωδικούς (username & password) και περιγράφονται παρακάτω:

- **Ηλεκτρονικό Ταχυδρομείο (e-mail):**

Όλοι οι φοιτητές αποκτούν λογαριασμό ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail) της μορφής «*username@aub.gr*». Η πρόσβαση στο e-mail γίνεται με το «*username/password*» του ακαδημαϊκού τους λογαριασμού. Αναλυτικές οδηγίες για τη χρήση της υπηρεσίας Webmail παρέχονται στη διεύθυνση: <https://www.aueb.gr/el/content/webmail-manual>

- **Φοιτητολόγιο (e-Γραμματεία)**

Η εφαρμογή [Ηλεκτρονική Γραμματεία](#) είναι το πληροφοριακό σύστημα μέσα από το οποίο οι φοιτητρίες και οι φοιτητές έχουν τη δυνατότητα να εξυπηρετούνται από τη Γραμματεία του Τμήματος μέσω web.



- **Πλατφόρμα Τηλεκπαίδευσης (eCLASS)**

Η πλατφόρμα Open eClass είναι ένα ολοκληρωμένο Σύστημα Διαχείρισης Ηλεκτρονικών Μαθημάτων και αποτελεί την πρόταση του Ακαδημαϊκού Διαδικτύου (GUnet) για την υποστήριξη Υπηρεσιών Ασύγχρονης Τηλεκπαίδευσης.

Οδηγίες χρήσης παρέχονται στη διεύθυνση: <https://eclass.aueb.gr/info/manual.php>

- **Ασύρματο δίκτυο στο Πανεπιστήμιο (WiFi)**

Χρησιμοποιώντας τους προσωπικούς κωδικούς τους, οι φοιτητές/τριες έχουν πρόσβαση σε ασύρματο δίκτυο σε όλους του χώρους του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών. Περισσότερες πληροφορίες μπορείτε να βρείτε στο παρακάτω σύνδεσμο:

[Οδηγίες για WiFi](#)

- **Εικονικό Ιδιωτικό Δίκτυο (VPN)**

Αν επιθυμείτε να χρησιμοποιήσετε υπηρεσίες, όπως οι πηγές βιβλίων/περιοδικών της βιβλιοθήκης του ΟΠΑ, πρέπει να συνδέσετε τον υπολογιστή σας στην υπηρεσία VPN του ΟΠΑ.

Οδηγίες μπορείτε να βρείτε στο σύνδεσμο: <https://www.aueb.gr/content/vpn-service>

- **Πρόγραμμα «ΕΥΔΟΞΟΣ»**

Χρησιμοποιώντας τους προσωπικούς κωδικούς τους, οι φοιτητές/τριες έχουν πρόσβαση στο σύστημα «Εύδοξος», το οποίο αφορά στην αυτοματοποίηση της επιλογής και διανομής των συγγραμμάτων των μαθημάτων για όλα τα ΑΕΙ. Μέσω της [Ηλεκτρονικής Υπηρεσίας Ολοκληρωμένης Διαχείρισης Συγγραμμάτων και Λοιπών Βοηθημάτων \(Εύδοξος\)](#), οι φοιτητές/τριες μπορούν να επιλέγουν το σύγγραμμα που επιθυμούν σε κάθε μάθημα και να ενημερώνονται για τον τόπο και χρόνο παραλαβής του.

- **Επικοινωνία – Ενημέρωση – Σύνδεση με την Κοινότητα του ΟΠΑ**

Στα επίσημα κανάλια του ΟΠΑ, που θα βρείτε στη σελίδα: <https://www.aueb.gr/el/content/social-media-aueb>, ενημερωθείτε για τα νέα και τις δράσεις του Πανεπιστημίου και επικοινωνήστε με την Κοινότητα.

Το «*AUEB Cast*», περιλαμβάνει «webcasts» και «podcasts», με περιεχόμενο που ενδιαφέρει την πανεπιστημιακή κοινότητα αλλά και το ευρύ κοινό, όπως: θέματα επιχειρηματικότητας, καινοτομίας, τεχνολογίας, και κοινωνικής ευθύνης. Μπορείτε να βρείτε τις εκπομπές στη σελίδα: <https://www.aueb.gr/el/content/aueb-cast>.

Το ΟΠΑ πρωτοπορεί με τη «*3D Εφαρμογή Εικονικής Περιήγησης (Virtual Walkthrough)*» που προσφέρει μοναδική εμπειρία ξενάγησης στους χώρους του Πανεπιστημίου, βελτιώνοντας την προσβασιμότητα. Δείτε το «Virtual Walkthrough» στη σελίδα: <https://www.aueb.gr/el/content/egkatastaseis>.

Στη σελίδα <https://www.aueb.gr/el/opanews> μπορείτε να βρείτε την εφημερίδα «*ΟΠΑ News*», που κυκλοφορεί τακτικά με το «Βήμα της Κυριακής» και περιλαμβάνει ειδικά αφιερώματα και άρθρα σε σύγχρονα και ενδιαφέροντα θέματα.

- **Εφαρμογή “myAUEB”**

Η εφαρμογή προπτυχιακών σπουδών, που συνδέεται με τα πληροφοριακά συστήματα του Πανεπιστημίου και με εξωτερικά πληροφοριακά συστήματα, παρέχει στο/η φοιτητή/τρια πληροφόρηση για ένα ευρύ φάσμα υπηρεσιών και δυνατοτήτων, όπως: ψηφιακή επικοινωνία με τη γραμματεία του Τμήματος για την αποστολή αιτημάτων,



σύνδεση με e-class και e-Γραμματεία, σύνδεση με Social Media του ΟΠΑ κτλ. Περισσότερες πληροφορίες μπορείτε να βρείτε στο σύνδεσμο: <https://www.myaeubapp.gr/>

Γ3. Ιατρικές Υπηρεσίες, Ασφάλιση/Υγειονομική Περιθαλψη

Οι προπτυχιακοί, μεταπτυχιακοί φοιτητές, καθώς και οι υποψήφιοι διδάκτορες του Πανεπιστημίου, που δεν έχουν άλλη ιατροφαρμακευτική και νοσοκομειακή περίθαλψη, δικαιούνται πλήρη ιατροφαρμακευτική και νοσοκομειακή περίθαλψη στο Εθνικό Σύστημα Υγείας (Ε.Σ.Υ.) με κάλυψη των σχετικών δαπανών από τον Εθνικό Οργανισμό Παροχής Υπηρεσιών Υγείας (Ε.Ο.Π.Υ.Υ.). Στο Πανεπιστήμιο λειτουργεί και η υπηρεσία Συμβούλου Ψυχικής Υγείας, όπου απασχολείται ιατρός ειδικευμένη στη ψυχοδυναμική αντιμετώπιση των θεμάτων ψυχικής υγείας (<https://www.aueb.gr/el/content/ypiresia-symvoulou-psyhikis-ygeias>). Περισσότερες πληροφορίες μπορείτε να βρείτε στην ιστοσελίδα <https://www.aueb.gr/el/content/medicalservices>.

Γ4. Υπηρεσίες για Φοιτητές με Ειδικές Ανάγκες

Το Ίδρυμα μεριμνά για την διευκόλυνση των φοιτητών/τριών με ειδικές ανάγκες, μέσω του σχεδιασμού, της υλοποίησης και της εφαρμογής προσαρμογών στο περιβάλλον, για την πρόσβαση στις πανεπιστημιακές κτιριακές εγκαταστάσεις. Ειδικότερα, στο κεντρικό κτίριο υπάρχουν ειδικά διαμορφωμένα ανυψωτικά μηχανήματα, ράμπες καθώς και ανελκυστήρες. Επίσης υπάρχουν ειδικοί κανονισμοί διεξαγωγής εξετάσεων για φοιτητές με ειδικές ανάγκες.

Στο Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών έχει συσταθεί Επιτροπή Ισότιμης Πρόσβασης ατόμων με αναπηρία και ατόμων με ειδικές εκπαιδευτικές ανάγκες. Η Επιτροπή αποτελεί συμβουλευτικό όργανο και έχει ως αποστολή την υποβολή εισηγήσεων στα αρμόδια όργανα για τη χάραξη και την εφαρμογή της πολιτικής ισότιμης πρόσβασης των ατόμων με αναπηρία και ατόμων με ειδικές εκπαιδευτικές ανάγκες.

Επιπλέον, το Πανεπιστήμιο διαθέτει ειδικό όχημα, το οποίο θα εξυπηρετεί τις καθημερινές ανάγκες φοιτητών/τριών που αντιμετωπίζουν δυσκολίες μετακίνησης, παραλαμβάνοντάς τους από το χώρο διαμονή τους και μεταφέροντάς τους στις εγκαταστάσεις του ΟΠΑ προκειμένου να παρακολουθούν δια ζώσης τις διαλέξεις στα αμφιθέατρα. Η πρωτοπόρα αυτή ενέργεια προσφέρεται από το ακαδημαϊκό έτος 2024-2025.

Παράλληλα, μέσω των υπηρεσιών της Βιβλιοθήκης του ΟΠΑ, παρέχεται στους φοιτητές με εντυπο-αναπηρία η δυνατότητα ηλεκτρονικής πρόσβασης στην προτεινόμενη ελληνική βιβλιογραφία των μαθημάτων που διδάσκονται στο Πανεπιστήμιο. Στα πλαίσια αυτά έχει αναπτυχθεί από το Σύνδεσμο Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών (Σ.Ε.Α.Β.) πολυτροπική ηλεκτρονική βιβλιοθήκη με την ονομασία [AMELib](https://www.aueb.gr/el/lib/content/αμεα-άτομα-με-ιδιαίτερες-ανάγκες). Περισσότερες πληροφορίες παρέχονται στην ιστοσελίδα: <https://www.aueb.gr/el/lib/content/αμεα-άτομα-με-ιδιαίτερες-ανάγκες>.



Γ5. Καθηγητής-Σύμβουλος ή Σύμβουλος Σπουδών

Σε κάθε Τμήμα ορίζεται Καθηγητής-Σύμβουλος, διορισμένος από τη Συνέλευση του Τμήματος, με αρμοδιότητα να κατευθύνει και να συμβουλεύει τους φοιτητές σχετικά με τις σπουδές τους. Οι Καθηγητές – Σύμβουλοι (μέλη ΔΕΠ και ΕΔΙΠ) δέχονται τους φοιτητές για απορίες και συμβουλές αναφορικά με την εκπαιδευτική διαδικασία σε μέρες και ώρες που ανακοινώνονται έξω από το γραφείο του Καθηγητή-Σύμβουλου.

Γ6. Σπουδαστήρια - Αναγνωστήρια – Βιβλιοθήκες

Στο κεντρικό κτίριο λειτουργεί Βιβλιοθήκη και Κέντρο Πληροφόρησης (ΒΚΠ) για την εξυπηρέτηση όλων των μελών της πανεπιστημιακής κοινότητας. Η ΒΚΠ συμμετέχει στο Σύνδεσμο Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών (Heal-LINK) και στο Δίκτυο Συνεργασίας Οικονομικών Βιβλιοθηκών (ΔΙ.Ο.ΒΙ.) Επίσης λειτουργούν τρία Κέντρα Τεκμηρίωσης (ΚΕΤ, ΟΟΣΑ, ΠΟΤ).

Η Βιβλιοθήκη και Κέντρο Πληροφόρησης συμβάλλει καθοριστικά τόσο στην κάλυψη των αναγκών για την επιστημονική πληροφόρηση της πανεπιστημιακής κοινότητας όσο και στην υποστήριξη του διδακτικού και ερευνητικού έργου, παρέχοντας πρόσβαση:

- στην έντυπη συλλογή βιβλίων και επιστημονικών περιοδικών,
- στα συγγράμματα που διδάσκονται στα μαθήματα,
- στη συλλογή ηλεκτρονικών επιστημονικών περιοδικών και βιβλίων,
- στις μεταπτυχιακές εργασίες και διδακτορικές διατριβές που εκπονούνται στο ΟΠΑ και κατατίθενται σε ψηφιακή μορφή στο ιδρυματικό αποθετήριο ΠΥΞΙΔΑ,
- σε κλαδικές μελέτες,
- στις στατιστικές σειρές από εθνικούς και διεθνείς οργανισμούς,
- σε οπτικοακουστικό υλικό,
- πληροφοριακό υλικό (εγκυκλοπαίδειες, λεξικά),
- σε βάσεις δεδομένων στα θέματα που καλλιεργεί το Πανεπιστήμιο,
- σε έντυπες συλλογές άλλων ακαδημαϊκών βιβλιοθηκών.

Η Βιβλιοθήκη είναι δανειστική για τα μέλη της, σε όλες τις έντυπες συλλογές της, εκτός των συλλογών των περιοδικών και των στατιστικών σειρών, σύμφωνα με τον εσωτερικό κανονισμό λειτουργίας της. Η ΒΚΠ του ΟΠΑ διαθέτει αναγνωστήριο, σταθμούς εργασίας Η/Υ για τους επισκέπτες, φωτοτυπικά και εκτυπωτικά μηχανήματα, ενώ παρέχει τη δυνατότητα διαδανεισμού βιβλίων και άρθρων περιοδικών από άλλες ακαδημαϊκές βιβλιοθήκες που αποτελούν μέλη των δικτύων στα οποία συμμετέχει. Περισσότερες πληροφορίες μπορείτε να βρείτε στην ιστοσελίδα της Βιβλιοθήκης (<https://www.aueb.gr/el/library>).

Γ7. Μονάδα Υποστήριξης Φοιτητών/τριών

Στη Μονάδα λειτουργούν τα ακόλουθα γραφεία:

α) Πρακτικής Άσκησης και Διασύνδεσης, το οποίο απευθύνεται στους φοιτητές/τριες και αποφοίτους των προπτυχιακών και μεταπτυχιακών προγραμμάτων σπουδών του Ιδρύματος.

β) Υποστήριξης Αλλοδαπών Φοιτητών/τριών και Κινητικότητας, που απευθύνεται στους αλλοδαπούς φοιτητές/τριες που εγγράφονται σε προγράμματα σπουδών πρώτου,



δεύτερου και τρίτου κύκλου και στους φοιτητές/τριες που ενδιαφέρονται να συμμετάσχουν σε προγράμματα κινητικότητας.

Γ8. Μονάδα Μεταφοράς Τεχνολογίας και Καινοτομίας

Διακριτικός τίτλος της μονάδας είναι «Κέντρο Επιχειρηματικότητας, Καινοτομίας και Μεταφοράς Τεχνολογίας» (<https://acein.aueb.gr/>). Στη μονάδα λειτουργούν:

α) Το Γραφείο Μεταφοράς Τεχνολογίας και

β) Η Θερμοκοιτίδα.

Αντικείμενο της Μονάδας Μεταφοράς Τεχνολογίας και Καινοτομίας είναι η ενίσχυση της ερευνητικής ικανότητας του Ιδρύματος, η διασύνδεσή του με τη βιομηχανία, η μεταφορά της γνώσης που παράγεται προς την κοινωνία και η καλλιέργεια της ιδέας της επιχειρηματικότητας εντός της ακαδημαϊκής κοινότητας.

Οι γενικές αρμοδιότητες της μονάδας, ως προς τους φοιτητές/τριες του Πανεπιστημίου, είναι:

α) η εκπαίδευση των φοιτητών/τριών σε θέματα μεταφοράς τεχνολογίας, επιχειρηματικότητας και ανάπτυξης των ερευνητικών αποτελεσμάτων με σκοπό την εμπορική τους αξιοποίηση.

β) η παροχή εξειδικευμένων συμβουλευτικών υπηρεσιών προς τους φοιτητές/τριες του Ιδρύματος σε θέματα που άπτονται των αρμοδιοτήτων της μονάδας.

γ) η ανάπτυξη δεξιοτήτων των φοιτητών/τριών στην επιχειρηματικότητα μέσω διαγωνισμών, εξειδικευμένων σεμιναρίων, θερινού σχολείου επιχειρηματικότητας κλπ.

δ) η υποστήριξη της διαδικασίας δημιουργίας επιχειρηματικών ομάδων και της ίδρυσης / ανάπτυξης νεοφυών επιχειρήσεων, που αξιοποιούν αναδυόμενες επιχειρηματικές ευκαιρίες και ιδρύονται από φοιτητές/τριες ή αποφοίτους του ΟΠΑ, καθώς και η υποστήριξη της διαδικασίας ένταξής του στο Εθνικό Μητρώο Νεοφυών Επιχειρήσεων της ομώνυμης Ανώνυμης Εταιρείας (ΑΕ).

Γ9. Φοιτητικοί Σύλλογοι

Στην πανεπιστημιακή κοινότητα του ΟΠΑ δραστηριοποιούνται και αναπτύσσονται διάφορες Οργανώσεις και Σύλλογοι φοιτητών: <https://www.aueb.gr/el/content/σύλλογοι-φοιτητών>.

Γ10. Δίκτυο Αποφοίτων

Τηρώντας μια μακρά παράδοση στην ανάδειξη κορυφαίων στελεχών στην οικονομική, κοινωνική και πολιτική ζωή της χώρας, το ΟΠΑ είναι περήφανο για το γεγονός ότι χιλιάδες απόφοιτοί του κατέχουν ηγετικές θέσεις σε πανεπιστήμια της χώρας και του εξωτερικού, σε διεθνή ερευνητικά ινστιτούτα και οργανισμούς και σε μεγάλες εταιρείες του δημοσίου και ιδιωτικού τομέα. Κατανοώντας τη σημασία της ανάπτυξης και ενίσχυσης του δεσμού με τους αποφοίτους του, το ΟΠΑ δημιούργησε το Δίκτυο Αποφοίτων του, μία πλατφόρμα <https://alumni.aueb.gr/> στην οποία μπορούν να εγγραφούν όλοι οι απόφοιτοι του Πανεπιστημίου. Οι κύριοι στόχοι του Δικτύου είναι η επανασύνδεση των αποφοίτων με τους



συναδέλφους και πρώην συμφοιτητές/τριες τους, και η διαρκής ενημέρωσή τους για όλες τις δραστηριότητες, τις υπηρεσίες και τις εκδηλώσεις που τους αφορούν.

Επιπλέον πληροφορίες για Οργανώσεις και Συλλόγους αποφοίτων παρέχονται στην ιστοσελίδα: <https://www.aueb.gr/el/content/οργανώσεις-και-σύλλογοι-φοιτητών-και-αποφοίτων>.

Γ11. Πρόγραμμα Εθελοντισμού

Στο πλαίσιο της στρατηγικής του ΟΠΑ για την Κοινωνική Προσφορά, ξεκίνησε το Πρόγραμμα Εθελοντισμού “ΑΥΕΒ Volunteers”. Σκοπός του Προγράμματος είναι να δημιουργηθεί μια κουλτούρα ως προς τον εθελοντισμό αφενός ως μια σημαντική μαθησιακή εμπειρία και αφετέρου ως μια υποχρέωση κάθε υπεύθυνου πολίτη. Ο στόχος του “ΑΥΕΒ Volunteers” προσεγγίζεται με: (α) εθελοντικές δράσεις με ή χωρίς την συνεργασία ΜΚΟ, (β) δράσεις ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης γύρω από τον εθελοντισμό, την κοινωνία των πολιτών, αλλά και συγκεκριμένα κοινωνικά προβλήματα, (γ) δράσεις βελτίωσης των υποδομών και υπηρεσιών του Πανεπιστημίου (<https://www.aueb.gr/el/volunteers>).

Γ12. Μονάδα Διασφάλισης Ποιότητας

Το ΟΠΑ εφαρμόζει πολιτική διασφάλισης ποιότητας με σκοπό τη συνεχή βελτίωση της ποιότητας των προγραμμάτων σπουδών, της ερευνητικής δραστηριότητας και των διοικητικών υπηρεσιών του Ιδρύματος, με στόχο την αναβάθμιση του ακαδημαϊκού και διοικητικού έργου και της γενικότερης λειτουργίας του.

Στο ΟΠΑ λειτουργεί η Μονάδα Διασφάλισης Ποιότητας (ΜΟΔΙΠ) η οποία συντονίζει και υποστηρίζει τις διαδικασίες αξιολόγησης. Ειδικότερα, η διασφάλιση ποιότητας της εκπαιδευτικής δραστηριότητας επιτυγχάνεται με τη χρήση ερωτηματολογίων για την αξιολόγηση: α) του μαθήματος / διδασκαλίας των προπτυχιακών και μεταπτυχιακών προγραμμάτων σπουδών, β) των εκπαιδευτικών εργαστηρίων του Ιδρύματος, γ) της έρευνας τελιοφοίτων των προπτυχιακών προγραμμάτων σπουδών, δ) της έρευνας πρωτοετών φοιτητών/τριών, τα οποία συμπληρώνονται από τους φοιτητές/τριες. (<https://www.aueb.gr/el/modip>).

Γ13. Κέντρο Επιμόρφωσης και Διά Βίου Μάθησης

Το Κέντρο Επιμόρφωσης και Διά Βίου Μάθησης (ΚΕΔΙΒΙΜ/ΟΠΑ) αποτελεί μονάδα του ΟΠΑ που εξασφαλίζει τον συντονισμό και τη διεπιστημονική συνεργασία στην ανάπτυξη προγραμμάτων επιμόρφωσης, συνεχιζόμενης εκπαίδευσης, κατάρτισης και εν γένει Διά Βίου μάθησης, τα οποία συμπληρώνουν, εκσυγχρονίζουν ή/και αναβαθμίζουν γνώσεις, ικανότητες και δεξιότητες, οι οποίες αποκτήθηκαν από τα συστήματα τυπικής εκπαίδευσης, επαγγελματικής εκπαίδευσης και αρχικής επαγγελματικής κατάρτισης ή από επαγγελματική εμπειρία, διευκολύνοντας την ένταξη ή επανένταξη στην αγορά εργασίας, τη διασφάλιση της εργασίας και την επαγγελματική και προσωπική ανάπτυξη (<https://www.aueb.gr/el/content/dia-vioy-mathisi-kedivim-opa>).



Γ14. Υποβολή Παραπόνων και Ενστάσεων

Με σκοπό τη συνεχή βελτίωση της ποιότητας των προσφερόμενων εκπαιδευτικών και διοικητικών υπηρεσιών του Πανεπιστημίου, διατίθεται η διαδικασία διαχείρισης των παραπόνων και ενστάσεων φοιτητών/τριών με στόχο να εξασφαλίζεται η άμεση και ολιστική διεκπεραίωσή τους με γνώμονα την αποτελεσματικότητα και εμπιστευτικότητα.

Μπορείτε να βρείτε τη φόρμα υποβολής παραπόνων και ενστάσεων στο σύνδεσμο: <https://www.aueb.gr/el/complaints-form>

Γ15. Ισότητα των Φύλων

Η προώθηση της Ισότητας των Φύλων σε όλα τα επίπεδα λειτουργίας και όλες τις πτυχές της ακαδημαϊκής ζωής του ΟΠΑ αποτελεί σημαντική διάσταση της Κοινωνικής Ευθύνης του Πανεπιστημίου. Οι δράσεις και οι δομές για την Ισότητα των Φύλων που διαθέτει το ΟΠΑ στοχεύουν στην ενημέρωση και ευαισθητοποίηση της ακαδημαϊκής του κοινότητας για την εξέχουσα σημασία της και στην πλήρη ενσωμάτωση της Ισότητας των Φύλων στις λειτουργίες του Πανεπιστημίου. Μέσω αυτών των δομών και δράσεων, το ΟΠΑ επιδιώκει την πλήρη εμπέδωση κουλτούρας ισότητας και ισοτιμίας στο Ίδρυμα (<https://isotita.aueb.gr/>).