

**ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ  
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΑΘΗΝΩΝ**



ATHENS UNIVERSITY  
OF ECONOMICS  
AND BUSINESS

# **ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ**

**ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ  
ΣΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ & ΤΗΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ**

**ΑΘΗΝΑ**

**ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ 2023**

## ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

<b>ΜΕΡΟΣ ΠΡΩΤΟ: ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΟ ΙΔΡΥΜΑ.....</b>	<b>3</b>
1.1 ΕΠΩΝΥΜΙΑ, ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΚΑΙ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ.....	3
1.2 ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΕΣ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟΥ ΕΤΟΥΣ.....	4
1.3 ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗ ΔΟΜΗ ΟΠΑ.....	5
1.4 ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΗ ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΟΠΑ.....	5
1.5 ΤΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΤΟΥ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ.....	6
1.6 ΟΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ.....	7
1.7 ΓΕΝΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΟΥ ΙΔΡΥΜΑΤΟΣ.....	7
1.8 ΒΑΣΙΚΟΙ ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΙ ΤΟΥ ΙΔΡΥΜΑΤΟΣ (συμπεριλαμβανομένων των διαδικασιών ακαδημαϊκής αναγνώρισης).....	7
1.9 ΣΥΝΤΟΝΙΣΤΗΣ ECTS ΤΟΥ ΙΔΡΥΜΑΤΟΣ.....	7
<b>ΜΕΡΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ: ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ.....</b>	<b>9</b>
2.1 ΓΕΝΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ.....	9
2.2 ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ.....	10
2.3 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ.....	12
2.3.1. Πιστωτικές μονάδες.....	12
2.3.2. Απόκτηση του Δ.Μ.Σ. ....	12
2.3.3. Μαθήματα προγράμματος σπουδών.....	13
2.3.4. Διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι.....	14
2.3.5 Παρακολούθηση του προγράμματος.....	15
2.3.7 Αξιολόγηση φοιτητών.....	15
2.3.8 Τιμητικές Διακρίσεις.....	16
2.4 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΩΝ ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΝΟΤΗΤΩΝ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ.....	16
<b>ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ &amp; ΕΡΕΥΝΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

<b>ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΠΡΟΙΟΝΤΟΣ &amp; ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ &amp; ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>ΨΗΦΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ &amp; ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>ΔΙΕΘΝΕΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>ΔΙΕΘΝΗΣ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>ΔΙΕΘΝΗΣ ΕΡΕΥΝΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ &amp; ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΚΑΙ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>ΨΗΦΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ &amp; ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>ΜΕΡΟΣ ΤΡΙΤΟ: ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΦΟΙΤΗΤΕΣ .....</b>	<b>48</b>

## ΜΕΡΟΣ ΠΡΩΤΟ: ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΟ ΙΔΡΥΜΑ

### 1.1 ΕΠΩΝΥΜΙΑ, ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΚΑΙ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

#### ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ (ΟΠΑ)

Διεύθυνση: Πατησίων 76, Τ.Κ. 104 34, Αθήνα

Τηλεφωνικό Κέντρο: +30-210-8203911

Ιστοσελίδα: <https://www.aueb.gr>

e-mail: [webmaster@aubg.gr](mailto:webmaster@aubg.gr)

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

Twitter: <https://twitter.com/aueb>

#### ΠΡΥΤΑΝΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ

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

##### **Πρύτανης**

Καθηγητής Δημήτριος Μπουραντώνης

##### **Αντιπρυτάνεις**

##### **Αντιπρύτανης Ακαδημαϊκών Υποθέσεων και Προσωπικού**

Καθηγητής Βασίλειος Βασδέκης

##### **Αντιπρύτανης Έρευνας και Δια Βίου Μάθησης**

Καθηγητής Γεώργιος Λεκάκος

##### **Αντιπρύτανης Οικονομικού Προγραμματισμού και Υποδομών**

Καθηγητής Κωνσταντίνος Δράκος

##### **Αντιπρύτανης Διεθνούς Συνεργασίας & Ανάπτυξης**

Καθηγητής Βασίλειος Παπαδάκης

#### ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Κοσμήτορας: Αναπλ.Καθηγήτρια Αγγελική Πουλυμενάκου

#### ΤΜΗΜΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Πρόεδρος: Καθηγητής Κωνσταντίνος Ήντουνας

#### ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Διευθυντής: Καθηγητής Διονύσιος Σκαρμέας

## **ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟΥ**

Διεύθυνση: Κέντρο Μεταπτυχιακών Σπουδών και Έρευνας Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών,  
Ευελπίδων 47Α & Λευκάδος 33 113 62 Αθήνα, 8<sup>ος</sup> όροφος γραφείο 806

Τηλέφωνα Γραμματείας: +30-210-8203665 και +30-210-8203631

Ηλ. Ταχυδρομείο Γραμματείας:

Τμήμα μερικής φοίτησης: [mscptme@aueb.gr](mailto:mscptme@aueb.gr),

Τμήμα πλήρους φοίτησης: [mscftme@aueb.gr](mailto:mscftme@aueb.gr),

Τμήμα πλήρους φοίτησης με διεθνή προσανατολισμό: [prima@aueb.gr](mailto:prima@aueb.gr)

Ιστοσελίδα: [www.dept.aueb.gr/marketing](http://www.dept.aueb.gr/marketing)

## **1.2 ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΕΣ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟΥ ΕΤΟΥΣ**

### **ΧΕΙΜΕΡΙΝΟ ΕΞΑΜΗΝΟ**

ΕΝΑΡΞΗ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ: Δευτέρα 25 Σεπτεμβρίου 2023

ΤΕΛΕΥΤΑΙΑ ΗΜΕΡΑ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ ΓΙΑ ΤΙΣ ΔΙΑΚΟΠΕΣ ΤΩΝ ΧΡΙΣΤΟΥΓΕΝΝΩΝ: Τετάρτη 20 Δεκεμβρίου 2023

ΕΠΑΝΕΝΑΡΞΗ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ: Δευτέρα 8 Ιανουαρίου 2024

ΛΗΞΗ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ:

*Τμήματα Πλήρους Φοίτησης: Τετάρτη 31 Ιανουαρίου 2024*

*Τμήμα Μερικής Φοίτησης: Παρασκευή 9 Φεβρουαρίου 2024*

ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΧΕΙΜΕΡΙΝΟΥ ΕΞΑΜΗΝΟΥ:

*Τμήματα Πλήρους Φοίτησης: 5-9 Φεβρουαρίου 2023*

*Τμήμα Μερικής Φοίτησης: 12-16 Φεβρουαρίου 2024*

ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΗ ΒΑΘΜΩΝ ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΗΣ: Μέχρι 16 Μαρτίου 2024

### **ΑΡΓΙΕΣ**

Επέτειος Πολυτεχνείου: Παρασκευή 17 Νοεμβρίου 2023

Τριών Ιεραρχών: Τρίτη 30 Ιανουαρίου 2024

### **ΕΑΡΙΝΟ ΕΞΑΜΗΝΟ**

ΕΝΑΡΞΗ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ:

*Τμήματα Πλήρους Φοίτησης: Δευτέρα 12 Φεβρουαρίου 2024*

*Τμήμα Μερικής Φοίτησης: Δευτέρα 19 Φεβρουαρίου 2024*

ΤΕΛΕΥΤΑΙΑ ΗΜΕΡΑ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ ΓΙΑ ΤΙΣ ΔΙΑΚΟΠΕΣ ΤΟΥ ΠΑΣΧΑ: Παρασκευή 26 Απριλίου 2024

ΕΠΑΝΕΝΑΡΞΗ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ: Δευτέρα 13 Μαΐου 2024

ΛΗΞΗ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ:

*Τμήματα Πλήρους Φοίτησης: Παρασκευή 21 Ιουνίου 2024*

*Τμήμα Μερικής Φοίτησης: Παρασκευή 28 Ιουνίου 2024*

ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΕΑΡΙΝΟΥ ΕΞΑΜΗΝΟΥ:

*Τμήματα Πλήρους Φοίτησης: 24-28 Ιουνίου 2024*

*Τμήμα Μερικής Φοίτησης: 1 – 5 Ιουλίου 2024*

ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΗ ΒΑΘΜΩΝ ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΗΣ: Μέχρι 30 Ιουλίου 2024

#### ΑΡΓΙΕΣ

Καθαρά Δευτέρα: Δευτέρα 18 Μαρτίου 2024

Εορτασμός Επετείου 25<sup>ης</sup> Μαρτίου: Δευτέρα 25 Μαρτίου 2024

Πρωτομαγιά: Τετάρτη 1 Μαΐου 2024

Αγίου Πνεύματος: Δευτέρα 24 Ιουνίου 2024

#### ΕΠΑΝΑΛΗΠΤΙΚΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ

ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ: 2-13 Σεπτεμβρίου 2024

ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΗ ΒΑΘΜΩΝ ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΗΣ: Μέχρι 14 Οκτωβρίου 2024

### **1.3 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 και Θρησκευμάτων. 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.

### **1.4 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](#)

## 1.5 ΤΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΤΟΥ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ

Το προσωπικό του Πανεπιστημίου αποτελείται από τις ακόλουθες κατηγορίες:

### ➤ ΔΙΔΑΚΤΙΚΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ :

- Μέλη Δ.Ε.Π.: Διδακτικό και Ερευνητικό Προσωπικό των ΑΕΙ το οποίο αποτελείται από (α) καθηγητές πρώτης βαθμίδας, (β) αναπληρωτές καθηγητές, (γ) επίκουρους καθηγητές και (δ) υπηρετούντες λέκτορες.
- Ειδικό Εκπαιδευτικό Προσωπικό (Ε.Ε.Π.).
- Εργαστηριακό Διδακτικό Προσωπικό (Ε.ΔΙ.Π).
- Ειδικό Τεχνικό Εργαστηριακό Προσωπικό (Ε.Τ.Ε.Π.).
- Επίκουρικό Διδακτικό Προσωπικό (ΕΔΠ).
- Πανεπιστημιακοί Υπότροφοι.
- Διδάσκοντες με Π.Δ.407
- Διδάσκοντες με απόσπαση.

### ➤ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ

## 1.6 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>).

## 1.7 ΓΕΝΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΟΥ ΙΔΡΥΜΑΤΟΣ

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

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.

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

## 1.8 ΒΑΣΙΚΟΙ ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΙ ΤΟΥ ΙΔΡΥΜΑΤΟΣ (συμπεριλαμβανομένων των διαδικασιών ακαδημαϊκής αναγνώρισης)

Στους βασικούς κανονισμούς του Ιδρύματος περιλαμβάνονται ενδεικτικά :

- ✓ Ο Εσωτερικός Κανονισμός Λειτουργίας του Πανεπιστημίου
- ✓ Ο Οργανισμός Διοικητικών Υπηρεσιών
- ✓ Ο Κανονισμός Λειτουργίας Προγραμμάτων Μεταπτυχιακών και Διδακτορικών Σπουδών
- ✓ Ο Εσωτερικός Κανονισμός για την πραγματοποίηση μεταδιδακτορικής έρευνας

## 1.9 ΣΥΝΤΟΝΙΣΤΗΣ ECTS ΤΟΥ ΙΔΡΥΜΑΤΟΣ

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.

## ΜΕΡΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ: ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

### 2.1 ΓΕΝΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ

#### Απονεμόμενος ακαδημαϊκός τίτλος:

Δίπλωμα Μεταπτυχιακών Σπουδών (Δ.Μ.Σ.) στο Μάρκετινγκ και την Επικοινωνίας (M.Sc. in Marketing and Communication) με τις εξής ειδικεύσεις:

- Μάρκετινγκ & Επικοινωνία που προσφέρεται σε τμήματα πλήρους φοίτησης και μερικής φοίτησης
- Μάρκετινγκ & Επικοινωνία με Διεθνή Προσανατολισμό που προσφέρεται σε τμήμα πλήρους φοίτησης

#### Γνωστικό αντικείμενο:

Το πρόγραμμα μεταπτυχιακών σπουδών έχει ως αντικείμενο την προαγωγή της γνώσης και την ανάπτυξη της έρευνας στο χώρο του μάρκετινγκ και της επικοινωνίας. Το πρόγραμμα εστιάζει στα ακόλουθα γνωστικά πεδία:

- του Μάρκετινγκ
- της Επιχειρησιακής Επικοινωνίας
- του Διεθνούς Μάρκετινγκ
- της Διεθνούς Επιχειρησιακής Επικοινωνίας

#### Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα:

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του Προγράμματος Σπουδών, οι διπλωματούχοι του ΜΠΣ «Μάρκετινγκ και Επικοινωνία» είναι σε θέση:

- Να αποδεικνύουν τη χρησιμότητα των ακαδημαϊκών γνώσεων στο χώρο της αγοράς
- Να προσδιορίζουν τα προβλήματα στον χώρο του μάρκετινγκ και να τα μεταφράζουν σε ερευνητικά ερωτήματα
- Να χρησιμοποιούν επιστημονικά μεθοδολογικά εργαλεία και να τα εφαρμόζουν στην έρευνα αγοράς
- Να χρησιμοποιούν τις απαιτούμενες δεξιότητες για την εκπόνηση έρευνας αγοράς
- Να εξετάζουν το εξωτερικό περιβάλλον μιας επιχείρησης προκειμένου να σχεδιάζουν τις κατάλληλες στρατηγικές μάρκετινγκ και να καθορίζουν τα κατάλληλα σχέδια μάρκετινγκ
- Να αναλύουν κι ερμηνεύουν την καταναλωτική & οργανωσιακή συμπεριφορά
- Να εξετάζουν και συγκρίνουν μακροχρόνιες στρατηγικές σχέσεις πελατών κι επιχειρήσεων
- Να αξιολογούν τα θεωρητικά μοντέλα της επικοινωνίας και να ερμηνεύουν την επικοινωνία ως κοινωνική αλληλεπίδραση
- Να επιδεικνύουν ικανότητες στην εφαρμογή εννοιών και θεωριών επικοινωνίας και να αναλύουν τις λειτουργίες των επικοινωνιακών μηνυμάτων
- Να εξασκούν τις προφορικές και γραπτές επικοινωνιακές δεξιότητες χρησιμοποιώντας μια ποικιλία τεχνολογιών επικοινωνίας

- Να αναλύουν κι εφαρμόζουν εταιρικές επικοινωνιακές στρατηγικές επεξηγώντας το στρατηγικό ρόλο της εταιρικής επικοινωνίας
- Να προσδιορίζουν τις διαπολιτισμικές διαφορές στις επικοινωνιακές πρακτικές
- Να υιοθετούν επικοινωνιακά εργαλεία που ενσωματώνουν τη θεωρία της επικοινωνίας, την ανάλυση του κοινού και τις δεξιότητες της ρητορικής και της πειθούς
- Να αναλύουν τις τάσεις και τις αντιλήψεις των ομάδων κοινού, σε συνδυασμό με τον προσδιορισμό των ευκαιριών και των απειλών στο περιβάλλον του οργανισμού, όπως επίσης, να προγραμματίζουν, να εφαρμόζουν και να αξιολογούν αποτελεσματικές επικοινωνιακές εκστρατείες-καμπάνιες.

### **Πρόσβαση σε περαιτέρω σπουδές:**

Το Δ.Μ.Σ. παρέχει πρόσβαση σε προγράμματα 3<sup>ου</sup> κύκλου σπουδών που οδηγούν στη λήψη Διδακτορικού Διπλώματος

### **Τμήματα:**

Τμήμα μερικής φοίτησης της κατεύθυνσης Μάρκετινγκ & Επικοινωνίας  
([www.dept.aueb.gr/marketing/executive](http://www.dept.aueb.gr/marketing/executive))

Τμήμα πλήρους φοίτησης της κατεύθυνσης Μάρκετινγκ & Επικοινωνίας  
([www.dept.aueb.gr/marketing/fulltime](http://www.dept.aueb.gr/marketing/fulltime))

Τμήμα πλήρους φοίτησης της κατεύθυνσης Μάρκετινγκ & Επικοινωνία με Διεθνή Προσανατολισμό  
([www.dept.aueb.gr/marketing/prima](http://www.dept.aueb.gr/marketing/prima))

## **2.2 ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ**

### **Προϋποθέσεις εισαγωγής**

Για την εισαγωγή στο πρόγραμμα απαιτείται:

- Τίτλος πρώτου κύκλου σπουδών Α.Ε.Ι. ημεδαπής ή ομοταγών ιδρυμάτων της αλλοδαπής. Για την αποδοχή των αιτήσεων των αλλοδαπών φοιτητών, η αρμόδια Γραμματεία ελέγχει αν το ίδρυμα απονομής του τίτλου αλλοδαπού ιδρύματος ανήκει στο Εθνικό Μητρώο Αναγνωρισμένων Ιδρυμάτων της αλλοδαπής και αν ο τύπος του τίτλου ανήκει στο Εθνικό Μητρώο Τύπων Τίτλων Σπουδών Αναγνωρισμένων Ιδρυμάτων που είναι αναρτημένα στον ιστότοπο του ΔΟΑΤΑΠ, σύμφωνα με τις κείμενες διατάξεις.
- Γνώση της αγγλικής γλώσσας σε επίπεδο Γ2 για τα τμήματα πλήρους φοίτησης και Γ1 για το τμήμα μερικής φοίτησης
- Αποδεδειγμένη τριετή προϋπηρεσία για το τμήμα μερικής φοίτησης

### **Διαδικασία αίτησης**

Κάθε έτος και μετά την παρέλευση της 8<sup>ης</sup> Ιανουαρίου, δημοσιεύεται και αναρτάται στην ιστοσελίδα του τμήματος και του μεταπτυχιακού, προκήρυξη για την εισαγωγή των μεταπτυχιακών φοιτητών στο Π.Μ.Σ., με εισήγηση του Διευθυντή και απόφαση της Συνέλευσης του τμήματος.

Οι υποψήφιοι μπορούν να υποβάλλουν την αίτησή τους μέσα στην προθεσμία που δίνεται με τη δημοσίευση της προκήρυξης. Η διαδικασία υποβολής αίτησης καθώς και τα απαιτούμενα δικαιολογητικά περιγράφονται λεπτομερώς στο κείμενο της προκήρυξης.

### **Διαδικασία Επιλογής**

Η επιλογή των φοιτητών γίνεται σύμφωνα με τις διατάξεις του 4957/2022 και τις προβλέψεις του Κανονισμού Σπουδών του Π.Μ.Σ.

Η διαδικασία επιλογής έχει ως εξής:

- Η Γραμματεία του ΠΜΣ καταρτίζει κατ' αρχήν έναν πλήρη κατάλογο όσων έχουν υποβάλει αίτηση

Η Επιτροπή Αξιολόγησης Υποψηφίων:

- Απορρίπτει τους υποψηφίους που δεν πληρούν τα ελάχιστα κριτήρια που έχουν αποφασιστεί από τη Συνέλευση του Τμήματος (π.χ. επίπεδο γνώσης αγγλικών, έτη προϋπηρεσίας)
- Μοριοδοτεί τους υποψηφίους σύμφωνα με τα κριτήρια που έχουν αποφασισθεί
- Ιεραρχεί βαθμολογικά τους υποψηφίους και προβαίνει στην έκδοση προσωρινού πίνακα επιλογής.
- Καλεί σε προσωπική συνέντευξη όσους υποψηφίους αποφασιστεί να κληθούν.
- Μετά την εξέταση των ενστάσεων και με βάση την τελική βαθμολογία των υποψηφίων καταρτίζει με αξιολογική σειρά των τελικό πίνακα επιλογής.
- Ο τελικός πίνακας των επιτυχόντων και τυχόν επιλαχόντων επικυρώνεται από τη Συνέλευση του Τμήματος
- Οι επιτυχόντες, ύστερα από ενημέρωσή τους από τη Γραμματεία, καλούνται να απαντήσουν εγγράφως σε συγκεκριμένο χρονικό διάστημα που ορίζεται στον Κανονισμό Λειτουργίας του ΠΜΣ για το αν αποδέχονται την ένταξή τους στο ΠΜΣ και τους όρους λειτουργίας του. Η μη εντός της ανωτέρω προθεσμίας, απάντηση του επιλεγέντα υποψηφίου ισοδυναμεί με άρνηση αποδοχής και η Γραμματεία του ΠΜΣ ενημερώνει τον αμέσως επόμενο στη σειρά αξιολόγησης από το σχετικό πίνακα επιτυχόντων. Για την ένταξη στο ΠΜΣ είναι απαραίτητη η κατάθεση ποσού που ορίζεται από τη Συνέλευση του Τμήματος ως έναντι της 1<sup>ης</sup> δόσης των τελών φοίτησης.

### **Αριθμός εισακτέων**

Ο αριθμός εισακτέων στο Π.Μ.Σ. ορίζεται κατ' ανώτατο όριο στους ενενήντα εννέα (99) μεταπτυχιακούς φοιτητές, οι οποίοι κατανέμονται ισομερώς στα τρία τμήματα (33 ανά τμήμα).

Στο πλαίσιο συνεργασίας του Ο.Π.Α. με ανώτατα εκπαιδευτικά ιδρύματα της αλλοδαπής, η ειδίκευση του Π.Μ.Σ. με τίτλο «Μάρκετινγκ και Επικοινωνία με Διεθνή Προσανατολισμό» δύναται να δέχεται φοιτητές των ιδρυμάτων αυτών, επιπροσθέτως των εισακτέων των παρ. 1 και 2 του κανονισμού σπουδών και καθ' υπέρβαση των ορίων του προηγούμενου εδαφίου. Οι φοιτητές αυτοί πληρούν τα κριτήρια επιλογής του άρθρου 5 του κανονισμού σπουδών και εγγράφονται στο Π.Μ.Σ. για την παρακολούθηση περιορισμένου αριθμού μαθημάτων, μετά την ολοκλήρωση της οποίας τους χορηγείται βεβαίωση παρακολούθησης μαθημάτων με αναλογική βαθμολογία και πιστωτικές μονάδες. Για τη συμμετοχή τους στο Π.Μ.Σ. οι

ανωτέρω φοιτητές δύναται να καταβάλλουν τέλη φοίτησης, όπως αυτά προσδιορίζονται σύμφωνα με τους όρους που διέπουν τη συμφωνία με το ίδρυμα της αλλοδαπής και τις σχετικές αποφάσεις της Συγκλήτου του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών.

### **Εγγραφή**

Η προθεσμία πραγματοποίησης των εγγραφών των νέων φοιτητών ορίζεται από τη Σ.Ε. του προγράμματος. Ο υποψήφιος πριν εγγραφεί, λαμβάνει γνώση του Κανονισμού Σπουδών και της πράξης επανίδρυσης του Π.Μ.Σ. και στέλνει σχετική ενυπόγραφη υπεύθυνη δήλωση αποδοχής των κανόνων λειτουργίας του προγράμματος.

### **Τέλη φοίτησης**

Τα τέλη φοίτησης για την παρακολούθηση του Π.Μ.Σ. ορίζονται στο άρθρο 8 της πράξης επανίδρυσης του προγράμματος και υπάρχει δυνατότητα τμηματικής καταβολής, η οποία ορίζεται από το πρόγραμμα. Οι επιλεγμένοι μεταπτυχιακοί φοιτητές προκαταβάλλουν μέρος των συνολικών τελών φοίτησης για την κατοχύρωση της προσφερόμενης θέσης.

Τυχόν καταβληθέντα τέλη φοίτησης δεν επιστρέφονται, εάν για οποιονδήποτε λόγο ο φοιτητής θελήσει ή αναγκασθεί να διακόψει τη φοίτησή του στο πρόγραμμα.

Τα τέλη φοίτησης έχουν ως εξής:

- **Τμήμα μερικής φοίτησης της κατεύθυνσης Μάρκετινγκ & Επικοινωνίας:** 6.900 €
- **Τμήμα πλήρους φοίτησης της κατεύθυνσης Μάρκετινγκ & Επικοινωνίας:** 6.250 €
- **Τμήμα πλήρους φοίτησης της κατεύθυνσης Μάρκετινγκ & Επικοινωνία με Διεθνή Προσανατολισμό:** 6.250 €

### **Υποτροφίες**

Το Π.Μ.Σ. προβλέπει τη δυνατότητα χορήγησης υποτροφιών που δεν μπορούν να ξεπεράσουν το συνολικό ύψος των τελών φοίτησης, σύμφωνα με το ισχύον νομικό πλαίσιο και μετά από απόφαση της Συνέλευσης του τμήματος και του Κανονισμού Υποτροφιών του ΟΠΑ. Αναλυτικά περιγράφονται στον Κανονισμό Σπουδών του Π.Μ.Σ.

## **2.3 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ**

### **2.3.1. Πιστωτικές μονάδες**

Το πρόγραμμα είναι εντατικό και το σύνολο των πιστωτικών μονάδων του προγράμματος είναι εβδομήντα πέντε (75) πιστωτικές μονάδες (Π.Μ.)

### **2.3.2. Απόκτηση του Δ.Μ.Σ.**

Για την απόκτηση του Δ.Μ.Σ. απαιτείται η υποχρεωτική παρακολούθηση και επιτυχής εξέταση 8 μαθημάτων κορμού τα οποία αντιστοιχούν σε 60 Π.Μ. και εκπόνηση διπλωματικής εργασίας, η οποία αντιστοιχεί σε 15 Π.Μ. Ο μεταπτυχιακός φοιτητής ολοκληρώνει τις σπουδές του και λαμβάνει το Δ.Μ.Σ.

όταν εκπληρώσει όλες τις προβλεπόμενες υποχρεώσεις, δηλαδή επιτυχή εξέταση στα μαθήματα του προγράμματος, έγκριση της διπλωματικής εργασίας και εξόφληση των τελών φοίτησης.

### 2.3.3. Μαθήματα προγράμματος σπουδών

#### Κατεύθυνση Μάρκετινγκ & Επικοινωνία (ελληνόφωνη)

α/α	Εξάμηνο	Κωδικός Μαθήματος	Τίτλος μαθήματος	Πιστωτικές μονάδες (Π.Μ.)
1	A	bm51101	Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ	7,5
2		bm51102	Επικοινωνία & Διαφήμιση	7,5
3		bm51103	Συμπεριφορά Καταναλωτή	7,5
4		bm51104	Ερευνητική Μεθοδολογία & Έρευνα Μάρκετινγκ	7,5
<b>Σύνολο Π.Μ. πρώτου εξαμήνου</b>				<b>30</b>
5	B	bm51105	Πολιτική Προϊόντος & Καινοτομίας	7,5
6		bm51106	Ψηφιακό Μάρκετινγκ & Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης	7,5
7		bm51107	Αναλυτική Μάρκετινγκ & Διαδικτύου	7,5
8		bm51108	Στρατηγικό Μάρκετινγκ	7,5
<b>Σύνολο Π.Μ. δεύτερου εξαμήνου</b>				<b>30</b>
9		bm51109	Διπλωματική Εργασία	<b>15</b>
<b>Γενικό σύνολο Π.Μ.</b>				<b>75</b>

#### Κατεύθυνση Μάρκετινγκ & Επικοινωνία με Διεθνή Προσανατολισμό (αγγλόφωνη)

α/α	Εξάμηνο	Κωδικός Μαθήματος	Τίτλος μαθήματος	Πιστωτικές μονάδες (Π.Μ.)
1		bm52103f	International Marketing	7,5
2		bm52106f	International Consumer Behavior	7,5

3	A	bm52104f	International Marketing Research	7,5
4		bm52107f	Web & Marketing Analytics	7,5
<b>Σύνολο Π.Μ. πρώτου εξαμήνου</b>				<b>30</b>
5	B	bm52101f	Business Strategy	7,5
6		bm52108f	Digital Marketing & Social Media	7,5
7		bm52102f	Entrepreneurship & Innovation	7,5
8		bm52109f	Advertising & Integrated Marketing Communications	7,5
<b>Σύνολο Π.Μ. δεύτερου εξαμήνου</b>				<b>30</b>
9		bm52105f	Master Thesis	<b>15</b>
<b>Γενικό σύνολο Π.Μ.</b>				<b>75</b>

Το πρόγραμμα εμπλουτίζεται από σειρά εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων που τα υποστηρίζουν και αποσκοπούν στην ανάπτυξη της συνθετικής σκέψης και ικανότητας των φοιτητών. Οι εκπαιδευτικές δραστηριότητες αφορούν: εργαστήρια, φροντιστήρια, παίγνια προσομοίωσης, ερευνητικά σεμινάρια, ανάλυση μελετών περίπτωσης, εργασίες πεδίου, ατομική έρευνα και ασκήσεις e-class. Συγκεκριμένα, κατά τη διάρκεια των εξαμήνων και συνοδευτικά των μαθημάτων προσφέρονται τα εξής φροντιστηριακά μαθήματα:

- Παίγνιο προσομοίωσης Marketing Game
- Ανάλυση δεδομένων με τη χρήση του SPSS
- Παίγνιο προσομοίωσης MarkStrat
- Παίγνιο προσομοίωσης Country Manager
- Παίγνιο προσομοίωσης Innovation Game
- Σεμινάρια εκπόνησης διπλωματικής εργασίας
- Σεμινάριο Intersection Finance & Marketing

Με απόφαση της Συνέλευσης του Τμήματος και έγκριση της Συγκλήτου του Ο.Π.Α. μπορεί να γίνονται προσθήκες ή αφαιρέσεις μαθημάτων από το αναλυτικό πρόγραμμα σπουδών. Ανακατανομή των μαθημάτων μεταξύ των εξαμήνων μπορεί να γίνει με απόφαση της Σ.Ε. του Π.Μ.Σ.

#### **2.3.4. Διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι**

Η διδασκαλία των μαθημάτων του προγράμματος ανατίθεται από τη Συνέλευση του Τμήματος, μετά από εισήγηση του Διευθυντή.

Οι διδάσκοντες προτείνουν στους φοιτητές κατάλογο διδακτικών βιβλίων, άρθρων και βοηθημάτων προς διευκόλυνσή τους. Επίσης, στην αρχή κάθε περιόδου παρέχουν στους φοιτητές περιγραφή του περιεχομένου κάθε μαθήματος και των εργασιών που θα δοθούν κατά τη διάρκεια του μαθήματος. Για την ενημέρωση των φοιτητών και την ανάρτηση του εκπαιδευτικού υλικού χρησιμοποιείται η πλατφόρμα e-class του Πανεπιστημίου.

Στη διδασκαλία χρησιμοποιούνται διαλέξεις, μελέτες περιπτώσεων, εκπόνηση εργασιών, επιχειρηματικά παίγνια και φροντιστηριακά μαθήματα. Γίνονται επίσης σεμινάρια και εισηγήσεις επισκεπτών από τον χώρο των επιχειρήσεων και της ανώτατης εκπαίδευσης. Υπάρχει πλήρης ενσωμάτωση της ψηφιακής τεχνολογίας με όλους τους τρόπους που εγκρίνει το ίδρυμα για το διδακτικό έργο.

### **2.3.5 Παρακολούθηση του προγράμματος**

Η παρακολούθηση των μαθημάτων είναι υποχρεωτική, ενώ οι διδακτικές ώρες που αντιστοιχούν σε κάθε μάθημα είναι 24. Η Γραμματεία του προγράμματος τηρεί σχετικό παρουσιολόγιο και σε περίπτωση που οι απουσίες σε ένα μάθημα ξεπερνούν το 1/3 των ωρών φοίτησης, ο φοιτητής θεωρείται αποτυχών στο μάθημα και το επαναλαμβάνει την αμέσως επόμενη περίοδο που θα διεξαχθεί.

### **2.3.6 Γλώσσα διεξαγωγής**

Στην ειδίκευση «Μάρκετινγκ & Επικοινωνία», η διδασκαλία και οι εξετάσεις των μαθημάτων διεξάγονται στην Ελληνική γλώσσα και η διπλωματική εργασία συντάσσεται στην Ελληνική γλώσσα. Στην ειδίκευση «Μάρκετινγκ & Επικοινωνία με Διεθνή Προσανατολισμό» η διδασκαλία και οι εξετάσεις διεξάγονται στην Αγγλική γλώσσα και η διπλωματική εργασία συντάσσεται στην Αγγλική γλώσσα.

### **2.3.7 Αξιολόγηση φοιτητών**

Η τελική αξιολόγηση κάθε μαθήματος γίνεται με γραπτές ή προφορικές εξετάσεις ή/ και εργασίες.

Η διαμόρφωση του τελικού βαθμού κάθε μαθήματος καθορίζεται από τους εκάστοτε διδάσκοντες. Σε αυτόν μπορούν να συμμετέχουν οι ατομικές και ομαδικές εργασίες των φοιτητών.

Η διαμόρφωση του τελικού προγράμματος των εξετάσεων του κάθε μαθήματος ανακοινώνεται εγκαίρως και η συμμετοχή είναι υποχρεωτική. Οι εξεταζόμενοι φοιτητές οφείλουν να υπακούουν πλήρως στις οδηγίες των διδασκόντων και των επιτηρητών και να συμμορφώνονται απολύτως με τον Οδηγό Διεξαγωγής Εξετάσεων του Ο.Π.Α.

Στο άρθρο 9 του Κανονισμού Λειτουργίας (ΦΕΚ 4005/17-9-2018 όπως τροποποιήθηκε και ισχύει με το ΦΕΚ 4919/31-12-2019, τ.Β') του μεταπτυχιακού βρίσκονται αναλυτικά οι Κανόνες Εξετάσεων και Αξιολόγησης Επιδόσεων .



### 2.3.8 Τιμητικές Διακρίσεις

Με απόφαση της Συνέλευσης του τμήματος, ο πτυχιούχος κάθε τμήματος με τον υψηλότερο τελικό βαθμό πτυχίου λαμβάνει τιμητική διάκριση με μορφή πλακέτας ή διπλώματος στην τελετή αποφοίτησης της εκάστοτε σειράς του προγράμματος.

## 2.4 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΩΝ ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΝΟΤΗΤΩΝ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ

### ΕΙΔΙΚΕΥΣΗ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ, ΕΛΛΗΝΟΦΩΝΗ

#### 1. ΓΕΝΙΚΑ

<b>ΣΧΟΛΗ</b>	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
<b>ΤΜΗΜΑ</b>	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
<b>ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ		
<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	bm51101	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	1 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b> σε περίπτωση που οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται σε διακριτά μέρη του μαθήματος π.χ. Διαλέξεις, Εργαστηριακές Ασκήσεις κ.λπ. Αν οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται ενιαία για το σύνολο του μαθήματος αναγράψτε τις εβδομαδιαίες ώρες διδασκαλίας και το σύνολο των πιστωτικών μονάδων	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
<b>ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ</b>	3	7,5	
<i>Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.</i>			
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b> <i>Υποβάθρου, Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων</i>	Υποβάθρου		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>	ΟΧΙ		
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΑ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="https://www.dept.aueb.gr/el/marketing/fulltime/content/progrmmstructure">https://www.dept.aueb.gr/el/marketing/fulltime/content/progrmmstructure</a>		

#### 2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

##### Μαθησιακά Αποτελέσματα

Περιγράφονται τα μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος οι συγκεκριμένες γνώσεις, δεξιότητες και

ικανότητες καταλλήλου επιπέδου που θα αποκτήσουν οι φοιτητές μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος.

Συμβουλευτείτε το Παράρτημα Α

- Περιγραφή του Επιπέδου των Μαθησιακών Αποτελεσμάτων για κάθε ένα κύκλο σπουδών σύμφωνα με Πλαίσιο Προσόντων του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανώτατης Εκπαίδευσης
- Περιγραφικοί Δείκτες Επιπέδων 6, 7 & 8 του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων Διά Βίου Μάθησης και Παράρτημα Β
- Περιληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων

Τα μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος αποσκοπούν στο να είναι οι φοιτητές σε θέση να:

- Χρησιμοποιούν τη γνώση και την κατανόσή τους, που έχουν λάβει, προκειμένου να επιλύουν σύνθετα προβλήματα μάρκετινγκ, ειδικά στο σύγχρονο ανταγωνιστικό και αβέβαιο περιβάλλον που δραστηριοποιούνται οι επιχειρήσεις.
- Κοινοποιούν με σαφήνεια τις σκέψεις και τις προτάσεις τους στους συναδέλφους τους και τα ευρύτερα κοινά ενδιαφερομένων (stakeholders) με τα οποία συνεργάζεται μια επιχείρηση.
- Διαθέτουν τις απαραίτητες δεξιότητες προκειμένου να συνεχίσουν τις σπουδές τους σε ένα ανώτερο επίπεδο (π.χ., 3<sup>ο</sup> κύκλο σπουδών).

#### Γενικές Ικανότητες

Λαμβάνοντας υπόψη τις γενικές ικανότητες που πρέπει να έχει αποκτήσει ο πτυχιούχος (όπως αυτές αναγράφονται στο Παράρτημα Διπλώματος και παρατίθενται ακολούθως) σε ποια / ποιες από αυτές αποσκοπεί το μάθημα;:

Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών  
Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις  
Λήψη αποφάσεων  
Αυτόνομη εργασία  
Ομαδική εργασία  
Εργασία σε διεθνές περιβάλλον  
Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον  
Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών

Σχεδιασμός και διαχείριση έργων  
Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα  
Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον  
Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου  
Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής  
Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

Το μάθημα αποσκοπεί στο σύνολο των παραπάνω γενικών ικανοτήτων.

### 3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

- Περιεχόμενο, αντικείμενο, εξέλιξη, πεδίο εφαρμογών του μάρκετινγκ.
- Στρατηγικός σχεδιασμός μάρκετινγκ.
- Τμηματοποίηση, στόχευση, τοποθέτηση, έρευνα αγοράς.
- Μίγμα μάρκετινγκ.
- Οργάνωση και διοίκηση των πωλήσεων.
- Ειδικά θέματα μάρκετινγκ όπως μάρκετινγκ υπηρεσιών και βιομηχανικό (B2B) μάρκετινγκ.

#### 4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

<p><b>ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ</b> Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.</p>	<p>Πρόσωπο με πρόσωπο.</p>															
<p><b>ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ</b> Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</p>	<p>Χρήση Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών στη διδασκαλία (προγράμματα παρουσίασης), στην εργαστηριακή εκπαίδευση (εκπαιδευτικά προγράμματα προσομοίωσης) και στην επικοινωνία με τους φοιτητές (emails, πλατφόρμες διδασκαλίας-επικοινωνίας).</p>															
<p><b>ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b> Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη &amp; ανάλυση βιβλιογραφίας, Φροντιστήριο, Πρακτική (Τοποθέτηση), Κλινική Άσκηση, Καλλιτεχνικό Εργαστήριο, Διαδραστική διδασκαλία, Εκπαιδευτικές επισκέψεις, Εκπόνηση μελέτης (project), Συγγραφή εργασίας / εργασιών, Καλλιτεχνική δημιουργία, κ.λπ.  Αναγράφονται οι ώρες μελέτης του φοιτητή για κάθε μαθησιακή δραστηριότητα καθώς και οι ώρες μη καθοδηγούμενης μελέτης ώστε ο συνολικός φόρτος εργασίας σε επίπεδο εξαμήνου να αντιστοιχεί στα standards του ECTS</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="643 558 1143 632">Δραστηριότητα</th> <th data-bbox="1151 558 1484 632">Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="643 638 1143 669">Διαλέξεις</td> <td data-bbox="1151 638 1484 669">70</td> </tr> <tr> <td data-bbox="643 676 1143 707">Άσκηση πεδίου</td> <td data-bbox="1151 676 1484 707">20</td> </tr> <tr> <td data-bbox="643 714 1143 745">Μελέτη και ανάλυση βιβλιογραφίας</td> <td data-bbox="1151 714 1484 745">20</td> </tr> <tr> <td data-bbox="643 751 1143 783">Συγγραφή εργασίας</td> <td data-bbox="1151 751 1484 783">40</td> </tr> <tr> <td data-bbox="643 789 1143 821">Αυτοτελής μελέτη</td> <td data-bbox="1151 789 1484 821">37,5</td> </tr> <tr> <td data-bbox="643 827 1143 919"><b>Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)</b></td> <td data-bbox="1151 827 1484 919"><b>187,5</b></td> </tr> </tbody> </table>	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου	Διαλέξεις	70	Άσκηση πεδίου	20	Μελέτη και ανάλυση βιβλιογραφίας	20	Συγγραφή εργασίας	40	Αυτοτελής μελέτη	37,5	<b>Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)</b>	<b>187,5</b>	
Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου															
Διαλέξεις	70															
Άσκηση πεδίου	20															
Μελέτη και ανάλυση βιβλιογραφίας	20															
Συγγραφή εργασίας	40															
Αυτοτελής μελέτη	37,5															
<b>Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)</b>	<b>187,5</b>															
<p><b>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ</b> Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης  Γλώσσα Αξιολόγησης, Μέθοδοι αξιολόγησης, Διαμορφωτική ή Συμπερασματική, Δοκιμασία Πολλαπλής Επιλογής, Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης, Ερωτήσεις Ανάπτυξης Δοκιμίων, Επίλυση Προβλημάτων, Γραπτή Εργασία, Έκθεση / Αναφορά, Προφορική Εξέταση, Δημόσια Παρουσίαση, Εργαστηριακή Εργασία, Κλινική Εξέταση Ασθενούς, Καλλιτεχνική Ερμηνεία, Άλλη / Άλλες</p>	<p>Η αξιολόγηση του μαθήματος βασίζεται σε γραπτή εξέταση στην ελληνική γλώσσα στο τέλος του μαθήματος (70% του τελικού βαθμού) καθώς και σε ομαδική εργασία (30% του τελικού βαθμού). Η γραπτή εξέταση στηρίζεται σε ερωτήσεις ανάπτυξης ενώ η ομαδική εργασία στην συμμετοχή σε εκπαιδευτικό πρόγραμμα προσομοίωσης που έχει ως στόχο την επίλυση σύνθετων προβλημάτων.  Τα κριτήρια αξιολόγησης αφορούν στην ολοκληρωμένη απάντηση των ερωτήσεων της γραπτής εξέτασης με βάση επιστημονικές έννοιες που έχουν συζητηθεί στη διάρκεια του μαθήματος καθώς και στην επίτευξη θετικών οικονομικών αποτελεσμάτων στο παιχνίδι προσομοίωσης. Τα κριτήρια αυτά είναι διαθέσιμα στο Διαδίκτυο και</p>															

Αναφέρονται ρητά προσδιορισμένα κριτήρια αξιολόγησης και εάν και που είναι προσβάσιμα από τους φοιτητές;	πιο συγκεκριμένα στην πλατφόρμα eclass του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών.
--	--

## 5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

<p>-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία: Kotler P. and Keller, K.L. (latest edition), <i>Marketing Management</i>, Prentice Hall, New Jersey.</p> <p>-Συναφή επιστημονικά περιοδικά: <i>Journal of Marketing</i>, <i>Journal of the Academy of Marketing Science</i>, <i>Journal of Consumer Research</i>, <i>European Journal of Marketing</i>.</p>
--

### 1. ΓΕΝΙΚΑ

<b>ΣΧΟΛΗ</b>	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
<b>ΤΜΗΜΑ</b>	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
<b>ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ		
<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	bm51103	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	1 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b> σε περίπτωση που οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται σε διακριτά μέρη του μαθήματος π.χ. Διαλέξεις, Εργαστηριακές Ασκήσεις κ.λπ. Αν οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται ενιαία για το σύνολο του μαθήματος αναγράψτε τις εβδομαδιαίες ώρες διδασκαλίας και το σύνολο των πιστωτικών μονάδων	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.			3
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b> Υποβάθρου , Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων	Επιστημονικής περιοχής		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>	ΟΧΙ		
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΑ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ		

**ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ  
ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)**

[https://www.dept.aueb.gr/el/marketing/fulltime/content/programmestru  
cture](https://www.dept.aueb.gr/el/marketing/fulltime/content/programmestru<br/>cture)

## 2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

### Μαθησιακά Αποτελέσματα

Περιγράφονται τα μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος οι συγκεκριμένες γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες καταλλήλου επιπέδου που θα αποκτήσουν οι φοιτητές μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος.

Συμβουλευτείτε το Παράρτημα Α

- Περιγραφή του Επιπέδου των Μαθησιακών Αποτελεσμάτων για κάθε ένα κύκλο σπουδών σύμφωνα με Πλαίσιο Προσόντων του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανώτατης Εκπαίδευσης
- Περιγραφικοί Δείκτες Επιπέδων 6, 7 & 8 του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων Διά Βίου Μάθησης και Παράρτημα Β
- Περιληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων

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

### Γενικές Ικανότητες

Λαμβάνοντας υπόψη τις γενικές ικανότητες που πρέπει να έχει αποκτήσει ο πτυχιούχος (όπως αυτές αναγράφονται στο Παράρτημα Διπλώματος και παρατίθενται ακολούθως) σε ποια / ποιες από αυτές αποσκοπεί το μάθημα;

Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση  
δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση  
και των απαραίτητων τεχνολογιών  
Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις  
Λήψη αποφάσεων  
Αυτόνομη εργασία  
Ομαδική εργασία  
Εργασία σε διεθνές περιβάλλον  
Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον  
Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών

Σχεδιασμός και διαχείριση έργων  
Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην  
πολυπολιτισμικότητα  
Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον  
Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής  
υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου  
Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής  
Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής  
σκέψης

Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών

Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής  
Λήψη αποφάσεων  
Αυτόνομη εργασία  
Ομαδική εργασία  
Εργασία σε διεθνές περιβάλλον  
Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον  
Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών

Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

### 3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Οι 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 περιλαμβάνονται τα εξής θέματα: (α) εισαγωγή στη συμπεριφορά καταναλωτή, (β) εσωτερικές διαδικασίες: επεξεργασία πληροφοριών, αντίληψη, μάθηση, μνήμη, κίνητρα, αυτο-εικόνα, προσωπικότητα, τρόπος ζωής (lifestyle), στάσεις, συναισθήματα, (γ) εξωτερικές επιδράσεις καταναλωτικής συμπεριφοράς: δημογραφικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά, αξίες, κουλτούρα, ομάδες αναφοράς, καθοδηγητές γνώμης, (δ) διαδικασίες λήψης αγοραστικών αποφάσεων: Στάδια λήψης αγοραστικών αποφάσεων, τύποι αγοραστικών αποφάσεων, ανάμειξη καταναλωτή και διαδικασία λήψης αγοραστικών αποφάσεων και (ε) θεωρία και μέθοδοι τμηματοποίησης της αγοράς καταναλωτών.

### 4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

<p><b>ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ</b> Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.</p>	<p>Πρόσωπο με πρόσωπο</p>											
<p><b>ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ</b> Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</p>	<p>Ναι</p>											
<p><b>ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b> Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη &amp; ανάλυση βιβλιογραφίας, Φροντιστήριο, Πρακτική (Τοποθέτηση), Κλινική Άσκηση, Καλλιτεχνικό Εργαστήριο, Διαδραστική διδασκαλία, Εκπαιδευτικές επισκέψεις, Εκπόνηση μελέτης (project), Συγγραφή εργασίας / εργασιών, Καλλιτεχνική δημιουργία, κ.λπ.  Αναγράφονται οι ώρες μελέτης του φοιτητή για κάθε μαθησιακή δραστηριότητα καθώς και οι ώρες μη καθοδηγούμενης μελέτης ώστε ο συνολικός φόρτος εργασίας σε επίπεδο εξαμήνου να αντιστοιχεί στα standards του ECTS</p>	<p><b>Δραστηριότητα</b></p> <table border="1"> <tr> <td>Διαλέξεις</td> <td>87,5</td> </tr> <tr> <td>Μελέτες περιπτώσεων</td> <td>35</td> </tr> <tr> <td>Διαδραστική διδασκαλία</td> <td>30</td> </tr> <tr> <td>Μελέτη και ανάλυση βιβλιογραφίας</td> <td>35</td> </tr> <tr> <td><b>Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)</b></td> <td><b>187,5</b></td> </tr> </table>	Διαλέξεις	87,5	Μελέτες περιπτώσεων	35	Διαδραστική διδασκαλία	30	Μελέτη και ανάλυση βιβλιογραφίας	35	<b>Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)</b>	<b>187,5</b>	<p><b>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</b></p>
Διαλέξεις	87,5											
Μελέτες περιπτώσεων	35											
Διαδραστική διδασκαλία	30											
Μελέτη και ανάλυση βιβλιογραφίας	35											
<b>Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)</b>	<b>187,5</b>											

<p><b>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ</b></p> <p>Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης</p> <p>Γλώσσα Αξιολόγησης, Μέθοδοι αξιολόγησης, Διαμορφωτική ή Συμπερασματική, Δοκιμασία Πολλαπλής Επιλογής, Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης, Ερωτήσεις Ανάπτυξης Δοκιμίων, Επίλυση Προβλημάτων, Γραπτή Εργασία, Έκθεση / Αναφορά, Προφορική Εξέταση, Δημόσια Παρουσίαση, Εργαστηριακή Εργασία, Κλινική Εξέταση Ασθενούς, Καλλιτεχνική Ερμηνεία, Άλλη / Άλλες</p> <p>Αναφέρονται ρητά προσδιορισμένα κριτήρια αξιολόγησης και εάν και που είναι προσβάσιμα από τους φοιτητές;</p>	<p>Τελική γραπτή εξέταση. Τα θέματα απαιτούν αναλυτικές απαντήσεις που συνδυάζουν κριτική σκέψη και γνώση των εννοιών του μαθήματος. 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.</p> <p>Γλώσσα Αξιολόγησης: Ελληνική</p>
---	---

#### 5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

<p>-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :</p> <p>Μπάλας, Γ. και Παπασταθοπούλου, Π. (2021). Συμπεριφορά Καταναλωτή, Εκδόσεις Rosili.</p> <p>Schiff man, L. &amp; Kanuk, L. (2019), Consumer Behavior, 12<sup>th</sup> edition, Prentice Hall.</p> <p>Solomon, M., Bamossy, G, Askegaard, S. &amp; Hogg, M. (2019), Consumer Behaviour: A European Perspective, 7<sup>th</sup> edition, Pearson.</p> <p>-Συναφή επιστημονικά περιοδικά:</p> <p>Journal of Consumer Behavior</p> <p>Journal of Consumer Research</p> <p>Journal of Consumer Psychology</p> <p>Psychology and Marketing</p>
--

#### 1. ΓΕΝΙΚΑ

<b>ΣΧΟΛΗ</b>	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
<b>ΤΜΗΜΑ</b>	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
<b>ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ		
<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	bm51102	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	1 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>		<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>
σε περίπτωση που οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται σε διακριτά μέρη του μαθήματος π.χ. Διαλέξεις, Εργαστηριακές Ασκήσεις κ.λπ. Αν οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται ενιαία για το σύνολο του μαθήματος αναγράψτε τις εβδομαδιαίες ώρες διδασκαλίας και το σύνολο των πιστωτικών μονάδων			

	ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ	3	7,5
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.			
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b> Υποβάθρου , Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων	Επιστημονικής Περιοχής		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>	ΟΧΙ		
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΑ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="https://www.dept.aueb.gr/el/marketing/fulltime/content/programmes/structure">https://www.dept.aueb.gr/el/marketing/fulltime/content/programmes/structure</a>		

## 2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

### Μαθησιακά Αποτελέσματα

Περιγράφονται τα μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος οι συγκεκριμένες γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες καταλλήλου επιπέδου που θα αποκτήσουν οι φοιτητές μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος.

Συμβουλευτείτε το Παράρτημα Α

- Περιγραφή του Επιπέδου των Μαθησιακών Αποτελεσμάτων για κάθε ένα κύκλο σπουδών σύμφωνα με Πλαίσιο Προσόντων του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανώτατης Εκπαίδευσης
- Περιγραφικοί Δείκτες Επιπέδων 6, 7 & 8 του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων Διά Βίου Μάθησης και Παράρτημα Β
- Περιληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων

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

- Να κατανοούν τη λειτουργία της διαφήμισης και τη σχέση της με άλλα εργαλεία επικοινωνίας.
- Να κατανοούν την έννοια και τη σημαντικότητα της ολοκληρωμένης επικοινωνίας.
- Να γνωρίζουν και να μπορούν να εφαρμόσουν τη διαδικασία σχεδιασμού ενός προγράμματος ολοκληρωμένης επικοινωνίας.
- Να κατανοούν τον ρόλο κάθε εργαλείου επικοινωνίας τόσο μεμονωμένα όσο και από την πλευρά μιας ολοκληρωμένης στρατηγικής.
- Να αξιολογούν την αποτελεσματικότητα ενός σχεδίου ολοκληρωμένης επικοινωνίας.
- Να αναπτύσσουν δικά τους σχέδια ολοκληρωμένης επικοινωνίας και να αξιολογούν την αποτελεσματικότητά τους.

### Γενικές Ικανότητες

Λαμβάνοντας υπόψη τις γενικές ικανότητες που πρέπει να έχει αποκτήσει ο πτυχιούχος (όπως αυτές αναγράφονται στο Παράρτημα Διπλώματος και παρατίθενται ακολούθως) σε ποια / ποιες από αυτές αποσκοπεί το μάθημα;

Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση

Σχεδιασμός και διαχείριση έργων

δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση

Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην



<i>και των απαραίτητων τεχνολογιών</i>	<i>πολυπολιτισμικότητα</i>
<i>Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</i>	<i>Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον</i>
<i>Λήψη αποφάσεων</i>	<i>Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής</i>
<i>Αυτόνομη εργασία</i>	<i>υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου</i>
<i>Ομαδική εργασία</i>	<i>Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής</i>
<i>Εργασία σε διεθνές περιβάλλον</i>	<i>Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής</i>
<i>Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον</i>	<i>σκέψης</i>
<i>Το μάθημα αποσκοπεί στο σύνολο των παραπάνω γενικών ικανοτήτων.</i>	

### 3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Το μάθημα στοχεύει στο να αναγνωρίσουν οι φοιτητές τη στενή σχέση μεταξύ διαφημιστικής στρατηγικής και στρατηγικής μάρκετινγκ και να κατανοήσουν τους μηχανισμούς που καθορίζουν την αποτελεσματικότητα μιας διαφημιστικής καμπάνιας και ενός προγράμματος ολοκληρωμένης επικοινωνίας μάρκετινγκ. Κατά τη διάρκεια του μαθήματος, παρουσιάζονται τα διαθέσιμα εργαλεία επικοινωνίας και οι τρόποι συνδυασμένης και αποτελεσματικότερης χρήσης τους. Επίσης, αναλύονται τα βήματα και η διαδικασία δημιουργίας ενός σχεδίου ολοκληρωμένης επικοινωνίας καθώς και οι μέθοδοι αξιολόγησης της αποτελεσματικότητας του. Το μάθημα επικεντρώνεται στις κλασικές και σύγχρονες θεωρητικές και εμπειρικές προσεγγίσεις στη μελέτη της διαφήμισης (π.χ. ιεραρχικά μοντέλα των επιδράσεων της διαφήμισης, διαφήμιση σε συνθήκες υψηλής και χαμηλής ανάμειξης, πλέγματα καθορισμού διαφημιστικών στόχων και στρατηγικής) και εξετάζει σε βάθος τόσο τη στρατηγική (π.χ. ολοκληρωμένη επικοινωνιακή στρατηγική, καθορισμός στόχων, ανάπτυξη δημιουργικού σχεδίου, προϋπολογισμός, σχεδιασμός μέσων και μέτρηση αποτελεσματικότητας) όσο και τη δημιουργική πλευρά της διαφήμισης (δημιουργική διαδικασία, ανάπτυξη μηνύματος, τεχνικές, είδη επικλήσεων). Εξετάζονται επίσης συνοπτικά και άλλα εργαλεία επικοινωνίας μάρκετινγκ όπως η προώθηση πωλήσεων, η προσωπική πώληση, οι δημόσιες σχέσεις, η ψηφιακή επικοινωνία κ.λπ. καθώς και η συνδυαστική τους χρήση.

- Αρχές της Ολοκληρωμένης Επικοινωνίας Μάρκετινγκ (IMC)
- Εργαλεία Marcom: Επισκόπηση
- Διαφήμιση
  - Εισαγωγή
  - Ο ρόλος της διαφήμισης στο IMC
  - Η εξέλιξη της διαφήμισης
  - Ηθικά, κανονιστικά και νομικά ζητήματα στη διαφήμιση
  - Ιεραρχικά μοντέλα διαφημιστικών επιδράσεων
  - Διαφήμιση υπό συνθήκες υψηλής και χαμηλής ανάμειξης
  - Μοντέλα σχεδιασμού διαφήμισης: Καθορισμός διαφημιστικών στόχων
  - Δημιουργική στρατηγική
  - Στρατηγική μηνυμάτων και διαφημιστικές επικλήσεις
  - Διαφημιστικά μέσα και σχεδιασμός μέσων
- Άλλα εργαλεία επικοινωνίας μάρκετινγκ
  - Προώθηση πωλήσεων
  - Προσωπική πώληση
  - Άμεσο μάρκετινγκ
  - Δημόσιες σχέσεις, Δημοσιότητα
  - Διαδραστική επικοινωνία
  - Εναλλακτικά εργαλεία
- Αξιολόγηση των προγραμμάτων Ολοκληρωμένης Επικοινωνίας Μάρκετινγκ

**4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ**

<p><b>ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ</b> Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.</p>	<p>Πρόσωπο με πρόσωπο</p>															
<p><b>ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ</b> Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</p>	<p>Χρήση Τ.Π.Ε. στη διδασκαλία, στην εργαστηριακή εκπαίδευση και στην επικοινωνία με τους φοιτητές</p>															
<p><b>ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b> Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη &amp; ανάλυση βιβλιογραφίας, Φροντιστήριο, Πρακτική (Τοποθέτηση), Κλινική Άσκηση, Καλλιτεχνικό Εργαστήριο, Διαδραστική διδασκαλία, Εκπαιδευτικές επισκέψεις, Εκπόνηση μελέτης (project), Συγγραφή εργασίας / εργασιών, Καλλιτεχνική δημιουργία, κ.λπ.  Αναγράφονται οι ώρες μελέτης του φοιτητή για κάθε μαθησιακή δραστηριότητα καθώς και οι ώρες μη καθοδηγούμενης μελέτης ώστε ο συνολικός φόρτος εργασίας σε επίπεδο εξαμήνου να αντιστοιχεί στα standards του ECTS</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="641 562 1078 632">Δραστηριότητα</th> <th data-bbox="1092 562 1383 632">Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="641 638 1078 667">Διαλέξεις στην τάξη</td> <td data-bbox="1092 638 1383 667">21</td> </tr> <tr> <td data-bbox="641 674 1078 743">Μελέτη και ανάλυση βιβλιογραφίας</td> <td data-bbox="1092 674 1383 743">40</td> </tr> <tr> <td data-bbox="641 749 1078 779">Εκπόνησης μελέτης (project)</td> <td data-bbox="1092 749 1383 779">47</td> </tr> <tr> <td data-bbox="641 785 1078 814">Αυτοτελής μελέτη</td> <td data-bbox="1092 785 1383 814">76,5</td> </tr> <tr> <td data-bbox="641 821 1078 850">Διαλέξεις επισκεπτών</td> <td data-bbox="1092 821 1383 850">3</td> </tr> <tr> <td data-bbox="641 856 1078 949"><b>Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)</b></td> <td data-bbox="1092 856 1383 949"><b>187,5</b></td> </tr> </tbody> </table>	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου	Διαλέξεις στην τάξη	21	Μελέτη και ανάλυση βιβλιογραφίας	40	Εκπόνησης μελέτης (project)	47	Αυτοτελής μελέτη	76,5	Διαλέξεις επισκεπτών	3	<b>Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)</b>	<b>187,5</b>	
Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου															
Διαλέξεις στην τάξη	21															
Μελέτη και ανάλυση βιβλιογραφίας	40															
Εκπόνησης μελέτης (project)	47															
Αυτοτελής μελέτη	76,5															
Διαλέξεις επισκεπτών	3															
<b>Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)</b>	<b>187,5</b>															
<p><b>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ</b> Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης  Γλώσσα Αξιολόγησης, Μέθοδοι αξιολόγησης, Διαμορφωτική ή Συμπερασματική, Δοκιμασία Πολλαπλής Επιλογής, Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης, Ερωτήσεις Ανάπτυξης Δοκιμιών, Επίλυση Προβλημάτων, Γραπτή Εργασία, Έκθεση / Αναφορά, Προφορική Εξέταση, Δημόσια Παρουσίαση, Εργαστηριακή Εργασία, Κλινική Εξέταση Ασθενούς, Καλλιτεχνική Ερμηνεία, Άλλη / Άλλες</p>	<p>Η αξιολόγηση των φοιτητών γίνεται με γραπτή εξέταση στο τέλος του εξαμήνου, η οποία αποτελεί το 75% της τελικής αξιολόγησης του φοιτητή και με γραπτή εργασία (project) που είναι το 25% της τελικής αξιολόγησης του φοιτητή.  Γλώσσα αξιολόγησης: Ελληνική  Τα κριτήρια αξιολόγησης είναι προσβάσιμα μέσω του eclass</p>															

Αναφέρονται ρητά προσδιορισμένα κριτήρια αξιολόγησης και εάν και που είναι προσβάσιμα από τους φοιτητές;

## 5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία

Arens, W. F. , & Weigold, M. F. (2021). *M: Advertising* (4<sup>th</sup> Ed.). New York: McGraw-Hill.

Arens, W. F. , & Weigold, M. F., & Arens, C. (2021). *Contemporary Advertising and Integrated Marketing Communications* (16<sup>th</sup> Ed.). New York: McGraw-Hill.

Batra R., Myers J. G., & Aaker D. A. (1996). *Advertising Management* (5<sup>th</sup> Ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Belch, G. E., & Belch, M. A. (2020). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective* (12<sup>th</sup> Ed.). New York: McGraw-Hill.

Clow, K. E. & Baack, D. E. (2017). *Integrated Advertising, Promotion and Marketing Communications: Global Edition* (8<sup>th</sup> ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson.

Hackley, c. (2005). *Advertising and Promotion: Communicating Brands*. London, UK: Sage.

Katz, H. (2010). *The Media Handbook: A Complete Guide to Advertising Media Selection, Planning, Research, and Buying* (4<sup>th</sup> Ed.). New York: Routledge.

Percy, L. (2008). *Strategic Integrated Marketing Communications*. Burlington, MA: Elsevier.

Rossiter J. R. & Percy L. (1997). *Advertising Communications and Promotion Management* (2<sup>nd</sup> Ed.). New York: McGraw Hill.

Lane R. W., King, K, & Reichert, T. (2010). *Kleppner's Advertising Procedure* (18<sup>th</sup> Ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Moriarty, S., Mitchell, N., Wood, C., & Wells, W. D. (2018). *Advertising & IMC: Principles and Practice* (11<sup>th</sup> Ed.). New York: Pearson.

Schultz D. E. & Schultz H. (2004). *IMC, The Next Generation: Five Steps for Delivering Value and Measuring Returns Using Marketing Communication*. New York: McGraw-Hill.

Sissors J. Z. and Baron R. B. (2010). *Advertising Media Planning*, (7<sup>th</sup> Ed.). New York: McGraw-Hill.

Ζώτος, Γ. Χ., Ζώτου Α., Γ., Κυρούση Α., Μπουτσούκη Χ., Πάλλα Π., & Χατζηθωμάς Λ. Δ. (2018). *Διαφήμιση: Σχεδιασμός, Ανάπτυξη, Αποτελεσματικότητα* (6<sup>η</sup> έκδ.). Θεσσαλονίκη: University Studio Press.

-Επιστημονικά Περιοδικά

*Consumer Psychology Review, European Journal of Marketing, Harvard Business Review, International Marketing Review, International Journal of Advertising, Journal of Advertising, Journal of Advertising Research, Journal of Consumer Psychology, Journal of Consumer Research, Journal of Economic Psychology, Journal of Marketing, Journal of Marketing Research, Journal of the Academy of Marketing Science.*

## 1. ΓΕΝΙΚΑ

<b>ΣΧΟΛΗ</b>	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
<b>ΤΜΗΜΑ</b>	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
<b>ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ		
<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	bm51104	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	1 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ &amp; ΕΡΕΥΝΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b> σε περίπτωση που οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται σε διακριτά μέρη του μαθήματος π.χ. Διαλέξεις, Εργαστηριακές Ασκήσεις κ.λπ. Αν οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται ενιαία για το σύνολο του μαθήματος αναγράψτε τις εβδομαδιαίες ώρες διδασκαλίας και το σύνολο των πιστωτικών μονάδων	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ	3	7,5	
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.			
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b> Υποβάθρου , Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων	Επιστημονικής Περιοχής		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>	ΟΧΙ		
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΑ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="https://www.dept.aueb.gr/el/marketing/fulltime/content/program_meststructure">https://www.dept.aueb.gr/el/marketing/fulltime/content/program_meststructure</a>		

## 2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

<p><b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b> Περιγράφονται τα μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος οι συγκεκριμένες γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες καταλλήλου επιπέδου που θα αποκτήσουν οι φοιτητές μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος.</p> <p>Συμβουλευτείτε το Παράρτημα Α</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Περιγραφή του Επιπέδου των Μαθησιακών Αποτελεσμάτων για κάθε ένα κύκλο σπουδών σύμφωνα με Πλαίσιο Προσόντων του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανώτατης Εκπαίδευσης</li> <li>• Περιγραφικοί Δείκτες Επιπέδων 6, 7 &amp; 8 του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων Διά Βίου Μάθησης και Παράρτημα Β</li> <li>• Περιληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων</li> </ul> <p>Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι συμμετέχοντες θα είναι σε θέση να:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Περιγράφουν τη διαδικασία της έρευνας αγοράς</li> </ul>
---

- Διακρίνουν τα διαφορά είδη έρευνας
- Εξετάζουν την ορθότητα μιας προτεινόμενης ερευνητικής μεθοδολογίας
- Σχεδιάζουν μια αποτελεσματική έρευνα
- Εξηγούν και να ερμηνεύουν τα αποτελέσματα μιας έρευνας
- Αξιολογούν κριτικά μια πραγματοποιηθείσα έρευνα αγοράς

#### Γενικές Ικανότητες

Λαμβάνοντας υπόψη τις γενικές ικανότητες που πρέπει να έχει αποκτήσει ο πτυχιούχος (όπως αυτές αναγράφονται στο Παράρτημα Διπλώματος και παρατίθενται ακολούθως) σε ποια / ποιες από αυτές αποσκοπεί το μάθημα;

Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών  
 Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις  
 Λήψη αποφάσεων  
 Αυτόνομη εργασία  
 Ομαδική εργασία  
 Εργασία σε διεθνές περιβάλλον  
 Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον  
 Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών

Σχεδιασμός και διαχείριση έργων  
 Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα  
 Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον  
 Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου  
 Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής  
 Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών  
 Λήψη αποφάσεων  
 Ομαδική εργασία  
 Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής

### 3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Το μάθημα αυτό αποσκοπεί στο να δώσει στους συμμετέχοντες τα απαραίτητα εργαλεία που απαιτούνται ώστε να γίνουν ευφυείς χρήστες της έρευνας αγοράς. Ο στόχος του μαθήματος είναι να κατανοήσουν οι συμμετέχοντες 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 αφιερώνεται στη μεθοδολογία διεξαγωγής μιας ολοκληρωμένης έρευνας αγοράς. Το μάθημα καλύπτει θέματα, όπως: η διαδικασία της έρευνας μάρκετινγκ/αγοράς, τα είδη της έρευνας, οι μέθοδοι συλλογής στοιχείων/δεδομένων, η δειγματοληψία και η στατιστική ανάλυση στοιχείων/δεδομένων.

### 4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

<b>ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ</b> Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.	Πρόσωπο με πρόσωπο
<b>ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ</b> Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές	Ναι

<b>ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>Δραστηριότητα</b>	<b>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</b>
<p>Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη &amp; ανάλυση βιβλιογραφίας, Φροντιστήριο, Πρακτική (Τοποθέτηση), Κλινική Άσκηση, Καλλιτεχνικό Εργαστήριο, Διαδραστική διδασκαλία, Εκπαιδευτικές επισκέψεις, Εκπόνηση μελέτης (project), Συγγραφή εργασίας / εργασιών, Καλλιτεχνική δημιουργία, κ.λπ.</p> <p>Αναγράφονται οι ώρες μελέτης του φοιτητή για κάθε μαθησιακή δραστηριότητα καθώς και οι ώρες μη καθοδηγούμενης μελέτης ώστε ο συνολικός φόρτος εργασίας σε επίπεδο εξαμήνου να αντιστοιχεί στα standards του ECTS</p>	Διαλέξεις	21
	Φροντιστήρια	21
	Εκπόνηση μελέτης (project)	80
	Μελέτη	65,5
	<b>Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)</b>	<b>187,5</b>
	<p><b>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ</b></p> <p>Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης</p> <p>Γλώσσα Αξιολόγησης, Μέθοδοι αξιολόγησης, Διαμορφωτική ή Συμπερασματική, Δοκιμασία Πολλαπλής Επιλογής, Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης, Ερωτήσεις Ανάπτυξης Δοκιμίων, Επίλυση Προβλημάτων, Γραπτή Εργασία, Έκθεση / Αναφορά, Προφορική Εξέταση, Δημόσια Παρουσίαση, Εργαστηριακή Εργασία, Κλινική Εξέταση Ασθενούς, Καλλιτεχνική Ερμηνεία, Άλλη / Άλλες</p> <p>Αναφέρονται ρητά προσδιορισμένα κριτήρια αξιολόγησης και εάν και που είναι προσβάσιμα από τους φοιτητές;</p>	<p>Γραπτή εξέταση ανάπτυξης</p> <p>Οι φοιτητές καλούνται να επιλύσουν ένα «πραγματικό» διοικητικό/ερευνητικό πρόβλημα προτείνοντας την κατάλληλη ερευνητική μεθοδολογία, επιλέγοντας τις απαραίτητες μεθόδους έρευνας, σχεδιάζοντας ένα αποτελεσματικό εργαλείο συλλογής στοιχείων, επιλέγοντας την ορθή μέθοδο συλλογής δεδομένων με το σχεδιασμένο εργαλείο και πραγματοποιώντας τις κατάλληλες στατιστικές αναλύσεις για την εξαγωγή χρήσιμων συμπερασμάτων για διοικητικό στέλεχος.</p> <p>Γλώσσα αξιολόγησης: Ελληνική</p> <p>Αναλύονται διεξοδικά στο μάθημα και στην περιγραφή του μαθήματος (syllabus).</p>

#### 5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :  
Μέθοδοι Έρευνας Αγοράς, Β. Σταθακόπουλος, Εκδόσεις UNIBOOKS 2017  
Marketing Research, Alvin Burns and Ann Veeck, Pearson, 9<sup>th</sup> edition. 2020

Εκπαιδευτικό υλικό από το e-class του ΟΠΑ

## 1. ΓΕΝΙΚΑ

<b>ΣΧΟΛΗ</b>	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
<b>ΤΜΗΜΑ</b>	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
<b>ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ		
<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	bm51105	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	2 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΠΡΟΙΟΝΤΟΣ &amp; ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b> σε περίπτωση που οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται σε διακριτά μέρη του μαθήματος π.χ. Διαλέξεις, Εργαστηριακές Ασκήσεις κ.λπ. Αν οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται ενιαία για το σύνολο του μαθήματος αναγράψτε τις εβδομαδιαίες ώρες διδασκαλίας και το σύνολο των πιστωτικών μονάδων		<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>
	ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ	3	7,5
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.			
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b> Υποβάθρου , Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων	Υποβάθρου		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>	ΟΧΙ		
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΑ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="https://www.dept.aueb.gr/el/marketing/fulltime/content/programmestructure">https://www.dept.aueb.gr/el/marketing/fulltime/content/programmestructure</a>		

## 2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

### Μαθησιακά Αποτελέσματα

Περιγράφονται τα μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος οι συγκεκριμένες γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες καταλλήλου επιπέδου που θα αποκτήσουν οι φοιτητές μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος.

Συμβουλευτείτε το Παράρτημα Α

- Περιγραφή του Επιπέδου των Μαθησιακών Αποτελεσμάτων για κάθε ένα κύκλο σπουδών σύμφωνα με Πλαίσιο Προσόντων του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανώτατης Εκπαίδευσης
- Περιγραφικοί Δείκτες Επιπέδων 6, 7 & 8 του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων Διά Βίου Μάθησης και Παράρτημα Β
- Περιληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων

- Απόκτηση γνώσεων για βασικές και εξειδικευμένες θεωρητικές έννοιες προϊόντος και καινοτομίας.
- Εις βάθος κατανόηση κάθε βασικής και εξειδικευμένης θεωρητικής έννοιας, μέσω της χρήσης πρακτικών εφαρμογών πολιτικής προϊόντος από επιχειρήσεις διαφόρων κλάδων.
- Παραπομπή των φοιτητών σε εξειδικευμένες εμπειρικές μελέτες πολιτικής προϊόντος και καινοτομίας, με στόχο την από πλευράς τους κατανόηση της αξίας που απορρέει από δημοσιεύματα σε έγκριτα διεθνή επιστημονικά περιοδικά στο γνωστικό αντικείμενο του μαθήματος.

#### Γενικές Ικανότητες

Λαμβάνοντας υπόψη τις γενικές ικανότητες που πρέπει να έχει αποκτήσει ο πτυχιούχος (όπως αυτές αναγράφονται στο Παράρτημα Διπλώματος και παρατίθενται ακολούθως) σε ποια / ποιες από αυτές αποσκοπεί το μάθημα:

Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών  
Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις  
Λήψη αποφάσεων  
Αυτόνομη εργασία  
Ομαδική εργασία  
Εργασία σε διεθνές περιβάλλον  
Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον  
Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών

Σχεδιασμός και διαχείριση έργων  
Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα  
Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον  
Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου  
Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής  
Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

- Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών
- Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις
- Λήψη αποφάσεων
- Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών
- Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα

### 3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Οι διαλέξεις καλύπτουν τις ακόλουθες ευρείες ενότητες:

- Γενικές αρχές, όπου αναλύονται τα επίπεδα προϊόντος και η σημασία τους.
- Τύποι προϊόντων αποφάσεων που καλείται να λάβει η επιχείρηση και που αφορούν στους τύπους προϊόντος, το υλικό προϊόν και το άυλο/διευρυμένο προϊόν.
- Πολιτική επωνυμίας και μάρκας, η οποία περιλαμβάνει αποφάσεις που αφορούν στην επιλογή ονόματος, τις εναλλακτικές οδούς υποστήριξης μάρκας και τις διαθέσιμες τακτικές ανάπτυξης μάρκας.
- Διαδικασία ανάπτυξης νέων προϊόντων, όπου δίδεται έμφαση αφενός μεν στην ακολουθία των σταδίων που πρέπει να διέλθει η επιχείρηση προκειμένου να μεγιστοποιήσει τις πιθανότητες επιτυχίας του νέου προϊόντος, αφετέρου δε στον παράγοντα τύχη, ο οποίος πολλές φορές συμβάλλει στην επιτυχία του νέου προϊόντος.
- Διαδικασία κατάργησης προϊόντων, η οποία συνεισφέρει στην οικοδόμηση ενός συντεταγμένου μείγματος προϊόντων από πλευράς μήκους και βάθους των επιμέρους γραμμών και στην εξασφάλιση πόρων για έρευνα και ανάπτυξη νέων καινοτομικών προϊόντων.



#### 4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

<p><b>ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ</b> Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.</p>	<p>Πρόσωπο με πρόσωπο</p>	
<p><b>ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ</b> Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</p>	<p>Ναι</p>	
<p><b>ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b> Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη &amp; ανάλυση βιβλιογραφίας, Φροντιστήριο, Πρακτική (Τοποθέτηση), Κλινική Άσκηση, Καλλιτεχνικό Εργαστήριο, Διαδραστική διδασκαλία, Εκπαιδευτικές επισκέψεις, Εκπόνηση μελέτης (project), Συγγραφή εργασίας / εργασιών, Καλλιτεχνική δημιουργία, κ.λπ.  Αναγράφονται οι ώρες μελέτης του φοιτητή για κάθε μαθησιακή δραστηριότητα καθώς και οι ώρες μη καθοδηγούμενης μελέτης ώστε ο συνολικός φόρτος εργασίας σε επίπεδο εξαμήνου να αντιστοιχεί στα standards του ECTS</p>	<p><b>Δραστηριότητα</b></p>	<p><b>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</b></p>
	<p>Διαλέξεις</p>	<p>100.00</p>
	<p>Μελέτη και ανάλυση βιβλιογραφίας</p>	<p>87.50</p>
	<p><b>Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)</b></p>	<p><b>187,5</b></p>
<p><b>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ</b> Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης  Γλώσσα Αξιολόγησης, Μέθοδοι αξιολόγησης, Διαμορφωτική ή Συμπερασματική, Δοκιμασία Πολλαπλής Επιλογής, Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης, Ερωτήσεις Ανάπτυξης Δοκιμίων, Επίλυση Προβλημάτων, Γραπτή Εργασία, Έκθεση / Αναφορά, Προφορική Εξέταση, Δημόσια Παρουσίαση, Εργαστηριακή Εργασία, Κλινική Εξέταση Ασθενούς, Καλλιτεχνική Ερμηνεία, Άλλη / Άλλες</p>	<p>Γλώσσα Αξιολόγησης: Ελληνικά  Μέθοδοι αξιολόγησης: γραπτή εξέταση, μέσω ερωτήσεων που απαιτούν σύντομες και τεκμηριωμένες απαντήσεις σε θέματα πολιτικής προϊόντος και καινοτομίας. Οι ερωτήσεις απαιτούν καλή γνώση του θεωρητικού υποβάθρου του μαθήματος και ικανότητα εφαρμογής του εν λόγω υποβάθρου σε πρακτικά προβλήματα πολιτικής προϊόντος και καινοτομίας. Για τις απαιτήσεις της γραπτής εξέτασης στο συγκεκριμένο μάθημα, οι φοιτητές ενημερώνονται κατά την εναρκτήρια διάλεξη και τους παρέχονται σχετικές υπενθυμίσεις κατά τη διάρκεια των διαλέξεων. Τα κριτήρια αξιολόγησης είναι αναρτημένα και στην σελίδα του συγκεκριμένου μαθήματος στο e-class του ΟΠΑ.</p>	

Αναφέρονται ρητά προσδιορισμένα κριτήρια αξιολόγησης και εάν και που είναι προσβάσιμα από τους φοιτητές;

##### 5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη βιβλιογραφία και ενδεικτικές εμπειρικές μελέτες που χρησιμοποιούνται κατά τις διαλέξεις:

«Αποτελεσματική Διοίκηση Χαρτοφυλακίου Προϊόντων και Υπηρεσιών», Εκδόσεις Σταμούλης, Αθήνα, 2004 (Γ. Αυλωνίτης και Π. Παπασταθοπούλου).

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.

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.

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.

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.

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.

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

*European Journal of Marketing*

*Industrial Marketing Management*

*International Journal of Research in Marketing*

*Journal of Consumer Research*

*Journal of Marketing*

*Journal of Marketing Research*

*Journal of Product Innovation Management*

*Journal of the Academy of Marketing Science*

## 1. ΓΕΝΙΚΑ

<b>ΣΧΟΛΗ</b>	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
<b>ΤΜΗΜΑ</b>	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
<b>ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ		
<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	bm51108	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	2 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b> σε περίπτωση που οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται σε διακριτά μέρη του μαθήματος π.χ. Διαλέξεις, Εργαστηριακές Ασκήσεις κ.λπ. Αν οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται ενιαία για το σύνολο του μαθήματος αναγράψτε τις εβδομαδιαίες ώρες διδασκαλίας και το σύνολο των πιστωτικών μονάδων	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ	3	7,5	
<i>Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.</i>			
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b> <i>Υποβάθρου, Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων</i>	Γενικών Γνώσεων		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>	Δεν υπάρχουν		
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΑ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="https://www.dept.aueb.gr/el/marketing/fulltime/content/programmestructure">https://www.dept.aueb.gr/el/marketing/fulltime/content/programmestructure</a>		

## 2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

### Μαθησιακά Αποτελέσματα

Περιγράφονται τα μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος οι συγκεκριμένες γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες καταλλήλου επιπέδου που θα αποκτήσουν οι φοιτητές μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος.

Συμβουλευτείτε το Παράρτημα Α

- Περιγραφή του Επιπέδου των Μαθησιακών Αποτελεσμάτων για κάθε ένα κύκλο σπουδών σύμφωνα με Πλαίσιο Προσόντων του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανώτατης Εκπαίδευσης
- Περιγραφικοί Δείκτες Επιπέδων 6, 7 & 8 του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων Διά Βίου Μάθησης και Παράρτημα Β
- Περιληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων

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

- Περιγράφουν το στρατηγικό πλαίσιο αναφοράς μιας επιχείρησης
- Διακρίνουν τα διάφορα επίπεδα στρατηγικής
- Εξετάζουν εναλλακτικές στρατηγικές μάρκετινγκ
- Σχεδιάζουν μια αποτελεσματική στρατηγική μάρκετινγκ
- Προτείνουν τις κατάλληλες τακτικές μάρκετινγκ
- Αξιολογούν την αποτελεσματικότητα μιας στρατηγικής μάρκετινγκ από τη χρηματοοικονομική σκοπιά

#### Γενικές Ικανότητες

Λαμβάνοντας υπόψη τις γενικές ικανότητες που πρέπει να έχει αποκτήσει ο πτυχιούχος (όπως αυτές αναγράφονται στο Παράρτημα Διπλώματος και παρατίθενται ακολούθως) σε ποια / ποιες από αυτές αποσκοπεί το μάθημα;

Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών  
 Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις  
 Λήψη αποφάσεων  
 Αυτόνομη εργασία  
 Ομαδική εργασία  
 Εργασία σε διεθνές περιβάλλον  
 Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον  
 Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών

Σχεδιασμός και διαχείριση έργων  
 Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα  
 Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον  
 Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου  
 Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής  
 Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

Επιλέξτε από τα προηγούμενα

Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών  
 Λήψη αποφάσεων  
 Ομαδική εργασία  
 Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής

### 3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Το μάθημα αυτό αποσκοπεί στο να δώσει την δυνατότητα στους σπουδαστές να σχεδιάζουν και να υλοποιούν επιχειρησιακές στρατηγικές μάρκετινγκ, σε ένα δυναμικό και ανταγωνιστικό περιβάλλον, ενεργώντας σαν πραγματικά διοικητικά στελέχη. Ως τέτοιο, το μάθημα δεν έχει σαν βασικό του αντικείμενο μια μόνο από τις λειτουργίες της επιχείρησης (πχ λογιστική, μάρκετινγκ, διοίκηση παραγωγής ή χρηματοδότηση). Επίκεντρό του είναι η επιχείρηση ως σύνολο, και στόχος του να ενοποιήσει τις αποκτηθείσες γνώσεις για την επίλυση των στρατηγικών θεμάτων που καλούνται να αντιμετωπίσουν οι επιχειρήσεις. Το μάθημα καλύπτει θέματα, όπως: το ανταγωνιστικό περιβάλλον, τα διάφορα είδη στρατηγικής, οι χρηματοοικονομικές διαστάσεις της στρατηγικής μάρκετινγκ, η επιλογή της κατάλληλης στρατηγικής μάρκετινγκ και οι συνακόλουθες τακτικές μάρκετινγκ.

### 4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

#### ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ

Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.

Πρόσωπο με Πρόσωπο

<p><b>ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ</b> Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</p>	<p>ΝΑΙ</p>											
<p><b>ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b> Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη &amp; ανάλυση βιβλιογραφίας, Φροντιστήριο, Πρακτική (Τοποθέτηση), Κλινική Άσκηση, Καλλιτεχνικό Εργαστήριο, Διαδραστική διδασκαλία, Εκπαιδευτικές επισκέψεις, Εκπόνηση μελέτης (project), Συγγραφή εργασίας / εργασιών, Καλλιτεχνική δημιουργία, κ.λπ.  Αναγράφονται οι ώρες μελέτης του φοιτητή για κάθε μαθησιακή δραστηριότητα καθώς και οι ώρες μη καθοδηγούμενης μελέτης ώστε ο συνολικός φόρτος εργασίας σε επίπεδο εξαμήνου να αντιστοιχεί στα standards του ECTS</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="643 411 1130 485"><b>Δραστηριότητα</b></th> <th data-bbox="1130 411 1464 485"><b>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</b></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="643 485 1130 520">Διαλέξεις</td> <td data-bbox="1130 485 1464 520">21</td> </tr> <tr> <td data-bbox="643 520 1130 594">Εργαστηριακή Άσκηση/Παιχνίδι προσομείωσης</td> <td data-bbox="1130 520 1464 594">21</td> </tr> <tr> <td data-bbox="643 594 1130 630">Μελέτη</td> <td data-bbox="1130 594 1464 630">145,5</td> </tr> <tr> <td data-bbox="643 630 1130 741"><b>Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)</b></td> <td data-bbox="1130 630 1464 741"><b>187,5</b></td> </tr> </tbody> </table>		<b>Δραστηριότητα</b>	<b>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</b>	Διαλέξεις	21	Εργαστηριακή Άσκηση/Παιχνίδι προσομείωσης	21	Μελέτη	145,5	<b>Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)</b>	<b>187,5</b>
<b>Δραστηριότητα</b>	<b>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</b>											
Διαλέξεις	21											
Εργαστηριακή Άσκηση/Παιχνίδι προσομείωσης	21											
Μελέτη	145,5											
<b>Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)</b>	<b>187,5</b>											
<p><b>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ</b> Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης  Γλώσσα Αξιολόγησης, Μέθοδοι αξιολόγησης, Διαμορφωτική ή Συμπερασματική, Δοκιμασία Πολλαπλής Επιλογής, Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης, Ερωτήσεις Ανάπτυξης Δοκιμίων, Επίλυση Προβλημάτων, Γραπτή Εργασία, Έκθεση / Αναφορά, Προφορική Εξέταση, Δημόσια Παρουσίαση, Εργαστηριακή Εργασία, Κλινική Εξέταση Ασθενούς, Καλλιτεχνική Ερμηνεία, Άλλη / Άλλες  Αναφέρονται ρητά προσδιορισμένα κριτήρια αξιολόγησης και εάν και που είναι προσβάσιμα από τους φοιτητές;</p>	<p>Γραπτή εξέταση ανάπτυξης</p> <p>Οι φοιτητές καλούνται να αναλύσουν ένα «πραγματικό» πρόβλημα στρατηγικής (case study) για το οποίο το διοικητικό στέλεχος πρέπει να πάρει τις κατάλληλες στρατηγικές αποφάσεις. Στο πλαίσιο αυτό, οι φοιτητές πρέπει να επιλέξουν την κατάλληλη στρατηγική μάρκετινγκ και να αναπτύξουν με λεπτομέρειες τις συνακόλουθες τακτικές αποφάσεις. Τέλος, καλούνται να αποτυπώσουν τις χρηματοοικονομικές πτυχές της προτεινόμενης στρατηγικής.</p> <p>Αναλύονται διεξοδικά στο μάθημα και στην περιγραφή του μαθήματος (syllabus).</p>											

## 5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Στρατηγικό Μάρκετινγκ, Γεώργιος Σιώμκος, 5<sup>η</sup> έκδοση, Broken Hill, 2018.
2. Εκπαιδευτικό υλικό από το e-class του ΟΠΑ

### 1. ΓΕΝΙΚΑ

<b>ΣΧΟΛΗ</b>	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
<b>ΤΜΗΜΑ</b>	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
<b>ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ		
<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	bm51107	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	2 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ &amp; ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b> σε περίπτωση που οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται σε διακριτά μέρη του μαθήματος π.χ. Διαλέξεις, Εργαστηριακές Ασκήσεις κ.λπ. Αν οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται ενιαία για το σύνολο του μαθήματος αναγράψτε τις εβδομαδιαίες ώρες διδασκαλίας και το σύνολο των πιστωτικών μονάδων		<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>
	ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ	3	7,5
<i>Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.</i>			
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b> <i>Υποβάθρου, Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων</i>	Υποβάθρου		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>	ΟΧΙ		
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΑ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="https://www.dept.aueb.gr/el/marketing/fulltime/content/programmestructure">https://www.dept.aueb.gr/el/marketing/fulltime/content/programmestructure</a>		

### 2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

#### Μαθησιακά Αποτελέσματα

Περιγράφονται τα μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος οι συγκεκριμένες γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες καταλλήλου επιπέδου που θα αποκτήσουν οι φοιτητές μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος.

Συμβουλευτείτε το Παράρτημα Α

- Περιγραφή του Επιπέδου των Μαθησιακών Αποτελεσμάτων για κάθε ένα κύκλο σπουδών σύμφωνα με Πλαίσιο Προσόντων του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανώτατης Εκπαίδευσης

- Περιγραφικοί Δείκτες Επιπέδων 6, 7 & 8 του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων Διά Βίου Μάθησης και Παράρτημα Β
- Περιληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων

Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές θα πρέπει:

- Να εφαρμόζουν μοντέλα τμηματοποίησης, μοντέλα ομαδοποίησης και μοντέλα δέντρων κατηγοριοποίησης.
- Να αναλύουν καλάθια αγορών και να εφαρμόζουν μεθόδους μηχανικής μάθησης με το RapidMiner.
- Να εφαρμόζουν διάφορα στατιστικά μοντέλα ομαδοποίησης, κατηγοριοποίησης και πολλαπλών συσχετίσεων σε διαδικτυακά δεδομένα για την ανάλυση και την εξόρυξη γνώσης από κείμενα και την εκτέλεση αναλύσεων συναισθήματος.
- Να σχεδιάζουν συστήματα συστάσεων χρησιμοποιώντας μεθόδους συνεργατικού φιλτραρίσματος (collaborative filtering).

#### Γενικές Ικανότητες

Λαμβάνοντας υπόψη τις γενικές ικανότητες που πρέπει να έχει αποκτήσει ο πτυχιούχος (όπως αυτές αναγράφονται στο Παράρτημα Διπλώματος και παρατίθενται ακολούθως) σε ποια / ποιες από αυτές αποσκοπεί το μάθημα;

Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών

Λήψη αποφάσεων

Αυτόνομη εργασία

Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον

Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

### 3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Σκοπός του μαθήματος είναι η ανάλυση δεδομένων και η ανάπτυξη περιγραφικών και προβλεπτικών ποσοτικών υποδειγμάτων και μοντέλων βελτιστοποίησης στο ευρύτερο πεδίο του μάρκετινγκ, των ψηφιακών κοινωνικών δικτύων και του διαδικτύου. 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, blog, ταινίες, τηλεόραση, σχόλια και αξιολογήσεις χρηστών για εστιατόρια και άρθρα εφημερίδων) και στην εφαρμογή διαφόρων στατιστικών μεθόδων (π.χ. διωνυμική λογιστική παλινδρόμηση, πολλαπλή παλινδρόμηση και ανάλυση διασποράς) προκειμένου να αναλύσουν και να δομήσουν το κείμενο, να εκτελέσουν αναλύσεις συναισθήματος (sentiment analysis) και να δημιουργήσουν συστήματα συστάσεων (recommendation systems). Στο μεθοδολογικό επίπεδο, οι φοιτητές θα αποκτήσουν γνώσεις και δεξιότητες σε διάφορες στατιστικές μεθόδους με σκοπό την ανάλυση γεγονότων (descriptive analytics), την ανάπτυξη μοντέλων που να προβλέπουν μελλοντικές τάσεις και συμπεριφορές (predictive analytics) και την ανάπτυξη μοντέλων βελτιστοποίησης (prescriptive analytics). Στο επίπεδο επιχειρησιακών προβλημάτων και πρακτικής εφαρμογής, οι φοιτητές θα εκτεθούν σε διάφορα θέματα όπως για παράδειγμα ανάλυση καλαθιών αγοράς, μοντέλα συμπεριφοράς καταναλωτών, και μοντέλα τμηματοποίησης και ομαδοποίησης.

### 4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

<p><b>ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ</b> Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.</p>	<p>Πρόσωπο με πρόσωπο</p>													
<p><b>ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ</b> Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</p>	<p>ΝΑΙ Eclass και MS Teams</p>													
<p><b>ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b> Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη &amp; ανάλυση βιβλιογραφίας, Φροντιστήριο, Πρακτική (Τοποθέτηση), Κλινική Άσκηση, Καλλιτεχνικό Εργαστήριο, Διαδραστική διδασκαλία, Εκπαιδευτικές επισκέψεις, Εκπόνηση μελέτης (project), Συγγραφή εργασίας / εργασιών, Καλλιτεχνική δημιουργία, κ.λπ.  Αναγράφονται οι ώρες μελέτης του φοιτητή για κάθε μαθησιακή δραστηριότητα καθώς και οι ώρες μη καθοδηγούμενης μελέτης ώστε ο συνολικός φόρτος εργασίας σε επίπεδο εξαμήνου να αντιστοιχεί στα standards του ECTS</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="643 537 1130 590">Δραστηριότητα</th> <th data-bbox="1138 537 1464 590">Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="643 600 1130 632">Διαλέξεις</td> <td data-bbox="1138 600 1464 632">30</td> </tr> <tr> <td data-bbox="643 642 1130 674">Συγγραφή εργασιών</td> <td data-bbox="1138 642 1464 674">40</td> </tr> <tr> <td data-bbox="643 684 1130 716">Εργαστηριακές ασκήσεις</td> <td data-bbox="1138 684 1464 716">40</td> </tr> <tr> <td data-bbox="643 726 1130 758">Μελέτη και ανάλυση βιβλιογραφίας</td> <td data-bbox="1138 726 1464 758">78,5</td> </tr> <tr> <td data-bbox="643 768 1130 852"><b>Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)</b></td> <td data-bbox="1138 768 1464 852"><b>187,5</b></td> </tr> </tbody> </table>		Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου	Διαλέξεις	30	Συγγραφή εργασιών	40	Εργαστηριακές ασκήσεις	40	Μελέτη και ανάλυση βιβλιογραφίας	78,5	<b>Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)</b>	<b>187,5</b>
Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου													
Διαλέξεις	30													
Συγγραφή εργασιών	40													
Εργαστηριακές ασκήσεις	40													
Μελέτη και ανάλυση βιβλιογραφίας	78,5													
<b>Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)</b>	<b>187,5</b>													
<p><b>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ</b> Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης  Γλώσσα Αξιολόγησης, Μέθοδοι αξιολόγησης, Διαμορφωτική ή Συμπερασματική, Δοκιμασία Πολλαπλής Επιλογής, Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης, Ερωτήσεις Ανάπτυξης Δοκιμίων, Επίλυση Προβλημάτων, Γραπτή Εργασία, Έκθεση / Αναφορά, Προφορική Εξέταση, Δημόσια Παρουσίαση, Εργαστηριακή Εργασία, Κλινική Εξέταση Ασθενούς, Καλλιτεχνική Ερμηνεία, Άλλη / Άλλες</p>	<p>Γλώσσα αξιολόγησης: Ελληνικά  Μέθοδοι αξιολόγησης: Γραπτή τελική εξέταση (ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής): 70% Ατομική εργασία: 30% Η εργασία είναι ατομική και περιλαμβάνει ασκήσεις ομαδοποίησης και κατηγοριοποίησης. Η τελική εξέταση στοχεύει στο να αξιολογήσει την ικανότητα των φοιτητών να εφαρμόζουν τα εργαλεία και τις μεθόδους που διδάχθηκαν στις διαλέξεις.  Τα κριτήρια αξιολόγησης αναφέρονται στο διαδικτυακό ιστιότοπο του μαθήματος, καθώς και στο course outline που μοιράζεται στους φοιτητές.</p>													



Αναφέρονται ρητά προσδιορισμένα κριτήρια αξιολόγησης και εάν και που είναι προσβάσιμα από τους φοιτητές;

## 5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:

Μπάλας, Γ. και Ρεπούσης, Π.Π. (2018). *Επιχειρησιακή Αναλυτική και Ποσοτικά Υποδείγματα Μάρκετινγκ και Διαδικτύου*, Εκδόσεις Rossili, Ελλάδα.

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

### 1. ΓΕΝΙΚΑ

<b>ΣΧΟΛΗ</b>	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
<b>ΤΜΗΜΑ</b>	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
<b>ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ		
<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	bm51106	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	2 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>ΨΗΦΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ &amp; ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b> σε περίπτωση που οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται σε διακριτά μέρη του μαθήματος π.χ. Διαλέξεις, Εργαστηριακές Ασκήσεις κ.λπ. Αν οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται ενιαία για το σύνολο του μαθήματος αναγράψτε τις εβδομαδιαίες ώρες διδασκαλίας και το σύνολο των πιστωτικών μονάδων	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ	3	7,5	
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.			
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b> Υποβάθρου, Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων	Επιστημονικής Περιοχής		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>	ΟΧΙ		
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΑ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="https://www.dept.aueb.gr/el/marketing/fulltime/content/programmestru">https://www.dept.aueb.gr/el/marketing/fulltime/content/programmestru</a> ucture		

## 2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

### Μαθησιακά Αποτελέσματα

Περιγράφονται τα μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος οι συγκεκριμένες γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες καταλλήλου επιπέδου που θα αποκτήσουν οι φοιτητές μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος.

Συμβουλευτείτε το Παράρτημα Α

- Περιγραφή του Επιπέδου των Μαθησιακών Αποτελεσμάτων για κάθε ένα κύκλο σπουδών σύμφωνα με Πλαίσιο Προσόντων του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανώτατης Εκπαίδευσης
- Περιγραφικοί Δείκτες Επιπέδων 6, 7 & 8 του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων Διά Βίου Μάθησης και Παράρτημα Β
- Περιληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων

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

- διακρίνουν τη σημασία του ψηφιακού μάρκετινγκ στη βιωσιμότητα της σύγχρονης επιχείρησης
- περιγράφουν και εξηγούν τις βασικές έννοιες μάρκετινγκ ψηφιακών και κοινωνικών μέσων.
- αξιολογούν κριτικά τις αναδυόμενες τάσεις στον χώρο και την χρήση των αντίστοιχων εργαλείων ψηφιακού μάρκετινγκ.
- ερμηνεύουν και σχεδιάζουν το μείγμα μάρκετινγκ στο πλαίσιο ενός μεταβαλλόμενου και πολυκαναλικού φάσματος ψηφιακών/παραδοσιακών στρατηγικών και τακτικών.
- εφαρμόζουν τις αποκτηθείσες γνώσεις/έννοιες και να αξιοποιούν τα εργαλεία των ψηφιακών και κοινωνικών μέσων στη λήψη αποφάσεων μάρκετινγκ.

### Γενικές Ικανότητες

Λαμβάνοντας υπόψη τις γενικές ικανότητες που πρέπει να έχει αποκτήσει ο πτυχιούχος (όπως αυτές αναγράφονται στο Παράρτημα Διπλώματος και παρατίθενται ακολούθως) σε ποια / ποιες από αυτές αποσκοπεί το μάθημα;:

Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών  
Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις  
Λήψη αποφάσεων  
Αυτόνομη εργασία  
Ομαδική εργασία  
Εργασία σε διεθνές περιβάλλον  
Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον  
Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών

Σχεδιασμός και διαχείριση έργων  
Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα  
Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον  
Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου  
Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής  
Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών

Ομαδική εργασία  
Σχεδιασμός και διαχείριση έργων  
Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής  
Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

## 3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Στο μάθημα, μεταξύ άλλων, περιλαμβάνονται τα εξής θέματα: (α) web analytics, (β) ψηφιακές διαφημιστικές εκστρατείες και ανάλυση της απόδοσης τους (Google Ads / Meta Ads), (γ) εταιρική παρουσία στα κοινωνικά δίκτυα και ανάλυση της αλληλεπίδρασης με τους ψηφιακούς ακολούθους, (δ) στρατηγική μάρκετινγκ και ψηφιακά επιχειρηματικά μοντέλα, (ε) συμπεριφορά καταναλωτή στο διαδίκτυο, (στ) content marketing, (ζ) Search Engine Optimization, (η) e-mail marketing, (θ) UX design.

#### 4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

<p><b>ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ</b> Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.</p>	<p>Πρόσωπο με πρόσωπο</p>																	
<p><b>ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ</b> Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</p>	<p>Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία: SaaS ecommerce development platforms Χρήση Τ.Π.Ε. στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση: Google / Meta Ads Manager Επικοινωνία με τους φοιτητές: e-class / Teams</p>																	
<p><b>ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b> Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη &amp; ανάλυση βιβλιογραφίας, Φροντιστήριο, Πρακτική (Τοποθέτηση), Κλινική Άσκηση, Καλλιτεχνικό Εργαστήριο, Διαδραστική διδασκαλία, Εκπαιδευτικές επισκέψεις, Εκπόνηση μελέτης (project), Συγγραφή εργασίας / εργασιών, Καλλιτεχνική δημιουργία, κ.λπ.  Αναγράφονται οι ώρες μελέτης του φοιτητή για κάθε μαθησιακή δραστηριότητα καθώς και οι ώρες μη καθοδηγούμενης μελέτης ώστε ο συνολικός φόρτος εργασίας σε επίπεδο εξαμήνου να αντιστοιχεί στα standards του ECTS</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="641 842 1123 911">Δραστηριότητα</th> <th data-bbox="1131 842 1458 911">Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="641 911 1123 947">Διαλέξεις στην τάξη:</td> <td data-bbox="1131 911 1458 947">21</td> </tr> <tr> <td data-bbox="641 947 1123 982">Εργαστηριακή Άσκηση:</td> <td data-bbox="1131 947 1458 982">12</td> </tr> <tr> <td data-bbox="641 982 1123 1018">Μελέτη και ανάλυση βιβλιογραφίας:</td> <td data-bbox="1131 982 1458 1018">19</td> </tr> <tr> <td data-bbox="641 1018 1123 1054">Εκπόνηση μελέτης (project):</td> <td data-bbox="1131 1018 1458 1054">30</td> </tr> <tr> <td data-bbox="641 1054 1123 1089">Συγγραφή εργασίας / εργασιών:</td> <td data-bbox="1131 1054 1458 1089">50</td> </tr> <tr> <td data-bbox="641 1089 1123 1125">Αυτοτελής μελέτη:</td> <td data-bbox="1131 1089 1458 1125">55,5</td> </tr> <tr> <td data-bbox="641 1125 1123 1241"><b>Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)</b></td> <td data-bbox="1131 1125 1458 1241"><b>187,5</b></td> </tr> </tbody> </table>	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου	Διαλέξεις στην τάξη:	21	Εργαστηριακή Άσκηση:	12	Μελέτη και ανάλυση βιβλιογραφίας:	19	Εκπόνηση μελέτης (project):	30	Συγγραφή εργασίας / εργασιών:	50	Αυτοτελής μελέτη:	55,5	<b>Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)</b>	<b>187,5</b>	
Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου																	
Διαλέξεις στην τάξη:	21																	
Εργαστηριακή Άσκηση:	12																	
Μελέτη και ανάλυση βιβλιογραφίας:	19																	
Εκπόνηση μελέτης (project):	30																	
Συγγραφή εργασίας / εργασιών:	50																	
Αυτοτελής μελέτη:	55,5																	
<b>Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)</b>	<b>187,5</b>																	
<p><b>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ</b> Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης  Γλώσσα Αξιολόγησης, Μέθοδοι αξιολόγησης, Διαμορφωτική ή Συμπερασματική, Δοκιμασία Πολλαπλής Επιλογής, Ερωτήσεις</p>	<p>Γραπτή εξέταση με ερωτήσεις ανάπτυξης δοκιμίων (βαρύτητα 70%) και δημόσια παρουσίαση ομαδικής εργασίας (βαρύτητα 30%)  Τα εν λόγω κριτήρια αξιολόγησης είναι προσβάσιμα μέσω του eclass  Γλώσσα αξιολόγησης: Ελληνική</p>																	

Σύντομης Απάντησης, Ερωτήσεις Ανάπτυξης Δοκιμίων, Επίλυση Προβλημάτων, Γραπτή Εργασία, Έκθεση / Αναφορά, Προφορική Εξέταση, Δημόσια Παρουσίαση, Εργαστηριακή Εργασία, Κλινική Εξέταση Ασθενούς, Καλλιτεχνική Ερμηνεία, Άλλη / Άλλες  
 Αναφέρονται ρητά προσδιορισμένα κριτήρια αξιολόγησης και εάν και που είναι προσβάσιμα από τους φοιτητές;

### 5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:  
*Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*, Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan, ISBN: 978-1-119-34120-8, December 2016  
*Strauss Judy and Frost Raymond (2014), E-Marketing, Pearson International Edition, 6th edition.*  
*Chaffey D. and Smith PR. (2013), EMarketing Excellence, 4th ed., Routledge.*  
 Ψηφιακό Μάρκετινγκ, Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 86053196, Έκδοση: 1/2019, Συγγραφείς: Βλαχοπούλου Μάρω  
 ISBN: 9786185131609  
 -Συναφή επιστημονικά περιοδικά:  
*Journal of Retailing and Consumer Services*  
*Electronic Commerce Research and Applications*  
*Journal of Interactive Marketing*  
*Behaviour and Information Technology*  
*International Journal of Electronic Commerce*

### 1. ΓΕΝΙΚΑ

<b>ΣΧΟΛΗ</b>	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
<b>ΤΜΗΜΑ</b>	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
<b>ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ		
<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	bm51109	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	3 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b> σε περίπτωση που οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται σε διακριτά μέρη του μαθήματος π.χ. Διαλέξεις, Εργαστηριακές Ασκήσεις κ.λπ. Αν οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται ενιαία για το σύνολο του μαθήματος αναγράψτε τις εβδομαδιαίες ώρες διδασκαλίας και το σύνολο των πιστωτικών μονάδων	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
			15

Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.		
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b> Υποβάθρου , Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων	Επιστημονικής Περιοχής	
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>	ΟΧΙ	
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΑ	
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ	
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="https://www.dept.aueb.gr/el/marketing/fulltime/content/programmestru">https://www.dept.aueb.gr/el/marketing/fulltime/content/programmestru</a> ucture	

## 2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

<p><b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b></p> <p>Περιγράφονται τα μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος οι συγκεκριμένες γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες καταλλήλου επιπέδου που θα αποκτήσουν οι φοιτητές μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος.</p> <p>Συμβουλευτείτε το Παράρτημα Α</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Περιγραφή του Επιπέδου των Μαθησιακών Αποτελεσμάτων για κάθε ένα κύκλο σπουδών σύμφωνα με Πλαίσιο Προσόντων του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανώτατης Εκπαίδευσης</li> <li>• Περιγραφικοί Δείκτες Επιπέδων 6, 7 &amp; 8 του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων Διά Βίου Μάθησης και Παράρτημα Β</li> <li>• Περιληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων</li> </ul> <p>Η βασική επιδίωξη της διπλωματικής εργασίας είναι η επιτυχής ανάλυση και αντιμετώπιση κάποιου θέματος ή προβλήματος. Η εφαρμογή των γνώσεων που αποκτούν οι φοιτητές για την καλύτερη κατανόηση, ανάλυση και επίλυση ενός θέματος που έχει σημασία για αυτούς και κάποια επιχείρηση ή οργανισμό που επιθυμούν να εργασθούν ή εργάζονται ήδη, είναι το κυρίως ζητούμενο σε αυτήν την τελευταία φάση των σπουδών τους. Επομένως, η διπλωματική εργασία αποτελεί πρωτίστως μια ευκαιρία για μια εφαρμοσμένη μελέτη που θα έχει αξία για τους φοιτητές και τον μελλοντικό ή υφιστάμενο εργοδότη τους.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Προσφέρει στο σπουδαστή την ευκαιρία να διερευνήσει σε βάθος ένα θέμα που τον ενδιαφέρει χρησιμοποιώντας την αυστηρή, συστηματική ακαδημαϊκή προσέγγιση.</li> <li>• Επιτρέπει την εφαρμογή επιστημονικών μεθόδων για την ανάλυση και επίλυση προβλημάτων της επιχείρησης στην οποία εργάζεται</li> <li>• Επιβάλλει συχνότερες επαφές με το διδακτικό προσωπικό, οι οποίες είναι απαραίτητες για την αντικειμενική αξιολόγηση των ικανοτήτων του.</li> </ul> <p><b>Γενικές Ικανότητες</b></p> <p>Λαμβάνοντας υπόψη τις γενικές ικανότητες που πρέπει να έχει αποκτήσει ο πτυχιούχος (όπως αυτές αναγράφονται στο Παράρτημα Διπλώματος και παρατίθενται ακολούθως) σε ποια / ποιες από αυτές αποσκοπεί το μάθημα;:</p> <p>Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση <span style="float: right;">Σχεδιασμός και διαχείριση έργων</span>  <span style="float: right;">Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην</span></p>
---

<i>και των απαραίτητων τεχνολογιών</i>	<i>πολυπολιτισμικότητα</i>
<i>Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</i>	<i>Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον</i>
<i>Λήψη αποφάσεων</i>	<i>Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής</i>
<i>Αυτόνομη εργασία</i>	<i>υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου</i>
<i>Ομαδική εργασία</i>	<i>Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής</i>
<i>Εργασία σε διεθνές περιβάλλον</i>	<i>Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής</i>
<i>Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον</i>	<i>σκέψης</i>
<i>Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών</i>	

*Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών*

*Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις*

*Λήψη αποφάσεων*

*Αυτόνομη εργασία*

*Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον*

*Παραγωγή νέων ερευνητικών ιδεών*

*Σχεδιασμός και διαχείριση έργων*

*Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής*

*Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης*

### 3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Εισαγωγή. Περιλαμβάνει μία περιγραφή του προβλήματος και μία περιληπτική παρουσίαση της προσέγγισης που θα υιοθετηθεί. Ένα ειδικό τμήμα αφιερώνεται στην περιγραφή και την αιτιολόγηση των μεθόδων συλλογής δεδομένων που επελέγησαν.

Επισκόπηση βιβλιογραφίας και ερευνητικής γραμματείας. Η σημασία του είναι βαρύνουσα, καθώς μόνο μέσα από μία συντεταγμένη επισκόπηση της διεθνούς επιστημονικής γραμματείας και της σχετικής βιβλιογραφίας θα μπορέσει ο σπουδαστής (α) να εντοπίσει το κενό γνώσης, (β) να αναπτύξει και να στηρίξει τα ερευνητικά ερωτήματα ή τις ερευνητικές υποθέσεις της εργασίας και (γ) να πείσει τον αναγνώστη για τη συμβολή της εργασίας, τόσο από θεωρητικής, όσο και από πρακτικής πλευράς.

Μεθοδολογία. Παρουσίαση και αιτιολόγηση των μεθόδων και των εργαλείων συλλογής στοιχείων, δειγματοληψίας, μεγέθους δείγματος και τρόπου μέτρησης της ανεξάρτητης μεταβλητής και των εξαρτημένων μεταβλητών.

Ανάλυση. Περιλαμβάνει την ανάλυση των δεδομένων, με εμπειριστατωμένο και επιστημονικά τεκμηριωμένο τρόπο, βάσει της χρήσης και περιγραφής των κατάλληλων εργαλείων ανάλυσης, αναλόγως εάν τα πρωτογενή δεδομένα είναι ποιοτικά ή ποσοτικά.

Συμπεράσματα. Σύνοψη των ευρημάτων, αντιπαραβολή με υπάρχουσα θεωρία και προγενέστερες εμπειρικές μελέτες, ανάδειξη θεωρητικών προεκτάσεων και πρακτικής σημασίας ευρημάτων, σύνοψη περιορισμών έρευνας και προτάσεις για περαιτέρω έρευνα.

### 4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

<p><b>ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ</b>                  Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.</p>	<p>Δια ζώσης ή εξ'αποστάσεως συναντήσεις του φοιτητή/τριας με τον επιβλέποντα/επιβλέπουσα με σκοπό την καθοδήγηση</p>													
<p><b>ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ</b>                  Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</p>	<p>Επικοινωνία με τους φοιτητές:                  e-class / Teams</p>													
<p><b>ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>                  Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας.                  Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη &amp; ανάλυση βιβλιογραφίας, Φροντιστήριο, Πρακτική (Τοποθέτηση), Κλινική Άσκηση, Καλλιτεχνικό Εργαστήριο, Διαδραστική διδασκαλία, Εκπαιδευτικές επισκέψεις, Εκπόνηση μελέτης (project), Συγγραφή εργασίας / εργασιών, Καλλιτεχνική δημιουργία, κ.λπ.                   Αναγράφονται οι ώρες μελέτης του φοιτητή για κάθε μαθησιακή δραστηριότητα καθώς και οι ώρες μη καθοδηγούμενης μελέτης ώστε ο συνολικός φόρτος εργασίας σε επίπεδο εξαμήνου να αντιστοιχεί στα standards του ECTS</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="643 516 1130 590">Δραστηριότητα</th> <th data-bbox="1130 516 1464 590">Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="643 590 1130 632">Συγγραφή ΔΕ</td> <td data-bbox="1130 590 1464 632">375</td> </tr> <tr> <td data-bbox="643 632 1130 737"><b>Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)</b></td> <td data-bbox="1130 632 1464 737"><b>375</b></td> </tr> <tr> <td data-bbox="643 737 1130 779"> </td> <td data-bbox="1130 737 1464 779"> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="643 779 1130 821"> </td> <td data-bbox="1130 779 1464 821"> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="643 821 1130 848"> </td> <td data-bbox="1130 821 1464 848"> </td> </tr> </tbody> </table>	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου	Συγγραφή ΔΕ	375	<b>Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)</b>	<b>375</b>							
Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου													
Συγγραφή ΔΕ	375													
<b>Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)</b>	<b>375</b>													
<p><b>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ</b>                  Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης                   Γλώσσα Αξιολόγησης, Μέθοδοι αξιολόγησης, Διαμορφωτική ή Συμπερασματική, Δοκιμασία Πολλαπλής Επιλογής, Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης, Ερωτήσεις Ανάπτυξης Δοκιμίων, Επίλυση Προβλημάτων, Γραπτή Εργασία, Έκθεση / Αναφορά, Προφορική Εξέταση, Δημόσια Παρουσίαση, Εργαστηριακή Εργασία, Κλινική Εξέταση Ασθενούς, Καλλιτεχνική Ερμηνεία, Άλλη / Άλλες</p>	<p>Η βαθμολόγηση της ΔΕ στηρίζεται στην αξιολόγηση των ακόλουθων ενδεικτικών χαρακτηριστικών της: ορισμός βασικών εννοιών, επαρκής διατύπωση και εξειδίκευση προβλήματος, ένταξη προβλήματος στην ευρύτερη γνωστική περιοχή, επιλογή κατάλληλης επιστημονικής μεθόδου, εφαρμογή επιστημονικής μεθόδου, επάρκεια στοιχείων, ποιότητα ανάλυσης, χρήση βιβλιογραφίας, ύφος, γλώσσα και έκφραση. Η παρουσίαση γίνεται ενώπιον τριμελούς επιτροπής, τα μέλη της οποίας έχουν συναφές γνωστικό αντικείμενο. Τα εν λόγω κριτήρια αξιολόγησης είναι προσβάσιμα μέσω του eclass και του Οδηγού Εκπόνησης Διπλωματικής Εργασίας που αποστέλλεται στους φοιτητές κατά το τέλος του πρώτου εξαμήνου σπουδών.                   Γλώσσα αξιολόγησης: Ελληνική</p>													

*Αναφέρονται ρητά προσδιορισμένα κριτήρια αξιολόγησης και εάν και που είναι προσβάσιμα από τους φοιτητές;*

**5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

*Ανάλογα το θέμα της ΔΕ που θα επιλέξει ο φοιτητής/η φοιτήτρια, ο επιβλέπων/-ουσα προσφέρει βοηθητική ενδεικτική βιβλιογραφία*



**ΕΙΔΙΚΕΥΣΗ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΕ ΔΙΕΘΝΗ ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟ (ΑΓΓΛΟΦΩΝΗ)**

**1. ΓΕΝΙΚΑ**

<b>ΣΧΟΛΗ</b>	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
<b>ΤΜΗΜΑ</b>	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
<b>ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ, ΤΜΗΜΑ ΠΛΗΡΟΥΣ ΦΟΙΤΗΣΗΣ ΜΕ ΔΙΕΘΝΗ ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟ		
<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	bm52103f	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	1 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>ΔΙΕΘΝΕΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b> σε περίπτωση που οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται σε διακριτά μέρη του μαθήματος π.χ. Διαλέξεις, Εργαστηριακές Ασκήσεις κ.λπ. Αν οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται ενιαία για το σύνολο του μαθήματος αναγράψτε τις εβδομαδιαίες ώρες διδασκαλίας και το σύνολο των πιστωτικών μονάδων	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ	3	7,5	
<i>Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.</i>			
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b> Υποβάθρου , Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων	Επιστημονικής περιοχής		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>	ΟΧΙ		
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΑΓΓΛΙΚΑ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="https://www.dept.aueb.gr/el/marketing/prima/content/programma-spoudwn">https://www.dept.aueb.gr/el/marketing/prima/content/programma-spoudwn</a>		

**2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ**

**Μαθησιακά Αποτελέσματα**

Περιγράφονται τα μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος οι συγκεκριμένες γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες καταλλήλου επιπέδου που θα αποκτήσουν οι φοιτητές μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος.

Συμβουλευτείτε το Παράρτημα Α

- Περιγραφή του Επιπέδου των Μαθησιακών Αποτελεσμάτων για κάθε ένα κύκλο σπουδών σύμφωνα με Πλαίσιο Προσόντων του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανώτατης Εκπαίδευσης
- Περιγραφικοί Δείκτες Επιπέδων 6, 7 & 8 του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων Διά Βίου Μάθησης και Παράρτημα Β
- Περιληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων

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

- Κατανοούν τις ιδιαιτερότητες και τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις όταν δραστηριοποιούνται στις διεθνείς αγορές
- Εφαρμόζουν τις τεχνικές ανάλυσης του διεθνούς περιβάλλοντος
- Αξιολογούν τη σημασία συλλογής πληροφοριών και βασικών πηγών δεδομένων για τις διεθνείς αγορές
- Εξηγούν τον τρόπο επιλογής διεθνών αγορών
- Διακρίνουν τις εναλλακτικές μορφές εισόδου στις διεθνείς αγορές
- Περιγράφουν την έννοια και τις επιπτώσεις των γκρίζων αγορών στις εξαγωγές
- Κατανοούν τη φιλοσοφία του συστήματος Διεθνών Εμπορικών Όρων INCOTERMS
- Εφαρμόζουν τους τρόπους πληρωμής στο πλαίσιο εξαγωγικών συμφωνιών
- Σχεδιάζουν μια διεθνή στρατηγική μάρκετινγκ

### Γενικές Ικανότητες

Λαμβάνοντας υπόψη τις γενικές ικανότητες που πρέπει να έχει αποκτήσει ο πτυχιούχος (όπως αυτές αναγράφονται στο Παράρτημα Διπλώματος και παρατίθενται ακολούθως) σε ποια / ποιες από αυτές αποσκοπεί το μάθημα:

Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών  
Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις  
Λήψη αποφάσεων  
Αυτόνομη εργασία  
Ομαδική εργασία  
Εργασία σε διεθνές περιβάλλον  
Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον  
Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών

Σχεδιασμός και διαχείριση έργων  
Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα  
Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον  
Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου  
Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής  
Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών  
Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις  
Λήψη αποφάσεων  
Ομαδική εργασία  
Εργασία σε διεθνές περιβάλλον  
Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον  
Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα  
Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

### 3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Εισαγωγή στο Διεθνές Μάρκετινγκ  
Ανάλυση Περιβάλλοντος  
Ανάλυση Περιβάλλοντος  
Ανάλυση Περιβάλλοντος  
Επιλογή Διεθνών αγορών  
Διεθνής Στρατηγική Μάρκετινγκ  
Διεθνής Στρατηγική Μάρκετινγκ  
Εξαγωγικό Σχέδιο Μάρκετινγκ  
Εξαγωγικές Οδοί και Γκρίζες Αγορές  
Διεθνείς Εμπορικοί Όροι INCOTERMS I  
Διεθνείς Εμπορικοί Όροι INCOTERMS II

Τρόποι Πληρωμής στο Πλαίσιο Εξαγωγών  
 Παρουσιάσεις Εργασιών

**4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ**

<p><b>ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ</b>                  Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.</p>	Πρόσωπο με Πρόσωπο															
<p><b>ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ</b>                  Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</p>	Ναι															
<p><b>ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>                  Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας.                  Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη &amp; ανάλυση βιβλιογραφίας, Φροντιστήριο, Πρακτική (Τοποθέτηση), Κλινική Άσκηση, Καλλιτεχνικό Εργαστήριο, Διαδραστική διδασκαλία, Εκπαιδευτικές επισκέψεις, Εκπόνηση μελέτης (project), Συγγραφή εργασίας / εργασιών, Καλλιτεχνική δημιουργία, κ.λπ.</p> <p>Αναγράφονται οι ώρες μελέτης του φοιτητή για κάθε μαθησιακή δραστηριότητα καθώς και οι ώρες μη καθοδηγούμενης μελέτης ώστε ο συνολικός φόρτος εργασίας σε επίπεδο εξαμήνου να αντιστοιχεί στα standards του ECTS</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="626 680 1161 751">Δραστηριότητα</th> <th data-bbox="1161 680 1546 751">Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="626 751 1161 789">Διαλέξεις</td> <td data-bbox="1161 751 1546 789">50</td> </tr> <tr> <td data-bbox="626 789 1161 827">Άσκηση πεδίου</td> <td data-bbox="1161 789 1546 827">30</td> </tr> <tr> <td data-bbox="626 827 1161 865">Μελέτη και ανάλυση βιβλιογραφίας</td> <td data-bbox="1161 827 1546 865">30</td> </tr> <tr> <td data-bbox="626 865 1161 903">Συγγραφή εργασίας</td> <td data-bbox="1161 865 1546 903">37,5</td> </tr> <tr> <td data-bbox="626 903 1161 940">Αυτοτελής μελέτη</td> <td data-bbox="1161 903 1546 940">40</td> </tr> <tr> <td data-bbox="626 940 1161 1465"><b>Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)</b></td> <td data-bbox="1161 940 1546 1465"><b>187,5</b></td> </tr> </tbody> </table>	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου	Διαλέξεις	50	Άσκηση πεδίου	30	Μελέτη και ανάλυση βιβλιογραφίας	30	Συγγραφή εργασίας	37,5	Αυτοτελής μελέτη	40	<b>Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)</b>	<b>187,5</b>	
Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου															
Διαλέξεις	50															
Άσκηση πεδίου	30															
Μελέτη και ανάλυση βιβλιογραφίας	30															
Συγγραφή εργασίας	37,5															
Αυτοτελής μελέτη	40															
<b>Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)</b>	<b>187,5</b>															
<p><b>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ</b>                  Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης</p> <p>Γλώσσα Αξιολόγησης, Μέθοδοι αξιολόγησης, Διαμορφωτική ή Συμπερασματική, Δοκιμασία Πολλαπλής Επιλογής, Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης, Ερωτήσεις Ανάπτυξης Δοκιμίων, Επίλυση Προβλημάτων, Γραπτή Εργασία, Έκθεση / Αναφορά, Προφορική</p>	<p>Η αξιολόγηση γίνεται βάσει δύο κριτηρίων:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Γραπτή εξέταση (70%)</li> <li>• Γραπτή εργασία (30%)</li> </ul> <p>Γλώσσα Αξιολόγησης: Αγγλική</p> <p>Τα εν λόγω κριτήρια αξιολόγησης είναι προσβάσιμα μέσω του eclass</p>															

<p>Εξέταση, Δημόσια Παρουσίαση, Εργαστηριακή Εργασία, Κλινική Εξέταση Ασθενούς, Καλλιτεχνική Ερμηνεία, Άλλη / Άλλες</p> <p>Αναφέρονται ρητά προσδιορισμένα κριτήρια αξιολόγησης και εάν και που είναι προσβάσιμα από τους φοιτητές;</p>	
---	--

## 5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

<p><b>-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:</b> Green, M.C. &amp; Keegan, W.J. (2020). <i>Global Marketing, 10th edition</i>, Pearson. Hollensen, S. (2020). <i>Global Marketing, 8th edition</i>, Pearson. <b>-Συναφή επιστημονικά περιοδικά:</b> <i>Journal of Marketing, Journal of the Academy of Marketing Science, Journal of International Marketing, Journal of International Business Studies, International Marketing Review, Journal of Business Research.</i></p>
---

### 1. ΓΕΝΙΚΑ

<b>ΣΧΟΛΗ</b>	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
<b>ΤΜΗΜΑ</b>	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
<b>ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ, ΤΜΗΜΑ ΠΛΗΡΟΥΣ ΦΟΙΤΗΣΗΣ ΜΕ ΔΙΕΘΝΗ ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟ		
<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	bm52106f	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	1 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>ΔΙΕΘΝΗΣ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b> σε περίπτωση που οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται σε διακριτά μέρη του μαθήματος π.χ. Διαλέξεις, Εργαστηριακές Ασκήσεις κ.λπ. Αν οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται ενιαία για το σύνολο του μαθήματος αναγράψτε τις εβδομαδιαίες ώρες διδασκαλίας και το σύνολο των πιστωτικών μονάδων		<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>
	ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ	3	7,5
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.			
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b> Υποβάθρου , Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων	Επιστημονικής Περιοχής Ανάπτυξης Δεξιοτήτων		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>	ΟΧΙ		
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΑΓΓΛΙΚΑ		

<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="https://www.dept.aueb.gr/el/marketing/prima/content/programma-spoudwn">https://www.dept.aueb.gr/el/marketing/prima/content/programma-spoudwn</a>

## 2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

### Μαθησιακά Αποτελέσματα

Περιγράφονται τα μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος οι συγκεκριμένες γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες καταλλήλου επιπέδου που θα αποκτήσουν οι φοιτητές μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος.

Συμβουλευτείτε το Παράρτημα Α

- Περιγραφή του Επιπέδου των Μαθησιακών Αποτελεσμάτων για κάθε ένα κύκλο σπουδών σύμφωνα με Πλαίσιο Προσόντων του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανώτατης Εκπαίδευσης
- Περιγραφικοί Δείκτες Επιπέδων 6, 7 & 8 του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων Διά Βίου Μάθησης και Παράρτημα Β
- Περιληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές θα πρέπει:

- Να έχουν αποκτήσει πλήρη γνώση της σημασίας της κατανόησης της συμπεριφοράς καταναλωτή για τον σχεδιασμό αποτελεσματικών ενεργειών μάρκετινγκ.
- Να γνωρίζουν το αντικείμενο και τις μεθόδους της επιστήμης της συμπεριφοράς του καταναλωτή.
- Να κατανοούν τις διαδικασίες μέσα από τις οποίες οι καταναλωτές αναζητούν και αξιολογούν τις διαθέσιμες επιλογές και διαμορφώνουν τις προτιμήσεις τους.
- Να είναι σε θέση να προσδιορίσουν και να αξιολογήσουν τους παράγοντες που επηρεάζουν τη συμπεριφορά καταναλωτή.
- Να μπορούν να εκτιμήσουν τον κεντρικό ρόλο της πειθούς για το μάρκετινγκ και της σπουδαιότητας των θεωρήσεων της αρχιτεκτονικής των επιλογών και της θεωρίας του nudge για την κατανόηση της συμπεριφοράς του καταναλωτή.
- Να είναι σε θέση να αξιολογήσουν τη σπουδαιότητα και τη βέλτιστη χρήση των μεθόδων έρευνας αγοράς για την αποκρυπτογράφηση της συμπεριφοράς του καταναλωτή. Να μπορούν να συγκρίνουν τα πλεονεκτήματα διαφορετικών μεθόδων έρευνας αγοράς και να είναι σε θέση να εκτιμήσουν τις συνέργειες μεταξύ διαφορετικών μεθόδων.
- Να μπορούν να αναλύουν την εμπειρία πελάτη και να γνωρίζουν τα εργαλεία και τους μηχανισμούς βέλτιστης διοίκησης αυτής.
- Να μπορούν να χρησιμοποιούν τη γνώση και κατανόησή τους, και τις ικανότητές τους για επίλυση προβλημάτων πεδίου.

### Γενικές Ικανότητες

Λαμβάνοντας υπόψη τις γενικές ικανότητες που πρέπει να έχει αποκτήσει ο πτυχιούχος (όπως αυτές αναγράφονται στο Παράρτημα Διπλώματος και παρατίθενται ακολούθως) σε ποια / ποιες από αυτές αποσκοπεί το μάθημα:

Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών  
 Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις  
 Λήψη αποφάσεων  
 Αυτόνομη εργασία

Σχεδιασμός και διαχείριση έργων  
 Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα  
 Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον  
 Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου  
 Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής

<p>Ομαδική εργασία Εργασία σε διεθνές περιβάλλον Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών</p>	<p>Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης</p>
<p>Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών Λήψη αποφάσεων Αυτόνομη εργασία Ομαδική εργασία Εργασία σε διεθνές περιβάλλον Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης</p>	

### 3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Η κατανόηση της συμπεριφοράς του καταναλωτή είναι απαραίτητη για το μάρκετινγκ. Η επιστήμη της συμπεριφοράς του καταναλωτή επικεντρώνεται στη 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, καθώς και στη μελέτη των πολυποίκιλων παραγόντων που επηρεάζουν τις αποφάσεις και τις συμπεριφορές αυτές. 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 την χάραξη αποτελεσματικών διεθνών στρατηγικών μάρκετινγκ.

### 4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

<p><b>ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ</b> Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.</p>	<p>Πρόσωπο με πρόσωπο</p>	
<p><b>ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ</b> Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</p>	<p>ΝΑΙ</p>	
<p><b>ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b> Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη &amp; ανάλυση βιβλιογραφίας, Φροντιστήριο, Πρακτική (Τοποθέτηση), Κλινική Άσκηση, Καλλιτεχνικό Εργαστήριο, Διαδραστική διδασκαλία, Εκπαιδευτικές επισκέψεις, Εκπόνηση μελέτης (project), Συγγραφή</p>	<p><b>Δραστηριότητα</b></p>	<p><b>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</b></p>
	<p>Διαλέξεις</p>	<p>21</p>
	<p>Μελέτη &amp; Ανάλυση Βιβλιογραφίας</p>	<p>63</p>
	<p>Άσκηση πεδίου</p>	<p>63,5</p>
	<p>Εκπόνηση μελέτης</p>	<p>40</p>
	<p><b>Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)</b></p>	<p><b>187,5</b></p>

<p>εργασίας / εργασιών, Καλλιτεχνική δημιουργία, κ.λπ.</p> <p>Αναγράφονται οι ώρες μελέτης του φοιτητή για κάθε μαθησιακή δραστηριότητα καθώς και οι ώρες μη καθοδηγούμενης μελέτης ώστε ο συνολικός φόρτος εργασίας σε επίπεδο εξαμήνου να αντιστοιχεί στα standards του ECTS</p>	
<p><b>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ</b></p> <p>Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης</p> <p>Γλώσσα Αξιολόγησης, Μέθοδοι αξιολόγησης, Διαμορφωτική ή Συμπερασματική, Δοκιμασία Πολλαπλής Επιλογής, Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης, Ερωτήσεις Ανάπτυξης Δοκιμίων, Επίλυση Προβλημάτων, Γραπτή Εργασία, Έκθεση / Αναφορά, Προφορική Εξέταση, Δημόσια Παρουσίαση, Εργαστηριακή Εργασία, Κλινική Εξέταση Ασθενούς, Καλλιτεχνική Ερμηνεία, Άλλη / Άλλες</p> <p>Αναφέρονται ρητά προσδιορισμένα κριτήρια αξιολόγησης και εάν και που είναι προσβάσιμα από τους φοιτητές;</p>	<p>Γλώσσα Αξιολόγησης: Αγγλική</p> <p>Μέθοδοι αξιολόγησης:</p> <p>1) Εργασία πεδίου (50% του τελικού βαθμού)              Ομαδική εργασία πρακτικής εφαρμογής ανάλυσης της εμπειρίας πελάτη σε πραγματική επιχείρηση και πρόταση διορθωτικών κινήσεων και βελτιώσεων στη βάση της ανάλυσης αυτής, αξιοποιώντας την αποκτηθείσα γνώση.</p> <p>2) Γραπτές εξετάσεις (50% του τελικού βαθμού)              Ερωτήσεις που απαιτούν από τους συμμετέχοντες εκτενή ανάπτυξη και σύνδεση θεωριών και μοντέλων με παραδείγματα από την πρακτική των επιχειρήσεων.</p>

## 5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

<p>-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:</p> <p>Ariely, Dan (2008), <i>Predictably Irrational: The Hidden Forces that Shape our Decisions</i>, HarperCollins Canada.</p> <p>Burnett, Dean (2016), <i>The Idiot Brain: A Neuroscientist Explains what your Head is Really up to</i>, Guardian Faber Publishing.</p> <p>Cialdini, Robert B. (2006), <i>Influence: The Psychology of Persuasion</i>, Harper Business.</p> <p>Cialdini, Robert B. (2017), <i>Pre-Suasion: A Revolutionary Way to Influence and Persuade</i>, Cornerstone, London.</p> <p>Kahneman, Daniel (2012), <i>Thinking, Fast and Slow</i>, Penguin Books.</p> <p>Lewis, David (2014), <i>Impulse: Why do we do what we do without Knowing why we do it</i>, Random House Business Books.</p> <p>Solomon, M. R. (2013), <i>Consumer Behavior: Buying, Having and Being</i>, Tenth Edition, Prentice-Hall.</p> <p>Solomon, M., Bamossy G., Askegaard, S. &amp; Hogg, M. (2009), <i>Consumer Behaviour: A European Perspective</i>, Fourth Edition, Prentice Hall, Financial Times.</p>
---

Thaler, Richard H. & Sunstein, Cass R. (2008), *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth and Happiness*, Penguin Books.

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

*Journal of Consumer Research*

*Journal of Marketing*

*Psychology & Marketing*

*Journal of Personality and Social Psychology*

Η βασική βιβλιογραφία του μαθήματος (ακαδημαϊκά άρθρα) έχει αναρτηθεί στο eclass.

## 1. ΓΕΝΙΚΑ

<b>ΣΧΟΛΗ</b>	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
<b>ΤΜΗΜΑ</b>	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
<b>ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ, ΤΜΗΜΑ ΠΛΗΡΟΥΣ ΦΟΙΤΗΣΗΣ ΜΕ ΔΙΕΘΝΗ ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟ		
<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	bm52104f	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	1 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>ΔΙΕΘΝΗΣ ΕΡΕΥΝΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b> σε περίπτωση που οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται σε διακριτά μέρη του μαθήματος π.χ. Διαλέξεις, Εργαστηριακές Ασκήσεις κ.λπ. Αν οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται ενιαία για το σύνολο του μαθήματος αναγράψτε τις εβδομαδιαίες ώρες διδασκαλίας και το σύνολο των πιστωτικών μονάδων	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ	3	7,5	
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.			
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b> Υποβάθρου , Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων	Επιστημονικής Περιοχής		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>	ΟΧΙ		
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΑΓΓΛΙΚΑ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="https://www.dept.aueb.gr/el/marketing/prima/content/programma-spoudwn">https://www.dept.aueb.gr/el/marketing/prima/content/programma-spoudwn</a>		

## 2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

### Μαθησιακά Αποτελέσματα

Περιγράφονται τα μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος οι συγκεκριμένες γνώσεις, δεξιότητες και



ικανότητες καταλλήλου επιπέδου που θα αποκτήσουν οι φοιτητές μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος.

Συμβουλευτείτε το Παράρτημα Α

- Περιγραφή του Επιπέδου των Μαθησιακών Αποτελεσμάτων για κάθε ένα κύκλο σπουδών σύμφωνα με Πλαίσιο Προσόντων του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανώτατης Εκπαίδευσης
- Περιγραφικοί Δείκτες Επιπέδων 6, 7 & 8 του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων Διά Βίου Μάθησης και Παράρτημα Β
- Περιληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων

Μετά το πέρας του μαθήματος οι φοιτητές θα είναι ικανοί να:

- Κατανοούν το περιεχόμενο των διαφορετικών ερευνητικών μεθόδων που χρησιμοποιούνται στη διεθνή έρευνα μάρκετινγκ και να διακρίνουν τις ομοιότητες και τις διαφορές μεταξύ τους.
- Ορίζουν επαρκώς ερευνητικά προβλήματα της διεθνούς έρευνας μάρκετινγκ και κριτικά να αξιολογούν τις εναλλακτικές ερευνητικές μεθόδους ώστε να επιλεγεί η πλέον κατάλληλη για το εκάστοτε ερευνητικό πρόβλημα.
- Αναπτύσσουν και να υλοποιούν ένα πλήρες ερευνητικό σχέδιο (που θα περιλαμβάνει την ανάπτυξη του ερευνητικού εργαλείου συλλογής δεδομένων, τη δειγματοληπτική μέθοδο, τη συλλογή και ανάλυση δεδομένων και τη σύνταξη της αναφοράς των αποτελεσμάτων και των συμπερασμάτων) που έγκυρα θα απαντά στα ερευνητικά προβλήματα που έχουν ήδη αναγνωρίσει.
- Αναγνωρίζουν τις διαφορετικές αναλυτικές τεχνικές που χρησιμοποιούνται στη διεθνή έρευνα μάρκετινγκ και να μπορούν να τις εφαρμόσουν χρησιμοποιώντας τα αντίστοιχα πακέτα λογισμικού.

### Γενικές Ικανότητες

Λαμβάνοντας υπόψη τις γενικές ικανότητες που πρέπει να έχει αποκτήσει ο πτυχιούχος (όπως αυτές αναγράφονται στο Παράρτημα Διπλώματος και παρατίθενται ακολούθως) σε ποια / ποιες από αυτές αποσκοπεί το μάθημα;:

Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών  
Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις  
Λήψη αποφάσεων  
Αυτόνομη εργασία  
Ομαδική εργασία  
Εργασία σε διεθνές περιβάλλον  
Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον  
Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών

Σχεδιασμός και διαχείριση έργων  
Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα  
Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον  
Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου  
Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής  
Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών  
Λήψη αποφάσεων  
Αυτόνομη εργασία  
Ομαδική εργασία  
Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών  
Σχεδιασμός και διαχείριση έργων  
Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

### 3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Καθώς η πολυπλοκότητα των προβλημάτων που αντιμετωπίζουν τα διευθυντικά στελέχη έχει αυξηθεί τα τελευταία χρόνια, τόσο έχει αυξηθεί και η ανάγκη για πληροφορίες – για το επιχειρηματικό περιβάλλον, για τον ανταγωνισμό

και, το πιο σημαντικό, για τον πελάτη. Ως στελέχη μάρκετινγκ ή γενικοί διευθυντές, οι μετέπειτα απόφοιτοι μάρκετινγκ θα έρχονται συχνά σε στενή επαφή με την έρευνα μάρκετινγκ καθ' όλη τη διάρκεια της καριέρας τους. Αυτό το μάθημα έχει σχεδιαστεί για να τους εξοπλίζει με τις κατάλληλες δεξιότητες, ώστε να γίνουν ευφείς χρήστες της διεθνούς έρευνας μάρκετινγκ. Ο στόχος είναι να τους παρέχει μια καλή κατανόηση της λογικής της έρευνας μάρκετινγκ, καλύπτοντας τους διάφορους τύπους ερευνητικών σχεδίων και τα στάδια της διαδικασίας έρευνας μάρκετινγκ. Ιδιαίτερη έμφαση θα δοθεί στον ρόλο της έρευνας μάρκετινγκ στη διευκόλυνση της λήψης αποφάσεων, μέσω της χρήσης εφαρμοσμένων περιπτώσιολογικών μελετών σε πραγματικές επιχειρηματικές συνθήκες. Ο απώτερος σκοπός αυτού του μαθήματος είναι να δώσει στους σπουδαστές την ευκαιρία να αναπτύξουν τις δεξιότητές τους στη χρήση διαφόρων πακέτων λογισμικού που σχετίζονται με την πληροφορική (π.χ., SPSS) για την ανάλυση δεδομένων καταναλωτών και έρευνας αγοράς.

#### 4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

<p><b>ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ</b> Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.</p>	<p>Πρόσωπο με πρόσωπο</p>																			
<p><b>ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ</b> Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</p>	<p>Χρήση Τ.Π.Ε. στη διδασκαλία, στην εργαστηριακή εκπαίδευση με τη χρήση ειδικών πακέτων λογισμικού στατιστικής ανάλυσης, στην επικοινωνία με τους φοιτητές</p>																			
<p><b>ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b> Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη &amp; ανάλυση βιβλιογραφίας, Φροντιστήριο, Πρακτική (Τοποθέτηση), Κλινική Άσκηση, Καλλιτεχνικό Εργαστήριο, Διαδραστική διδασκαλία, Εκπαιδευτικές επισκέψεις, Εκπόνηση μελέτης (project), Συγγραφή εργασίας / εργασιών, Καλλιτεχνική δημιουργία, κ.λπ.  Αναγράφονται οι ώρες μελέτης του φοιτητή για κάθε μαθησιακή δραστηριότητα καθώς και οι ώρες μη καθοδηγούμενης μελέτης ώστε ο συνολικός φόρτος εργασίας σε επίπεδο εξαμήνου να αντιστοιχεί στα standards του ECTS</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="639 934 1153 1003">Δραστηριότητα</th> <th data-bbox="1159 934 1529 1003">Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="639 1003 1159 1037">Διαλέξεις στην τάξη</td> <td data-bbox="1159 1003 1529 1037">14</td> </tr> <tr> <td data-bbox="639 1037 1159 1071">Σεμινάρια</td> <td data-bbox="1159 1037 1529 1071">7</td> </tr> <tr> <td data-bbox="639 1071 1159 1104">Εργαστηριακή Άσκηση</td> <td data-bbox="1159 1071 1529 1104">15</td> </tr> <tr> <td data-bbox="639 1104 1159 1138">Μελέτη και ανάλυση βιβλιογραφίας</td> <td data-bbox="1159 1104 1529 1138">30</td> </tr> <tr> <td data-bbox="639 1138 1159 1171">Εκπόνηση μελέτης (project)</td> <td data-bbox="1159 1138 1529 1171">50</td> </tr> <tr> <td data-bbox="639 1171 1159 1205">Συγγραφή εργασίας / εργασιών</td> <td data-bbox="1159 1171 1529 1205">30</td> </tr> <tr> <td data-bbox="639 1205 1159 1239">Αυτοτελής μελέτη</td> <td data-bbox="1159 1205 1529 1239">36,5</td> </tr> <tr> <td data-bbox="639 1239 1159 1356"><b>Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)</b></td> <td data-bbox="1159 1239 1529 1356"><b>187,5</b></td> </tr> </tbody> </table>	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου	Διαλέξεις στην τάξη	14	Σεμινάρια	7	Εργαστηριακή Άσκηση	15	Μελέτη και ανάλυση βιβλιογραφίας	30	Εκπόνηση μελέτης (project)	50	Συγγραφή εργασίας / εργασιών	30	Αυτοτελής μελέτη	36,5	<b>Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)</b>	<b>187,5</b>	
Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου																			
Διαλέξεις στην τάξη	14																			
Σεμινάρια	7																			
Εργαστηριακή Άσκηση	15																			
Μελέτη και ανάλυση βιβλιογραφίας	30																			
Εκπόνηση μελέτης (project)	50																			
Συγγραφή εργασίας / εργασιών	30																			
Αυτοτελής μελέτη	36,5																			
<b>Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)</b>	<b>187,5</b>																			
<p><b>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ</b> Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης</p>	<p>Γλώσσα Αξιολόγησης: Αγγλική</p>																			

<p>Γλώσσα Αξιολόγησης, Μέθοδοι αξιολόγησης, Διαμορφωτική ή Συμπερασματική, Δοκιμασία Πολλαπλής Επιλογής, Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης, Ερωτήσεις Ανάπτυξης Δοκιμίων, Επίλυση Προβλημάτων, Γραπτή Εργασία, Έκθεση / Αναφορά, Προφορική Εξέταση, Δημόσια Παρουσίαση, Εργαστηριακή Εργασία, Κλινική Εξέταση Ασθενούς, Καλλιτεχνική Ερμηνεία, Άλλη / Άλλες</p> <p>Αναφέρονται ρητά προσδιορισμένα κριτήρια αξιολόγησης και εάν και που είναι προσβάσιμα από τους φοιτητές;</p>	<p>Διαμορφωτική Αξιολόγηση: Ομαδικές μίνι-παρουσιάσεις των φοιτητών στο τέλος κάθε διάλεξης σχετικά με την πρόοδο της ομαδικής εργασίας τους</p> <p>Αθροιστική αξιολόγηση:</p> <p>Γραπτή εξέταση σε ερωτήσεις ανάπτυξης στα Αγγλικά (βαρύτητα 60%)</p> <p>Κατάθεση γραπτής ομαδικής ερευνητικής αναφοράς σχετικά με την υλοποίηση ενός πραγματικού ερευνητικού έργου διεθνούς έρευνας μάρκετινγκ</p> <p>Τα κριτήρια αξιολόγησης της γραπτής ομαδικής ερευνητικής αναφοράς είναι τα ακόλουθα και βρίσκονται διαθέσιμα στο eclass τόσο στο αρχείο της εκφώνησης της εργασίας όσο και σε διαφάνεια της πρώτης διάλεξης:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Problem formation and objectives/literature review (weighting 10%)</li> <li>2. Methodology / research instrument design (weighting 40%)</li> <li>3. Analysis, results and discussion (weighting 40%)</li> <li>4. Structure, presentation style, language and references (weighting 10%).</li> </ol>
--	--

## 5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

<p>-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :</p> <p>Lectures</p> <p>Marketing Research: An International Approach (2006), Schmidt and Hollensen, Pearson Education, (S&amp;H)</p> <p>International Marketing Research (2009), Craig and Douglas, John Wiley &amp; Sons, 3<sup>rd</sup> edition, (C&amp;D)</p> <p>International Marketing Research (2004), Birgelen and Beuckelaer, European Commission, (B&amp;B)</p> <p>Lab Sessions</p> <p>Multivariate Data Analysis (2014) Hair Jr., Black, Babin and Anderson, Pearson Education Limited, 7<sup>th</sup> International Edition (H et al)</p> <p>Discovering Statistics Using IBM SPSS (2018) Field, Sage, 5<sup>th</sup> edition (F)</p> <p>-Συναφή επιστημονικά περιοδικά:</p> <p>Journal of International Marketing</p> <p>International Marketing Review</p> <p>Journal of Consumer Research</p> <p>Journal of Marketing</p> <p>Journal of the Academy of Marketing Science</p>
--

## 1. ΓΕΝΙΚΑ

<b>ΣΧΟΛΗ</b>	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
<b>ΤΜΗΜΑ</b>	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
<b>ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ, ΤΜΗΜΑ ΠΛΗΡΟΥΣ ΦΟΙΤΗΣΗΣ ΜΕ ΔΙΕΘΝΗ ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟ		
<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	bm52107f	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	1 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ &amp; ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b> σε περίπτωση που οι πιστωτικές μονάδες	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ</b> <b>ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ</b> <b>ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	

απονέμονται σε διακριτά μέρη του μαθήματος π.χ. Διαλέξεις, Εργαστηριακές Ασκήσεις κ.λπ. Αν οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται ενιαία για το σύνολο του μαθήματος αναγράψτε τις εβδομαδιαίες ώρες διδασκαλίας και το σύνολο των πιστωτικών μονάδων		
<b>ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ</b>	3	7,5
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.		
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b> Υποβάθρου , Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων	Επιστημονικής Περιοχής	
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>	ΟΧΙ	
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΑΓΓΛΙΚΑ	
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ	
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="https://www.dept.aueb.gr/el/marketing/prima/content/programma-spoudwn">https://www.dept.aueb.gr/el/marketing/prima/content/programma-spoudwn</a>	

## 2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

<p><b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b> Περιγράφονται τα μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος οι συγκεκριμένες γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες καταλλήλου επιπέδου που θα αποκτήσουν οι φοιτητές μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος.</p> <p>Συμβουλευτείτε το Παράρτημα Α</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Περιγραφή του Επιπέδου των Μαθησιακών Αποτελεσμάτων για κάθε ένα κύκλο σπουδών σύμφωνα με Πλαίσιο Προσόντων του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανώτατης Εκπαίδευσης</li> <li>Περιγραφικοί Δείκτες Επιπέδων 6, 7 &amp; 8 του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων Διά Βίου Μάθησης και Παράρτημα Β</li> <li>Περιληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων</li> </ul> <p>Αυτό το μάθημα θα παρέχει στους φοιτητές τις γνώσεις και τις δεξιότητες που απαιτούνται για την ανάλυση δεδομένων ιστού, κοινωνικών δικτύων και άλλων δεδομένων μάρκετινγκ. Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές θα μπορούν να:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Κατανοήσουν την αποτελεσματικότητα και αποδοτικότητα των ψηφιακών προωθητικών ενεργειών</li> <li>Να εφαρμόσουν τεχνικές για τη βελτιστοποίηση των ψηφιακών τους διαφημίσεων</li> <li>Να παρακολουθούν και να αναφέρουν την επισκεψιμότητα ενός ιστότοπου, να μετρούν τα ποσοστά μετατροπών και να υπολογίζουν το ROI σε ένα περιβάλλον πολυκαναλικού μάρκετινγκ</li> <li>Να χρησιμοποιούν με ευχέρεια τα δημοφιλέστερα ψηφιακά εργαλεία αναλυτικής ιστού και μάρκετινγκ (web &amp; marketing analytics)</li> </ul> <p><b>Γενικές Ικανότητες</b> Λαμβάνοντας υπόψη τις γενικές ικανότητες που πρέπει να έχει αποκτήσει ο πτυχιούχος (όπως αυτές αναγράφονται στο Παράρτημα Διπλώματος και παρατίθενται ακολούθως) σε ποια / ποιες από αυτές αποσκοπεί</p>
---

το μάθημα:

Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση  
 δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση  
 και των απαραίτητων τεχνολογιών  
 Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις  
 Λήψη αποφάσεων  
 Αυτόνομη εργασία  
 Ομαδική εργασία  
 Εργασία σε διεθνές περιβάλλον  
 Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον  
 Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών

Σχεδιασμός και διαχείριση έργων  
 Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα  
 Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον  
 Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας  
 και ευαισθησίας σε θέματα φύλου  
 Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής  
 Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών  
 Λήψη αποφάσεων  
 Ομαδική εργασία  
 Σχεδιασμός και διαχείριση έργων  
 Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

### 3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Σκοπός του μαθήματος είναι να κατανοήσουν οι φοιτητές το αντικείμενο και τις μεθόδους της αναλυτικής ψηφιακού μάρκετινγκ και παράλληλα να εξοικειωθούν με τις σύγχρονες εμπειρικές προσεγγίσεις στην ανάλυση της συμπεριφοράς των διαδικτυακών χρηστών. Οι φοιτητές θα αποκτήσουν τις γνώσεις και τις δεξιότητες που απαιτούνται για την ανάλυση του τεράστιου όγκου δεδομένων όπως αυτός προκύπτει από τις αλληλεπιδράσεις και τις συναλλαγές χρηστών με εταιρικούς ιστοχώρους, με σελίδες στα κοινωνικά δίκτυα και με online διαφημιστικές εκστρατείες, ώστε να εξαχθούν χρήσιμα, data-driven, συμπεράσματα. Στο μάθημα, μεταξύ άλλων, περιλαμβάνονται τα εξής θέματα: (α) web analytics, (β) ψηφιακές διαφημιστικές εκστρατείες και ανάλυση της απόδοσής τους, (γ) εταιρική παρουσία στα κοινωνικά δίκτυα και ανάλυση της αλληλεπίδρασης με τους ψηφιακούς ακολούθους, (δ) search and content marketing analytics, (ε) customer analytics (CLV, RFM analysis), (στ) advanced topics on digital marketing analytics (Marketing Automations, Experiments with A/B testing, Marketing attribution, Analytics platforms)

### 4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

<p><b>ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ</b>                  Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.</p>	<p>Πρόσωπο με πρόσωπο</p>	
<p><b>ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ</b>                  Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</p>	<p>Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία:                  SaaS ecommerce development platforms                  Χρήση Τ.Π.Ε. στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση:                  Google / Meta Ads Manager                  Επικοινωνία με τους φοιτητές:                  e-class / Teams</p>	
<p><b>ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>                  Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας.                  Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη &amp;</p>	<p><b>Δραστηριότητα</b></p>	<p><b>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</b></p>
	<p>Διαλέξεις στην τάξη:</p>	<p>21</p>
	<p>Μελέτη και ανάλυση βιβλιογραφίας:</p>	<p>66,5</p>
	<p>Εκπόνηση μελέτης (project):</p>	<p>40</p>

<p>ανάλυση βιβλιογραφίας, Φροντιστήριο, Πρακτική (Τοποθέτηση), Κλινική Άσκηση, Καλλιτεχνικό Εργαστήριο, Διαδραστική διδασκαλία, Εκπαιδευτικές επισκέψεις, Εκπόνηση μελέτης (project), Συγγραφή εργασίας / εργασιών, Καλλιτεχνική δημιουργία, κ.λπ.</p> <p>Αναγράφονται οι ώρες μελέτης του φοιτητή για κάθε μαθησιακή δραστηριότητα καθώς και οι ώρες μη καθοδηγούμενης μελέτης ώστε ο συνολικός φόρτος εργασίας σε επίπεδο εξαμήνου να αντιστοιχεί στα standards του ECTS</p>	Συγγραφή εργασίας / εργασιών:	30
	Αυτοτελής μελέτη:	30
	<b>Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)</b>	<b>187,5</b>
<p><b>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ</b></p> <p>Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης</p> <p>Γλώσσα Αξιολόγησης, Μέθοδοι αξιολόγησης, Διαμορφωτική ή Συμπερασματική, Δοκιμασία Πολλαπλής Επιλογής, Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης, Ερωτήσεις Ανάπτυξης Δοκιμίων, Επίλυση Προβλημάτων, Γραπτή Εργασία, Έκθεση / Αναφορά, Προφορική Εξέταση, Δημόσια Παρουσίαση, Εργαστηριακή Εργασία, Κλινική Εξέταση Ασθενούς, Καλλιτεχνική Ερμηνεία, Άλλη / Άλλες</p> <p>Αναφέρονται ρητά προσδιορισμένα κριτήρια αξιολόγησης και εάν και που είναι προσβάσιμα από τους φοιτητές;</p>	<p>Γλώσσα Αξιολόγησης: Αγγλική</p> <p>Γραπτή εξέταση στα Αγγλικά με ερωτήσεις ανάπτυξης δοκιμίων (βαρύτητα 65%) και δημόσια παρουσίαση ομαδικής εργασίας (βαρύτητα 35%)</p> <p>Τα εν λόγω κριτήρια αξιολόγησης είναι προσβάσιμα μέσω του eclass</p>	

##### 5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

Ψηφιακό Μάρκετινγκ, Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 86053196, Έκδοση: 1/2019, Συγγραφείς: Βλαχοπούλου Μάρω ISBN: 9786185131609

Marketing Analytics: A Practical Guide to Improving Consumer Insights Using Data Techniques by Mike Grigsby | Apr 28, 2018

Data Mining for the Masses, Third Edition: With Implementations in RapidMiner and R by Matthew North | Sep 5, 2018

*Digital Marketing Analytics: Making Sense of Consumer Data in a Digital World by Chuck Hemann and Ken Burbary | May 19, 2018*

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά:  
*Journal of Marketing Analytics*  
*Electronic Commerce Research and Applications*  
*Journal of Interactive Marketing*  
*Marketing Intelligence & Planning*

## 1. ΓΕΝΙΚΑ

<b>ΣΧΟΛΗ</b>	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
<b>ΤΜΗΜΑ</b>	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
<b>ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ, ΤΜΗΜΑ ΠΛΗΡΟΥΣ ΦΟΙΤΗΣΗΣ ΜΕ ΔΙΕΘΝΗ ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟ		
<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	bm52101f	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	2 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b> σε περίπτωση που οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται σε διακριτά μέρη του μαθήματος π.χ. Διαλέξεις, Εργαστηριακές Ασκήσεις κ.λπ. Αν οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται ενιαία για το σύνολο του μαθήματος αναγράψτε τις εβδομαδιαίες ώρες διδασκαλίας και το σύνολο των πιστωτικών μονάδων		<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>
	ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ	3	7,5
<i>Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.</i>			
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b> <i>Υποβάθρου , Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων</i>	Γενικών Γνώσεων		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>	ΟΧΙ		
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΑΓΓΛΙΚΑ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="https://www.dept.aueb.gr/el/marketing/prima/content/programma-spoudwn">https://www.dept.aueb.gr/el/marketing/prima/content/programma-spoudwn</a>		

## 2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

### Μαθησιακά Αποτελέσματα

Περιγράφονται τα μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος οι συγκεκριμένες γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες καταλλήλου επιπέδου που θα αποκτήσουν οι φοιτητές μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος.

Συμβουλευτείτε το Παράρτημα Α

- Περιγραφή του Επιπέδου των Μαθησιακών Αποτελεσμάτων για κάθε ένα κύκλο σπουδών σύμφωνα με Πλαίσιο Προσόντων του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανώτατης Εκπαίδευσης
- Περιγραφικοί Δείκτες Επιπέδων 6, 7 & 8 του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων Διά Βίου Μάθησης και Παράρτημα Β

- Περιληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων

Με την ολοκλήρωση του μαθήματος, ο φοιτητής/η φοιτήτρια θα είναι σε θέση να:

- Κατανοεί τις βασικές αρχές και έννοιες που συνδέονται με την στρατηγική των επιχειρήσεων και τις κύριες διαστάσεις που τη συνθέτουν.
- Κατανοεί και αναλύει τους παράγοντες του εξωτερικού περιβάλλοντος που επηρεάζουν τη διαμόρφωση και υλοποίηση της στρατηγικής.
- Κατανοεί και αναλύει τους παράγοντες του εσωτερικού περιβάλλοντος που επηρεάζουν τη διαμόρφωση και υλοποίηση της στρατηγικής.
- Αναγνωρίζει και αναλύει όλα τα στάδια της στρατηγικής των επιχειρήσεων, από τη διαμόρφωση της, μέχρι την υλοποίηση και αξιολόγηση της.
- Παρουσιάζει και αξιολογεί τους σημαντικότερους τρόπους και μεθόδους υλοποίησης της στρατηγικής (π.χ. εξαγορές, συγχωνεύσεις).
- Κατανοεί και εξηγεί την έννοια του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος και διαγιγνώσκει τη σημασία του στη σύγχρονη εποχή μας.

### Γενικές Ικανότητες

Λαμβάνοντας υπόψη τις γενικές ικανότητες που πρέπει να έχει αποκτήσει ο πτυχιούχος (όπως αυτές αναγράφονται στο Παράρτημα Διπλώματος και παρατίθενται ακολούθως) σε ποια / ποιες από αυτές αποσκοπεί το μάθημα:

Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση  
δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση  
και των απαραίτητων τεχνολογιών  
Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις  
Λήψη αποφάσεων  
Αυτόνομη εργασία  
Ομαδική εργασία  
Εργασία σε διεθνές περιβάλλον  
Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον  
Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών

Σχεδιασμός και διαχείριση έργων  
Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα  
Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον  
Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας  
και ευαισθησίας σε θέματα φύλου  
Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής  
Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις  
Λήψη αποφάσεων  
Εργασία σε διεθνές περιβάλλον  
Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον  
Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα  
Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής  
Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης



### 3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Το μάθημα έχει τα ακόλουθα περιεχόμενα

- Εισαγωγή στη στρατηγική των επιχειρήσεων
- Ανάλυση εξωτερικού περιβάλλοντος
- Ανάλυση εσωτερικού περιβάλλοντος
- Ανταγωνιστικές Στρατηγικές
- Εταιρικές Στρατηγικές Ανάπτυξης
- Εξαγορές και Συγχωνεύσεις
- Στρατηγικές Συμμαχίες
- Αξιολόγηση Στρατηγικής

### 4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

<p><b>ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ</b> <i>Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.</i></p>	<p>Πρόσωπο με πρόσωπο</p>													
<p><b>ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ</b> <i>Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</i></p>	<p>ΧΡΗΣΗ ECLASS</p>													
<p><b>ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b> <i>Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη &amp; ανάλυση βιβλιογραφίας, Φροντιστήριο, Πρακτική (Τοποθέτηση), Κλινική Άσκηση, Καλλιτεχνικό Εργαστήριο, Διαδραστική διδασκαλία, Εκπαιδευτικές επισκέψεις, Εκπόνηση μελέτης (project), Συγγραφή εργασίας / εργασιών, Καλλιτεχνική δημιουργία, κ.λπ.</i></p> <p><i>Αναγράφονται οι ώρες μελέτης του φοιτητή για κάθε μαθησιακή δραστηριότητα καθώς και οι ώρες μη καθοδηγούμενης μελέτης ώστε ο συνολικός φόρτος εργασίας σε επίπεδο εξαμήνου να αντιστοιχεί στα standards του ECTS</i></p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="626 947 1161 1020"><i>Δραστηριότητα</i></th> <th data-bbox="1161 947 1544 1020"><i>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</i></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="626 1020 1161 1058">Διαδραστικές διαλέξεις</td> <td data-bbox="1161 1020 1544 1058">21</td> </tr> <tr> <td data-bbox="626 1058 1161 1131">Ανάλυση και προετοιμασία μελετών περιπτώσεων</td> <td data-bbox="1161 1058 1544 1131">30</td> </tr> <tr> <td data-bbox="626 1131 1161 1169">Εκπόνηση μελέτης (project)</td> <td data-bbox="1161 1131 1544 1169">76,5</td> </tr> <tr> <td data-bbox="626 1169 1161 1207">Μελέτη και ανάλυση βιβλιογραφίας</td> <td data-bbox="1161 1169 1544 1207">60</td> </tr> <tr> <td data-bbox="626 1207 1161 1310"><b>Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)</b></td> <td data-bbox="1161 1207 1544 1310"><b>187,5</b></td> </tr> </tbody> </table>	<i>Δραστηριότητα</i>	<i>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</i>	Διαδραστικές διαλέξεις	21	Ανάλυση και προετοιμασία μελετών περιπτώσεων	30	Εκπόνηση μελέτης (project)	76,5	Μελέτη και ανάλυση βιβλιογραφίας	60	<b>Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)</b>	<b>187,5</b>	
<i>Δραστηριότητα</i>	<i>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</i>													
Διαδραστικές διαλέξεις	21													
Ανάλυση και προετοιμασία μελετών περιπτώσεων	30													
Εκπόνηση μελέτης (project)	76,5													
Μελέτη και ανάλυση βιβλιογραφίας	60													
<b>Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)</b>	<b>187,5</b>													
<p><b>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ</b> <i>Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης</i></p>	<p><i>Γραπτή εξέταση στο τέλος του μαθήματος. Τα θέματα της εξέτασης απαιτούν κριτική σκέψη</i> <i>Προφορική ομαδική παρουσίαση την τελευταία διάλεξη του μαθήματος</i> <i>Γραπτό ομαδικό project</i></p>													

<p>Γλώσσα Αξιολόγησης, Μέθοδοι αξιολόγησης, Διαμορφωτική ή Συμπερασματική, Δοκιμασία Πολλαπλής Επιλογής, Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης, Ερωτήσεις Ανάπτυξης Δοκιμίων, Επίλυση Προβλημάτων, Γραπτή Εργασία, Έκθεση / Αναφορά, Προφορική Εξέταση, Δημόσια Παρουσίαση, Εργαστηριακή Εργασία, Κλινική Εξέταση Ασθενούς, Καλλιτεχνική Ερμηνεία, Άλλη / Άλλες</p> <p>Αναφέρονται ρητά προσδιορισμένα κριτήρια αξιολόγησης και εάν και που είναι προσβάσιμα από τους φοιτητές;</p>	<p>Αναφέρονται ρητά στις διαφάνειες των διαλέξεων και αναλύονται κατά τη διάρκεια των διαλέξεων.</p> <p>Γλώσσα Αξιολόγησης: Αγγλική</p>
--	---

##### 5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

Whittington, R., Regner, P, Angwin, D., Johnson, G., and Scholes, K., 2020, "Exploring Strategy, text and cases". Publisher: Pearson.

Rothaermel, F.T. 2021. *Strategic Management*, McGraw-Hill International Edition.

Grant, R.M. 2021. *Contemporary strategy analysis*. Malden, Wiley Publications

Thanos, I.C., Papadakis, V.M., Angwin, D.N. "Does changing contexts affect linkages throughout the Mergers and Acquisitions (M&A) process? A multiphasic investigation of motives, Pre and Post acquisition processes and Performance". *Strategic Change*, (2020) 29,2, 149- 164

Dyer, J., Kale, P., & Singh, H. "When to Ally and When to Acquire", *Harvard Business Review*, (2004), 82,108-115.

Dyer, J., Kale, P., & Singh, H. "How to make strategic alliances work", *Sloan Management Review*, (2001), 42,4, 37-43

Papadakis, V.M. and Thanos, I.C. "Measuring the Performance of Acquisitions", *British Journal of Management*, (2010). 21, 4, 859-873

Thanos, I.C, and Papadakis, V.M. "The Use of Accounting-Based Measures in Measuring M&A Performance: A Review of Five Decades of Research", *Advances in Mergers and Acquisitions*, (2012) 10,103-120

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

*Strategic Management Journal, Harvard Business Review, European Management Journal, Sloan Management review, British Journal of Management, Strategic Change, Long range Planning, Strategic Organization, Academy of Management Journal, California Management Review.*

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

<b>ΣΧΟΛΗ</b>	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
<b>ΤΜΗΜΑ</b>	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
<b>ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ, ΤΜΗΜΑ ΠΛΗΡΟΥΣ ΦΟΙΤΗΣΗΣ ΜΕ ΔΙΕΘΝΗ ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟ		
<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	bm52109f	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	2ο
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΚΑΙ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b> σε περίπτωση που οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται σε διακριτά μέρη του μαθήματος π.χ. Διαλέξεις, Εργαστηριακές Ασκήσεις κ.λπ. Αν οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται ενιαία για το σύνολο του μαθήματος αναγράψτε τις εβδομαδιαίες ώρες διδασκαλίας και το σύνολο των πιστωτικών μονάδων		<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>
	ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ	3	7,5
<i>Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.</i>			
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b> Υποβάθρου , Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων	Επιστημονικής Περιοχής		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>	ΟΧΙ		
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΑΓΓΛΙΚΑ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="https://www.dept.aueb.gr/el/marketing/prima/content/programma-spoudwn">https://www.dept.aueb.gr/el/marketing/prima/content/programma-spoudwn</a>		

## 2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

### Μαθησιακά Αποτελέσματα

Περιγράφονται τα μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος οι συγκεκριμένες γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες καταλλήλου επιπέδου που θα αποκτήσουν οι φοιτητές μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος.

Συμβουλευτείτε το Παράρτημα Α

- Περιγραφή του Επιπέδου των Μαθησιακών Αποτελεσμάτων για κάθε ένα κύκλο σπουδών σύμφωνα με Πλαίσιο Προσόντων του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανώτατης Εκπαίδευσης
- Περιγραφικοί Δείκτες Επιπέδων 6, 7 & 8 του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων Διά Βίου Μάθησης και Παράρτημα Β

- Περιληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων

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

- Να κατανοούν τη σχέση μεταξύ των στόχων του μάρκετινγκ και των επικοινωνιακών στόχων.
- Να κατανοούν τη λειτουργία της διαφήμισης και τη σχέση της με άλλα εργαλεία επικοινωνίας μάρκετινγκ.
- Να κατανοούν τον ρόλο κάθε εργαλείου επικοινωνίας μάρκετινγκ ως συστατικού μιας ολοκληρωμένης στρατηγικής.
- Να κατανοούν και να διαχειρίζονται τις προκλήσεις της διεθνούς επικοινωνίας.
- Να αναπτύσσουν δικά τους σχέδια ολοκληρωμένης επικοινωνίας και να αξιολογούν την αποτελεσματικότητά τους.
- Να σχεδιάζουν, να εκτελούν και να αξιολογούν εκστρατείες ολοκληρωμένης επικοινωνίας μάρκετινγκ σε εθνικό και διεθνές επίπεδο.

### Γενικές Ικανότητες

Λαμβάνοντας υπόψη τις γενικές ικανότητες που πρέπει να έχει αποκτήσει ο πτυχιούχος (όπως αυτές αναγράφονται στο Παράρτημα Διπλώματος και παρατίθενται ακολούθως) σε ποια / ποιες από αυτές αποσκοπεί το μάθημα:

Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών  
Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις  
Λήψη αποφάσεων  
Αυτόνομη εργασία  
Ομαδική εργασία  
Εργασία σε διεθνές περιβάλλον  
Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον

Σχεδιασμός και διαχείριση έργων  
Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα  
Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον  
Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου  
Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής  
Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών  
Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις  
Λήψη αποφάσεων  
Αυτόνομη εργασία  
Ομαδική εργασία  
Εργασία σε διεθνές περιβάλλον  
Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον  
Σχεδιασμός και διαχείριση έργων  
Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα  
Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον

*Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου  
Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής  
Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης*

### 3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Το μάθημα στοχεύει στην εξοικείωση των φοιτητών με τους μηχανισμούς που καθορίζουν την αποτελεσματικότητα της διαφήμισης και της ολοκληρωμένης επικοινωνίας μάρκετινγκ (IMC). Ακολουθεί μια ισορροπημένη προσέγγιση με έμφαση τόσο στις θεωρητικές όσο και στις διοικητικές πτυχές της διαφήμισης και της ολοκληρωμένης επικοινωνίας. Έμφαση δίνεται επίσης στη στενή σχέση μεταξύ στρατηγικής μάρκετινγκ και στρατηγικής επικοινωνίας. Εκτός από τη διαφήμιση, παρουσιάζονται και μια σειρά από άλλα βασικά εργαλεία επικοινωνίας, όπως η προώθηση πωλήσεων, η προσωπική πώληση, οι δημόσιες σχέσεις και η ψηφιακή επικοινωνία. Αναλύονται τα βήματα και η διαδικασία ανάπτυξης ενός σχεδίου ολοκληρωμένης επικοινωνίας καθώς και οι μέθοδοι αξιολόγησης της αποτελεσματικότητάς του. Οι προκλήσεις της διαφήμισης και της ολοκληρωμένης επικοινωνίας σε διεθνές επίπεδο αποτελούν κεντρική εστίαση του μαθήματος.

- Οι αρχές της Ολοκληρωμένης Επικοινωνίας Μάρκετινγκ (IMC)
- Εργαλεία Marcom: Μια επισκόπηση
- Επικοινωνία μάρκετινγκ σε διεθνές πλαίσιο
- Ο ρόλος της κουλτούρας στη συμπεριφορά των καταναλωτών και στις επικοινωνίες μάρκετινγκ στις διεθνείς αγορές.
- Οικονομικοί, κοινωνικοί, νομικοί και άλλοι παράγοντες και οι επιπτώσεις τους στις διεθνείς επικοινωνίες μάρκετινγκ.
- Διαφήμιση
  - Εισαγωγή
  - Ο ρόλος της διαφήμισης στο IMC
  - Η εξέλιξη της διαφήμισης
  - Ηθικά, κανονιστικά και νομικά ζητήματα στη διαφήμιση
  - Ιεραρχικά μοντέλα διαφημιστικών επιδράσεων
  - Διαφήμιση υπό συνθήκες υψηλής και χαμηλής ανάμειξης
  - Μοντέλα σχεδιασμού διαφήμισης: Καθορισμός διαφημιστικών στόχων
  - Δημιουργική στρατηγική
  - Στρατηγική μηνυμάτων και διαφημιστικές επικλήσεις
  - Διαφημιστικά μέσα και σχεδιασμός μέσων
- Άλλα εργαλεία επικοινωνίας μάρκετινγκ
  - Προώθηση πωλήσεων
  - Προσωπική πώληση
  - Άμεσο μάρκετινγκ
  - Δημόσιες σχέσεις, Δημοσιότητα
  - Διαδραστική επικοινωνία
  - Εναλλακτικά εργαλεία
- Αξιολόγηση των προγραμμάτων Ολοκληρωμένης Επικοινωνίας Μάρκετινγκ

**4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ**

<p><b>ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ</b>                  Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.</p>	<p>Πρόσωπο με πρόσωπο</p>													
<p><b>ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ</b>                  Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</p>	<p>Διδασκαλία, Επικοινωνία με τους φοιτητές</p>													
<p><b>ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>                  Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας.                  Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη &amp; ανάλυση βιβλιογραφίας, Φροντιστήριο, Πρακτική (Τοποθέτηση), Κλινική Άσκηση, Καλλιτεχνικό Εργαστήριο, Διαδραστική διδασκαλία, Εκπαιδευτικές επισκέψεις, Εκπόνηση μελέτης (project), Συγγραφή εργασίας / εργασιών, Καλλιτεχνική δημιουργία, κ.λπ.                   Αναγράφονται οι ώρες μελέτης του φοιτητή για κάθε μαθησιακή δραστηριότητα καθώς και οι ώρες μη καθοδηγούμενης μελέτης ώστε ο συνολικός φόρτος εργασίας σε επίπεδο εξαμήνου να αντιστοιχεί στα standards του ECTS</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="641 558 1159 632">Δραστηριότητα</th> <th data-bbox="1167 558 1529 632">Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="641 638 1159 669">Διαλέξεις στην τάξη:</td> <td data-bbox="1167 638 1529 669">21</td> </tr> <tr> <td data-bbox="641 676 1159 707">Μελέτη και ανάλυση βιβλιογραφίας:</td> <td data-bbox="1167 676 1529 707">40</td> </tr> <tr> <td data-bbox="641 714 1159 745">Εκπόνηση μελέτης (project):</td> <td data-bbox="1167 714 1529 745">50</td> </tr> <tr> <td data-bbox="641 751 1159 783">Αυτοτελής μελέτη:</td> <td data-bbox="1167 751 1529 783">76,5</td> </tr> <tr> <td data-bbox="641 789 1159 884"><b>Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)</b></td> <td data-bbox="1167 789 1529 884"><b>187,5</b></td> </tr> </tbody> </table>		Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου	Διαλέξεις στην τάξη:	21	Μελέτη και ανάλυση βιβλιογραφίας:	40	Εκπόνηση μελέτης (project):	50	Αυτοτελής μελέτη:	76,5	<b>Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)</b>	<b>187,5</b>
Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου													
Διαλέξεις στην τάξη:	21													
Μελέτη και ανάλυση βιβλιογραφίας:	40													
Εκπόνηση μελέτης (project):	50													
Αυτοτελής μελέτη:	76,5													
<b>Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)</b>	<b>187,5</b>													
<p><b>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ</b>                  Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης                   Γλώσσα Αξιολόγησης, Μέθοδοι αξιολόγησης, Διαμορφωτική ή Συμπερασματική, Δοκιμασία Πολλαπλής Επιλογής, Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης, Ερωτήσεις Ανάπτυξης Δοκιμίων, Επίλυση Προβλημάτων, Γραπτή Εργασία, Έκθεση / Αναφορά, Προφορική Εξέταση, Δημόσια Παρουσίαση, Εργαστηριακή Εργασία, Κλινική Εξέταση Ασθενούς, Καλλιτεχνική Ερμηνεία, Άλλη / Άλλες</p>	<p>Γραπτή εξέταση (βαρύτητα 75%) και εργασία (βαρύτητα 25%)                   Τα εν λόγω κριτήρια αξιολόγησης είναι προσβάσιμα μέσω του eClass.</p>													

Αναφέρονται ρητά προσδιορισμένα κριτήρια αξιολόγησης και εάν και που είναι προσβάσιμα από τους φοιτητές;

## 5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

### Συγγράμματα

- Arens, W. F. , & Weigold, M. F. (2021). *M: Advertising (4th Ed.)*. New York: McGraw-Hill.
- Arens, W. F. , & Weigold, M. F., & Arens, C. (2021). *Contemporary Advertising and Integrated Marketing Communications (16th Ed.)*. New York: McGraw-Hill.
- Batra R., Myers J. G., & Aaker D. A. (1996). *Advertising Management (5th Ed.)*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2020). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective (12th Ed.)*. New York: McGraw-Hill.
- Clow, K. E. & Baack, D. E. (2017). *Integrated Advertising, Promotion and Marketing Communications: Global Edition (8th ed.)*. Upper Saddle River, NJ: Pearson.
- Hackley, c. (2005). *Advertising and Promotion: Communicating Brands*. London, UK: Sage.
- Katz, H. (2010). *The Media Handbook: A Complete Guide to Advertising Media Selection, Planning, Research, and Buying (4th Ed.)*. New York: Routledge.
- Percy, L. (2008). *Strategic Integrated Marketing Communications*. Berlington, MA: Elsevier.
- Rossiter J. R. & Percy L. (1997). *Advertising Communications and Promotion Management (2nd Ed.)*. New York: McGraw Hill.
- 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. D. (2018). *Advertising & IMC: Principles and Practice (11th Ed.)*. New York: Pearson.
- Schultz D. E. & Schultz H. (2004). *IMC, The Next Generation: Five Steps for Delivering Value and Measuring Returns Using Marketing Communication*. New York: McGraw-Hill.
- Sissors J. Z. and Baron R. B. (2010). *Advertising Media Planning, (7th Ed.)*. New York: McGraw-Hill.
- ### Επιστημονικά περιοδικά
- Consumer Psychology Review, European Journal of Marketing, Harvard Business Review, International Marketing Review, International Journal of Advertising, Journal of Advertising, Journal of Advertising Research, Journal of Consumer Psychology, Journal of Consumer Research, Journal of Economic Psychology, Journal of Marketing, Journal of Marketing Research, Journal of the Academy of Marketing Science.*

## 1. ΓΕΝΙΚΑ

<b>ΣΧΟΛΗ</b>	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
<b>ΤΜΗΜΑ</b>	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
<b>ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ, ΤΜΗΜΑ ΠΛΗΡΟΥΣ ΦΟΙΤΗΣΗΣ ΜΕ ΔΙΕΘΝΗ ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟ		
<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	bm52108f	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	2 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>ΨΗΦΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ &amp; ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b> σε περίπτωση που οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται σε διακριτά μέρη του μαθήματος π.χ. Διαλέξεις, Εργαστηριακές Ασκήσεις κ.λπ. Αν οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται ενιαία για το σύνολο του μαθήματος αναγράψτε τις εβδομαδιαίες ώρες διδασκαλίας και το σύνολο των πιστωτικών μονάδων	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ	3	7,5	
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.			
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b> Υποβάθρου , Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων	Επιστημονικής περιοχής		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>	ΟΧΙ		
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΑΓΓΛΙΚΑ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="https://www.dept.aueb.gr/el/marketing/prima/content/programma-spoudwn">https://www.dept.aueb.gr/el/marketing/prima/content/programma-spoudwn</a>		

## 2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

### Μαθησιακά Αποτελέσματα

Περιγράφονται τα μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος οι συγκεκριμένες γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες καταλλήλου επιπέδου που θα αποκτήσουν οι φοιτητές μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος.

Συμβουλευτείτε το Παράρτημα Α

- Περιγραφή του Επιπέδου των Μαθησιακών Αποτελεσμάτων για κάθε ένα κύκλο σπουδών σύμφωνα με Πλαίσιο Προσόντων του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανώτατης Εκπαίδευσης
- Περιγραφικοί Δείκτες Επιπέδων 6, 7 & 8 του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων Διά Βίου Μάθησης και Παράρτημα Β
- Περιληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων

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



- Διακρίνουν τη σημασία του ψηφιακού μάρκετινγκ στη βιωσιμότητα της σύγχρονης επιχείρησης
- Περιγράφουν και εξηγούν τις βασικές έννοιες μάρκετινγκ ψηφιακών και κοινωνικών μέσων.
- Αξιολογούν κριτικά τις αναδυόμενες τάσεις στον χώρο και την χρήση των αντίστοιχων εργαλείων ψηφιακού μάρκετινγκ.
- Ερμηνεύουν και σχεδιάζουν το μείγμα μάρκετινγκ στο πλαίσιο ενός μεταβαλλόμενου και πολυκαναλικού φάσματος ψηφιακών/ παραδοσιακών στρατηγικών και τακτικών.
- Εφαρμόζουν τις αποκτηθείσες γνώσεις/ έννοιες και να αξιοποιούν τα εργαλεία των ψηφιακών και κοινωνικών μέσων στη λήψη αποφάσεων μάρκετινγκ.

#### Γενικές Ικανότητες

Λαμβάνοντας υπόψη τις γενικές ικανότητες που πρέπει να έχει αποκτήσει ο πτυχιούχος (όπως αυτές αναγράφονται στο Παράρτημα Διπλώματος και παρατίθενται ακολούθως) σε ποια / ποιες από αυτές αποσκοπεί το μάθημα:

Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών  
 Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις  
 Λήψη αποφάσεων  
 Αυτόνομη εργασία  
 Ομαδική εργασία  
 Εργασία σε διεθνές περιβάλλον  
 Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον  
 Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών

Σχεδιασμός και διαχείριση έργων  
 Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα  
 Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον  
 Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου  
 Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής  
 Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών  
 Ομαδική εργασία  
 Σχεδιασμός και διαχείριση έργων  
 Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής  
 Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

### 3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Στο μάθημα, μεταξύ άλλων, περιλαμβάνονται τα εξής θέματα: (α) web analytics, (β) ψηφιακές διαφημιστικές εκστρατείες και ανάλυση της απόδοσης τους (Google Ads / Meta Ads), (γ) εταιρική παρουσία στα κοινωνικά δίκτυα και ανάλυση της αλληλεπίδρασης με τους ψηφιακούς ακολούθους, (δ) στρατηγική μάρκετινγκ και ψηφιακά επιχειρηματικά μοντέλα, (ε) συμπεριφορά καταναλωτή στο διαδίκτυο, (στ) content marketing, (ζ) Search Engine Optimization, (η) e-mail marketing, (θ) UX design.

### 4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

<b>ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ</b> Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.	Πρόσωπο με πρόσωπο
<b>ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ</b> Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές	Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία: SaaS ecommerce development platforms Χρήση Τ.Π.Ε. στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση: Google / Meta Ads Manager Επικοινωνία με τους φοιτητές: e-class / Teams

<b>ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>Δραστηριότητα</b>	<b>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</b>
<p>Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη &amp; ανάλυση βιβλιογραφίας, Φροντιστήριο, Πρακτική (Τοποθέτηση), Κλινική Άσκηση, Καλλιτεχνικό Εργαστήριο, Διαδραστική διδασκαλία, Εκπαιδευτικές επισκέψεις, Εκπόνηση μελέτης (project), Συγγραφή εργασίας / εργασιών, Καλλιτεχνική δημιουργία, κ.λπ.</p> <p>Αναγράφονται οι ώρες μελέτης του φοιτητή για κάθε μαθησιακή δραστηριότητα καθώς και οι ώρες μη καθοδηγούμενης μελέτης ώστε ο συνολικός φόρτος εργασίας σε επίπεδο εξαμήνου να αντιστοιχεί στα standards του ECTS</p>	Διαλέξεις στην τάξη:	21
	Μελέτη και ανάλυση βιβλιογραφίας:	50
	Φροντιστήριο:	6
	Εκπόνηση μελέτης (project):	33
	Συγγραφή εργασίας / εργασιών:	27,5
	Αυτοτελής μελέτη:	50
	<b>Σύνολο Μαθήματος</b>	
	<b>(25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)</b>	<b>187,5</b>
<p><b>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ</b></p> <p>Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης</p> <p>Γλώσσα Αξιολόγησης, Μέθοδοι αξιολόγησης, Διαμορφωτική ή Συμπερασματική, Δοκιμασία Πολλαπλής Επιλογής, Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης, Ερωτήσεις Ανάπτυξης Δοκιμίων, Επίλυση Προβλημάτων, Γραπτή Εργασία, Έκθεση / Αναφορά, Προφορική Εξέταση, Δημόσια Παρουσίαση, Εργαστηριακή Εργασία, Κλινική Εξέταση Ασθενούς, Καλλιτεχνική Ερμηνεία, Άλλη / Άλλες</p> <p>Αναφέρονται ρητά προσδιορισμένα κριτήρια αξιολόγησης και εάν και που είναι προσβάσιμα από τους φοιτητές;</p>	<p>Γραπτή εξέταση στα αγγλικά με ερωτήσεις ανάπτυξης δοκιμίων ή/ και πολλαπλών επιλογών (βαρύτητα 70%), δημόσια παρουσίαση ομαδικής εργασίας (βαρύτητα 15%) και γραπτή εργασία (Project) (βαρύτητα 15%)</p> <p>Τα εν λόγω κριτήρια αξιολόγησης είναι προσβάσιμα μέσω του eclass</p> <p>Γλώσσα Αξιολόγησης: Αγγλική</p>	

##### 5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :  
Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital, Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan, ISBN: 978-1-119-34120-8, December 2016

*Strauss Judy and Frost Raymond (2014), E-Marketing, Pearson International Edition, 6th edition.*  
*Chaffey D. and Smith PR. (2013), EMarketing Excellence, 4<sup>th</sup> ed., Routledge.*  
Ψηφιακό Μάρκετινγκ, Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 86053196, Έκδοση: 1/2019, Συγγραφείς: Βλαχοπούλου Μάρω ISBN: 9786185131609

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά:  
*Journal of Retailing and Consumer Services*  
*Electronic Commerce Research and Applications*  
*Journal of Interactive Marketing*  
*Behaviour and Information Technology*  
*International Journal of Electronic Commerce*

## 1. ΓΕΝΙΚΑ

<b>ΣΧΟΛΗ</b>	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
<b>ΤΜΗΜΑ</b>	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
<b>ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ, ΤΜΗΜΑ ΠΛΗΡΟΥΣ ΦΟΙΤΗΣΗΣ ΜΕ ΔΙΕΘΝΗ ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟ		
<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	bm52102f	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	2 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b> σε περίπτωση που οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται σε διακριτά μέρη του μαθήματος π.χ. Διαλέξεις, Εργαστηριακές Ασκήσεις κ.λπ. Αν οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται ενιαία για το σύνολο του μαθήματος αναγράψτε τις εβδομαδιαίες ώρες διδασκαλίας και το σύνολο των πιστωτικών μονάδων	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ	3	7,5	
<i>Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.</i>			
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b> <i>Υποβάθρου, Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων</i>	<i>Γενικών γνώσεων πεδίου επιχειρηματικότητας</i>		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>	ΟΧΙ		
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΑΓΓΛΙΚΑ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="https://www.dept.aueb.gr/el/marketing/prima/content/programma-spoudwn">https://www.dept.aueb.gr/el/marketing/prima/content/programma-spoudwn</a>		

## 2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

### Μαθησιακά Αποτελέσματα

Περιγράφονται τα μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος οι συγκεκριμένες γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες καταλλήλου επιπέδου που θα αποκτήσουν οι φοιτητές μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος.

Συμβουλευτείτε το Παράρτημα Α

- Περιγραφή του Επιπέδου των Μαθησιακών Αποτελεσμάτων για κάθε ένα κύκλο σπουδών σύμφωνα με Πλαίσιο Προσόντων του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανώτατης Εκπαίδευσης
- Περιγραφικοί Δείκτες Επιπέδων 6, 7 & 8 του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων Διά Βίου Μάθησης και Παράρτημα Β
- Περιληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων

Μετά από την ολοκλήρωση του μαθήματος, οι εκπαιδευόμενοι θα είναι σε θέση:

- Να κατανοούν βασικές έννοιες επιχειρηματικότητας,
- Να αναπτύσσουν με επιτυχία βιώσιμες επιχειρηματικές ιδέες, και
- Να αντιλαμβάνονται την επιχειρηματικότητα ως επαγγελματική επιλογή.

### Γενικές Ικανότητες

Λαμβάνοντας υπόψη τις γενικές ικανότητες που πρέπει να έχει αποκτήσει ο πτυχιούχος (όπως αυτές αναγράφονται στο Παράρτημα Διπλώματος και παρατίθενται ακολούθως) σε ποια / ποιες από αυτές αποσκοπεί το μάθημα:

Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών  
Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις  
Λήψη αποφάσεων  
Αυτόνομη εργασία  
Ομαδική εργασία  
Εργασία σε διεθνές περιβάλλον  
Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον  
Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών

Σχεδιασμός και διαχείριση έργων  
Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα  
Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον  
Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου  
Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής  
Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών  
Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις  
Λήψη αποφάσεων  
Ομαδική εργασία  
Εργασία σε διεθνές περιβάλλον  
Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον  
Σχεδιασμός και διαχείριση έργων  
Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα  
Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον  
Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου  
Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής  
Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

### 3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Το μάθημα καλύπτει τις εξής θεματικές ενότητες:

1. Βασικές έννοιες επιχειρηματικότητας
2. Δημιουργικότητα και Καινοτομία

3. Καμβάς επιχειρηματικού μοντέλου  
 4. Επιχειρηματικό σχέδιο

**4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ**

<p><b>ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ</b>                  Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.</p>	<p>Πρόσωπο με πρόσωπο</p>															
<p><b>ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ</b>                  Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</p>	<p>e-class</p>															
<p><b>ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>                  Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας.                  Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη &amp; ανάλυση βιβλιογραφίας, Φροντιστήριο, Πρακτική (Τοποθέτηση), Κλινική Άσκηση, Καλλιτεχνικό Εργαστήριο, Διαδραστική διδασκαλία, Εκπαιδευτικές επισκέψεις, Εκπόνηση μελέτης (project), Συγγραφή εργασίας / εργασιών, Καλλιτεχνική δημιουργία, κ.λπ.                   Αναγράφονται οι ώρες μελέτης του φοιτητή για κάθε μαθησιακή δραστηριότητα καθώς και οι ώρες μη καθοδηγούμενης μελέτης ώστε ο συνολικός φόρτος εργασίας σε επίπεδο εξαμήνου να αντιστοιχεί στα standards του ECTS</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="646 741 1154 808">Δραστηριότητα</th> <th data-bbox="1161 741 1529 808">Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="646 808 1154 844">Διαλέξεις</td> <td data-bbox="1161 808 1529 844">70</td> </tr> <tr> <td data-bbox="646 844 1154 879">Άσκηση πεδίου</td> <td data-bbox="1161 844 1529 879">37,5</td> </tr> <tr> <td data-bbox="646 879 1154 915">Μελέτη και ανάλυση βιβλιογραφίας</td> <td data-bbox="1161 879 1529 915">5</td> </tr> <tr> <td data-bbox="646 915 1154 951">Διαδραστική διδασκαλία</td> <td data-bbox="1161 915 1529 951">40</td> </tr> <tr> <td data-bbox="646 951 1154 987">Εκπόνηση μελέτης (project)</td> <td data-bbox="1161 951 1529 987">35</td> </tr> <tr> <td data-bbox="646 987 1154 1092"><b>Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)</b></td> <td data-bbox="1161 987 1529 1092"><b>187,5</b></td> </tr> </tbody> </table>	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου	Διαλέξεις	70	Άσκηση πεδίου	37,5	Μελέτη και ανάλυση βιβλιογραφίας	5	Διαδραστική διδασκαλία	40	Εκπόνηση μελέτης (project)	35	<b>Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)</b>	<b>187,5</b>	
Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου															
Διαλέξεις	70															
Άσκηση πεδίου	37,5															
Μελέτη και ανάλυση βιβλιογραφίας	5															
Διαδραστική διδασκαλία	40															
Εκπόνηση μελέτης (project)	35															
<b>Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)</b>	<b>187,5</b>															
<p><b>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ</b>                  Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης                   Γλώσσα Αξιολόγησης, Μέθοδοι αξιολόγησης, Διαμορφωτική ή Συμπερασματική, Δοκιμασία Πολλαπλής Επιλογής, Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης, Ερωτήσεις Ανάπτυξης Δοκιμίων, Επίλυση</p>	<p>Η αξιολόγηση γίνεται στη βάση δυο κριτηρίων:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Γραπτή εξέταση (20%)</li> <li>2. Γραπτή εργασία (project) (80%)</li> </ol> <p>Γλώσσα Αξιολόγησης: Αγγλική</p>															

<p>Προβλημάτων, Γραπτή Εργασία, Έκθεση / Αναφορά, Προφορική Εξέταση, Δημόσια Παρουσίαση, Εργαστηριακή Εργασία, Κλινική Εξέταση Ασθενούς, Καλλιτεχνική Ερμηνεία, Άλλη / Άλλες</p> <p>Αναφέρονται ρητά προσδιορισμένα κριτήρια αξιολόγησης και εάν και που είναι προσβάσιμα από τους φοιτητές;</p>	
--	--

## 5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

<p>-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :</p> <p>Hisrich R. (2014). <i>Advanced Introduction to Entrepreneurship</i>. USA: Edward Elgar Publishing Ltd.</p> <p>-Συναφή επιστημονικά περιοδικά:</p> <p><i>Entrepreneurship Theory and Practice</i> <i>Journal of Business Venturing</i> <i>Journal of Small Business Management</i> <i>International Small Business Journal</i> <i>Entrepreneurship and Regional Development</i> <i>International Journal of Entrepreneurship and Innovation</i> <i>International Journal of Entrepreneurial Behavior &amp; Research</i></p>
---

## 1. ΓΕΝΙΚΑ

<b>ΣΧΟΛΗ</b>	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
<b>ΤΜΗΜΑ</b>	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
<b>ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ, ΤΜΗΜΑ ΠΛΗΡΟΥΣ ΦΟΙΤΗΣΗΣ ΜΕ ΔΙΕΘΝΗ ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟ		
<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	bm52105f	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	3 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b> σε περίπτωση που οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται σε διακριτά μέρη του μαθήματος π.χ. Διαλέξεις, Εργαστηριακές Ασκήσεις κ.λπ. Αν οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται ενιαία για το σύνολο του μαθήματος αναγράψτε τις εβδομαδιαίες ώρες διδασκαλίας και το σύνολο των πιστωτικών μονάδων	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
		15	
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.			

<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b> Υποβάθρου , Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων	Επιστημονικής Περιοχής
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>	ΟΧΙ
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΑΓΓΛΙΚΑ
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="https://www.dept.aueb.gr/el/marketing/prima/content/programma-spoudwn">https://www.dept.aueb.gr/el/marketing/prima/content/programma-spoudwn</a>

## 2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

<p><b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b> Περιγράφονται τα μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος οι συγκεκριμένες γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες καταλλήλου επιπέδου που θα αποκτήσουν οι φοιτητές μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος.</p> <p>Συμβουλευτείτε το Παράρτημα Α</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Περιγραφή του Επιπέδου των Μαθησιακών Αποτελεσμάτων για κάθε ένα κύκλο σπουδών σύμφωνα με Πλαίσιο Προσόντων του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανώτατης Εκπαίδευσης</li> <li>• Περιγραφικοί Δείκτες Επιπέδων 6, 7 &amp; 8 του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων Διά Βίου Μάθησης και Παράρτημα Β</li> <li>• Περιληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων</li> </ul>									
<p>Η βασική επιδίωξη της διπλωματικής εργασίας είναι η επιτυχής ανάλυση και αντιμετώπιση κάποιου θέματος ή προβλήματος. Η εφαρμογή των γνώσεων που αποκτούν οι φοιτητές για την καλύτερη κατανόηση, ανάλυση και επίλυση ενός θέματος που έχει σημασία για αυτούς και κάποια επιχείρηση ή οργανισμό που επιθυμούν να εργασθούν ή εργάζονται ήδη, είναι το κυρίως ζητούμενο σε αυτήν την τελευταία φάση των σπουδών τους. Επομένως, η διπλωματική εργασία αποτελεί πρωτίστως μια ευκαιρία για μια εφαρμοσμένη μελέτη που θα έχει αξία για τους φοιτητές και τον μελλοντικό ή υφιστάμενο εργοδότη τους.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Προσφέρει στο σπουδαστή την ευκαιρία να διερευνήσει σε βάθος ένα θέμα που τον ενδιαφέρει χρησιμοποιώντας την αυστηρή, συστηματική ακαδημαϊκή προσέγγιση.</li> <li>• Επιτρέπει την εφαρμογή επιστημονικών μεθόδων για την ανάλυση και επίλυση προβλημάτων της επιχείρησης στην οποία εργάζεται</li> <li>• Επιβάλλει συχνότερες επαφές με το διδακτικό προσωπικό, οι οποίες είναι απαραίτητες για την αντικειμενική αξιολόγηση των ικανοτήτων του.</li> </ul>									
<p><b>Γενικές Ικανότητες</b> Λαμβάνοντας υπόψη τις γενικές ικανότητες που πρέπει να έχει αποκτήσει ο πτυχιούχος (όπως αυτές αναγράφονται στο Παράρτημα Διπλώματος και παρατίθενται ακολούθως) σε ποια / ποιες από αυτές αποσκοπεί το μάθημα:</p> <table border="0"> <tr> <td>Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</td> <td>Σχεδιασμός και διαχείριση έργων</td> </tr> <tr> <td>Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</td> <td>Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα</td> </tr> <tr> <td>Λήψη αποφάσεων</td> <td>Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής</td> </tr> </table>		Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών	Σχεδιασμός και διαχείριση έργων	Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις	Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα	Λήψη αποφάσεων	Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον		Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής
Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών	Σχεδιασμός και διαχείριση έργων								
Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις	Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα								
Λήψη αποφάσεων	Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον								
	Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής								

Αυτόνομη εργασία	υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου
Ομαδική εργασία	Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής
Εργασία σε διεθνές περιβάλλον	Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης
Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον	
Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών	

Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών  
 Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις  
 Λήψη αποφάσεων  
 Αυτόνομη εργασία  
 Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον  
 Παραγωγή νέων ερευνητικών ιδεών  
 Σχεδιασμός και διαχείριση έργων  
 Εργασία σε διεθνές περιβάλλον  
 Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής  
 Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

### 3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Εισαγωγή. Περιλαμβάνει μία περιγραφή του προβλήματος και μία περιληπτική παρουσίαση της προσέγγισης που θα υιοθετηθεί. Ένα ειδικό τμήμα αφιερώνεται στην περιγραφή και την αιτιολόγηση των μεθόδων συλλογής δεδομένων που επελέγησαν.

Επισκόπηση βιβλιογραφίας και ερευνητικής γραμματείας. Η σημασία του είναι βαρύνουσα, καθώς μόνο μέσα από μία συντεταγμένη επισκόπηση της διεθνούς επιστημονικής γραμματείας και της σχετικής βιβλιογραφίας θα μπορέσει ο σπουδαστής (α) να εντοπίσει το κενό γνώσης, (β) να αναπτύξει και να στηρίξει τα ερευνητικά ερωτήματα ή τις ερευνητικές υποθέσεις της εργασίας και (γ) να πείσει τον αναγνώστη για τη συμβολή της εργασίας, τόσο από θεωρητικής, όσο και από πρακτικής πλευράς.

Μεθοδολογία. Παρουσίαση και αιτιολόγηση των μεθόδων και των εργαλείων συλλογής στοιχείων, δειγματοληψίας, μεγέθους δείγματος και τρόπου μέτρησης της ανεξάρτητης μεταβλητής και των εξαρτημένων μεταβλητών.

Ανάλυση. Περιλαμβάνει την ανάλυση των δεδομένων, με εμπειροστατωμένο και επιστημονικά τεκμηριωμένο τρόπο, βάσει της χρήσης και περιγραφής των κατάλληλων εργαλείων ανάλυσης, αναλόγως εάν τα πρωτογενή δεδομένα είναι ποιοτικά ή ποσοτικά.

Συμπεράσματα. Σύνοψη των ευρημάτων, αντιπαραβολή με υπάρχουσα θεωρία και προγενέστερες εμπειρικές μελέτες, ανάδειξη θεωρητικών προεκτάσεων και πρακτικής σημασίας ευρημάτων, σύνοψη περιορισμών έρευνας και προτάσεις για περαιτέρω έρευνα.

### 4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

<b>ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ</b> Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.	Δια ζώσης ή εξ'αποστάσεως συναντήσεις του φοιτητή/τριας με τον επιβλέποντα/επιβλέπουσα με σκοπό την καθοδήγηση
---	--



<p><b>ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ</b>                  Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</p>	<p>Επικοινωνία με τους φοιτητές:                  e-class / Teams</p>													
<p><b>ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>                  Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας.                  Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη &amp; ανάλυση βιβλιογραφίας, Φροντιστήριο, Πρακτική (Τοποθέτηση), Κλινική Άσκηση, Καλλιτεχνικό Εργαστήριο, Διαδραστική διδασκαλία, Εκπαιδευτικές επισκέψεις, Εκπόνηση μελέτης (project), Συγγραφή εργασίας / εργασιών, Καλλιτεχνική δημιουργία, κ.λπ.                   Αναγράφονται οι ώρες μελέτης του φοιτητή για κάθε μαθησιακή δραστηριότητα καθώς και οι ώρες μη καθοδηγούμενης μελέτης ώστε ο συνολικός φόρτος εργασίας σε επίπεδο εξαμήνου να αντιστοιχεί στα standards του ECTS</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="646 411 1123 485">Δραστηριότητα</th> <th data-bbox="1131 411 1458 485">Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="646 487 1123 520">Συγγραφή ΔΕ</td> <td data-bbox="1131 487 1458 520">375</td> </tr> <tr> <td data-bbox="646 522 1123 632"><b>Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)</b></td> <td data-bbox="1131 522 1458 632"><b>375</b></td> </tr> <tr> <td data-bbox="646 634 1123 667"> </td> <td data-bbox="1131 634 1458 667"> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="646 669 1123 703"> </td> <td data-bbox="1131 669 1458 703"> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="646 705 1123 739"> </td> <td data-bbox="1131 705 1458 739"> </td> </tr> </tbody> </table>	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου	Συγγραφή ΔΕ	375	<b>Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)</b>	<b>375</b>							
Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου													
Συγγραφή ΔΕ	375													
<b>Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)</b>	<b>375</b>													
<p><b>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ</b>                  Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης                   Γλώσσα Αξιολόγησης, Μέθοδοι αξιολόγησης, Διαμορφωτική ή Συμπερασματική, Δοκιμασία Πολλαπλής Επιλογής, Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης, Ερωτήσεις Ανάπτυξης Δοκιμίων, Επίλυση Προβλημάτων, Γραπτή Εργασία, Έκθεση / Αναφορά, Προφορική Εξέταση, Δημόσια Παρουσίαση, Εργαστηριακή Εργασία, Κλινική Εξέταση Ασθενούς, Καλλιτεχνική Ερμηνεία, Άλλη / Άλλες                  Αναφέρονται ρητά προσδιορισμένα κριτήρια αξιολόγησης και εάν και που είναι προσβάσιμα από τους φοιτητές;</p>	<p>Η βαθμολόγηση της ΔΕ στηρίζεται στην αξιολόγηση των ακόλουθων ενδεικτικών χαρακτηριστικών της: ορισμός βασικών εννοιών, επαρκής διατύπωση και εξειδίκευση προβλήματος, ένταξη προβλήματος στην ευρύτερη γνωστική περιοχή, επιλογή κατάλληλης επιστημονικής μεθόδου, εφαρμογή επιστημονικής μεθόδου, επάρκεια στοιχείων, ποιότητα ανάλυσης, χρήση βιβλιογραφίας, ύφος, γλώσσα και έκφραση. Η παρουσίαση γίνεται ενώπιον τριμελούς επιτροπής, τα μέλη της οποίας έχουν συναφές γνωστικό αντικείμενο. Τα εν λόγω κριτήρια αξιολόγησης είναι προσβάσιμα μέσω του eclass και του Οδηγού Εκπόνησης Διπλωματικής Εργασίας που αποστέλλεται στους φοιτητές κατά το τέλος του πρώτου εξαμήνου σπουδών.                   Γλώσσα αξιολόγησης: Αγγλικά</p>													

#### **5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

*Ανάλογα το θέμα της ΔΕ που θα επιλέξει ο φοιτητής/η φοιτήτρια, ο επιβλέπων/-ουσα προσφέρει βοηθητική ενδεικτική βιβλιογραφία*

## ΜΕΡΟΣ ΤΡΙΤΟ: ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΦΟΙΤΗΤΕΣ

Το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών δίνει έμφαση όχι μόνο στην παροχή εκπαίδευσης υψηλής ποιότητας, αλλά και στην παροχή υπηρεσιών υψηλού επιπέδου. 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 Σίτιση, στέγαση, γυμναστική, ξένες γλώσσες, πολιτιστικές δραστηριότητες, υποτροφίες, οικονομικές ενισχύσεις παρέχονται στην ιστοσελίδα της Φοιτητικής Λέσχης του ΟΠΑ <https://lesxi.aueb.gr/>

### Ηλεκτρονικές Υπηρεσίες

Σημαντικός αριθμός διαδικασιών που συνδέονται τόσο με τη φοίτηση όσο και με τη φοιτητική μέριμνα πραγματοποιούνται ηλεκτρονικά μέσα από εφαρμογές του Πανεπιστημίου ή του Υπουργείου Παιδείας και Θρησκευμάτων. Όλες οι εφαρμογές είναι προσβάσιμες με τους ίδιους κωδικούς (username & password).

- **Λογαριασμός e-mail:**

Αναλυτικές οδηγίες για τη χρήση της Υπηρεσίας Webmail παρέχονται στη διεύθυνση <https://www.aueb.gr/el/content/webmail-manual>

- **Ηλεκτρονική Γραμματεία (Φοιτητολόγιο)**

Η εφαρμογή [Ηλεκτρονική Γραμματεία](#) είναι το πληροφοριακό σύστημα μέσα από το οποίο οι φοιτήτριες και οι φοιτητές έχουν τη δυνατότητα να εξυπηρετούνται από τη Γραμματεία του Τμήματος μέσω web.

- **Ασύρματο δίκτυο στο Πανεπιστήμιο**

Χρησιμοποιώντας τους προσωπικούς κωδικούς τους, οι φοιτητές/τριες έχουν πρόσβαση σε ασύρματο δίκτυο σε όλους του χώρους του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών. [Οδηγίες για WiFi](#)

- **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>

### **Ιατρικές Υπηρεσίες, Ασφάλιση/Υγειονομική Περίθαλψη**

Οι προπτυχιακοί, μεταπτυχιακοί φοιτητές, καθώς και οι υποψήφιοι διδάκτορες του Πανεπιστημίου, οι οποίοι 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. Περισσότερες πληροφορίες μπορείτε να βρείτε στην ιστοσελίδα <https://www.aueb.gr/el/content/υγειονομική-περίθαλψη>.

### **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.

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>.

### **Καθηγητής-Σύμβουλος ή Σύμβουλος Σπουδών**

Ρόλος του **Καθηγητή – Σύμβουλου** είναι να ενημερώνονται οι φοιτητές για σειρά θεμάτων όπως το πρόγραμμα σπουδών, το περιεχόμενο των μαθημάτων, οι τρόποι αξιολόγησής τους στα μαθήματα και άλλα φοιτητικά θέματα. Στο μεταπτυχιακό υπάρχει διαδικασία κατά την οποία οι καθηγητές – Σύμβουλοι ενημερώνονται για το ποιοι φοιτητές τους ανατίθενται κάθε έτος, παροτρύνονται να επικοινωνήσουν με αυτούς και στη συνέχεια δίνουν σχετική ανατροφοδότηση στο Διευθυντή του Π.Μ.Σ.

### **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>.

#### **Διεθνή προγράμματα και πρακτικές πληροφορίες για την διεθνή κινητικότητα των φοιτητών**

Το ΟΠΑ συμμετέχει ενεργά στο Πρόγραμμα Έρασμος από το 1987 προωθώντας τη συνεργασία με πανεπιστήμια, επιχειρήσεις και διεθνείς οργανισμούς της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ) και την κινητικότητα φοιτητών, διδακτικού και διοικητικού προσωπικού με ιδρύματα-εταίρους. Επιπλέον, αναπτύσσοντας περαιτέρω τη διεθνοποίησή του, δημιουργεί νέες ευκαιρίες μέσω του Προγράμματος Erasmus+ Διεθνής Κινητικότητα. Στο πλαίσιο του Προγράμματος, χορηγούνται υποτροφίες κινητικότητας μέσω του Ιδρύματος Κρατικών Υποτροφιών (ΙΚΥ) σε εισερχόμενους και εξερχόμενους φοιτητές των τριών κύκλων σπουδών, σύμφωνα με τη χρηματοδότηση που εγκρίνει κάθε χρόνο το Ίδρυμα Κρατικών Υποτροφιών για το Ίδρυμα. Οι εξερχόμενοι φοιτητές έχουν τη δυνατότητα να διανύσουν μία περίοδο σπουδών σε Ίδρυμα – Εταίρο εκτός Ε.Ε. με πλήρη ακαδημαϊκή αναγνώριση μέσω της εφαρμογής του συστήματος των πιστωτικών μονάδων (ECTS credits) (<https://www.aueb.gr/el/content/πρόγραμμα-έρασμος>).

#### **Διασύνδεση με την Αγορά Εργασίας και την Επιχειρηματικότητα**

Η Δ.Α.ΣΤΑ.Ο.Π.Α. (<https://www.aueb.gr/el/dasta>) είναι η διοικητική δομή του Πανεπιστημίου που προγραμματίζει, συντονίζει και υλοποιεί τις δράσεις του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών σε θέματα:

- α) ανάπτυξης επιχειρηματικότητας και καινοτομίας

- β) διασύνδεσης των φοιτητών και αποφοίτων με την αγορά εργασίας
- γ) διασύνδεσης της ακαδημαϊκής κοινότητας με επιχειρήσεις
- δ) πρακτικής άσκησης φοιτητών, και
- ε) υποστήριξης δράσεων αξιοποίησης της έρευνας.

### **Φοιτητικοί Σύλλογοι**

Στην πανεπιστημιακή κοινότητα του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών δραστηριοποιούνται και αναπτύσσονται διάφορες Οργανώσεις και Σύλλογοι φοιτητών.

(<https://www.aueb.gr/el/content/σύλλογοι-φοιτητών>).

### **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 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>.

### **Πρόγραμμα Εθελοντισμού**

Στο πλαίσιο της στρατηγικής του ΟΠΑ για την Κοινωνική Προσφορά, ξεκίνησε τον Σεπτέμβριο του 2017 το Πρόγραμμα Εθελοντισμού “AUEB Volunteers”. Στόχος του Προγράμματος είναι η ανάδειξη σημαντικών κοινωνικών θεμάτων και της αξίας της συμμετοχής και της έμπρακτης προσφοράς, αλλά και η ευαισθητοποίηση της κοινότητας γύρω από τους 17 Στόχους Βιώσιμης Ανάπτυξης του ΟΗΕ. Οι δράσεις αναπτύσσονται σε δύο βασικούς άξονες: (α) δράσεις προς την Κοινότητα του ΟΠΑ, οι οποίες έχουν ως βασικό στόχο την διατήρηση της ποιότητας των υποδομών του Πανεπιστημίου με κριτήριο την αισθητική και την λειτουργικότητά τους και (β) δράσεις προς την Κοινωνία. (<https://auebvolunteers.gr/>).

### **Διασφάλιση 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 ερωτηματολογίου αξιολόγησης μαθήματος /διδασκαλίας το οποίο συμπληρώνεται από τους φοιτητές. (<https://aueb.gr/modip>).

### **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>).