

**ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΑΘΗΝΩΝ**



ATHENS UNIVERSITY
OF ECONOMICS
AND BUSINESS

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ & ΤΗΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

ΑΘΗΝΑ

ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2025

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΜΕΡΟΣ ΠΡΩΤΟ: ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΟ ΙΔΡΥΜΑ.....	5
1.1 ΕΠΩΝΥΜΙΑ, ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΚΑΙ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ.....	5
1.2 ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΕΣ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟΥ ΕΤΟΥΣ.....	6
1.3 ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗ ΔΟΜΗ ΟΠΑ.....	7
1.4 ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΗ ΔΙΑΘΡΩΣΗ ΟΠΑ.....	7
1.5 ΤΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΤΟΥ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ.....	8
1.6 ΟΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ.....	8
1.7 ΓΕΝΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΟΥ ΙΔΡΥΜΑΤΟΣ.....	9
1.8 ΒΑΣΙΚΟΙ ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΙ ΤΟΥ ΙΔΡΥΜΑΤΟΣ.....	9
1.9 ΣΥΝΤΟΝΙΣΤΗΣ ECTS ΤΟΥ ΙΔΡΥΜΑΤΟΣ.....	9
ΜΕΡΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ: ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ	10
2.1 ΓΕΝΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ.....	10
2.2 ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ	11
2.3 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ.....	13
2.3.1. Πιστωτικές μονάδες.....	13
2.3.2. Απόκτηση του Δ.Μ.Σ.	13
2.3.3. Μαθήματα προγράμματος σπουδών	14
2.3.4. Διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι.....	16
2.3.5 Παρακολούθηση του προγράμματος	17
2.3.7 Αξιολόγηση φοιτητών	17
2.3.8 Τιμητικές Διακρίσεις.....	17
2.4 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΩΝ ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΝΟΤΗΤΩΝ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ.....	18
ΕΙΔΙΚΕΥΣΗ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ, ΕΛΛΗΝΟΦΩΝΗ.....	18
ΜΑΘΗΜΑΤΑ ΚΟΡΜΟΥ	18
ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ.....	18
ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ	22
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ.....	26
ΕΡΕΥΝΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	31

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ	35
ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	40
ΨΗΦΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	44
ΔΙΕΘΝΕΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	48
ΜΑΘΗΜΑΤΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ	52
ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	52
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ	56
ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ	60
ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΚΑΙ ΑΕΙΦΟΡΙΑ	65
ΤΑΞΙΔΙ & ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΠΕΛΑΤΗ	69
ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ	73
ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	77
ΜΕΛΕΤΕΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΩΝ	81
ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ	85
ΕΙΔΙΚΕΥΣΗ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΕ ΔΙΕΘΝΗ ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟ (ΑΓΓΛΟΦΩΝΗ)	89
ΜΑΘΗΜΑΤΑ ΚΟΡΜΟΥ	89
ΔΙΕΘΝΕΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	89
ΔΙΑΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ	93
ΕΡΕΥΝΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	97
ΨΗΦΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ I	101
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ	105
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ	110
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ	114
ΨΗΦΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ II	118
ΜΑΘΗΜΑΤΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ	122
ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΩΝΥΜΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ	122
ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΚΑΙ ΑΕΙΦΟΡΙΑ	127
ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	131
ΤΑΞΙΔΙ & ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΠΕΛΑΤΗ	135
ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ	139
ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΜΟΔΑΣ ΚΑΙ ΕΙΔΩΝ ΠΟΛΥΤΕΛΕΙΑΣ	144

ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΣΕΙΣ.....	151
ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ.....	156
ΜΕΡΟΣ ΤΡΙΤΟ: ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΦΟΙΤΗΤΕΣ	160

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@aeub.gr

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

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

ΠΡΥΤΑΝΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ

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

Πρύτανης

Καθηγητής Βασίλειος Βασδέκης

Αντιπρυτάνεις

Αντιπρύτανης Ακαδημαϊκών Υποθέσεων και Προσωπικού

Καθηγητής Λεωνίδα Δουκάκης

Αντιπρύτανης Έρευνας και Δια Βίου Μάθησης

Καθηγήτρια Γεωργία Σιουγλέ

Αντιπρύτανης Οικονομικού Προγραμματισμού και Υποδομών

Αναπλ. Καθηγήτρια Άννα Ελένη Γαλανάκη

Αντιπρύτανης Διεθνούς Συνεργασίας & Ανάπτυξης

Καθηγήτρια Αθανασία (Νάνσυ) Πουλούδη

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Κοσμήτορας: Καθηγήτρια Αγγελική Πουλυμενάκου

ΤΜΗΜΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Πρόεδρος: Αναπληρώτρια Καθηγήτρια Ειρήνη Νικάνδρου

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^{ος} όροφος γραφείο 806

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

Ηλ. Ταχυδρομείο Γραμματείας: msc.marketing@aueb.gr

Ιστοσελίδα: www.marketing.aueb.gr

1.2 ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΕΣ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟΥ ΕΤΟΥΣ¹

ΧΕΙΜΕΡΙΝΟ ΕΞΑΜΗΝΟ

ΕΝΑΡΞΗ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ: Δευτέρα 15 Σεπτεμβρίου 2025

ΛΗΞΗ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ ΚΟΡΜΟΥ: Πέμπτη 13 Νοεμβρίου 2025

ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ ΚΟΡΜΟΥ: 18-27 Νοεμβρίου 2025

ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΗ ΒΑΘΜΩΝ ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΗΣ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ ΚΟΡΜΟΥ: Μέχρι 5 Ιανουαρίου 2026

ΤΕΛΕΥΤΑΙΑ ΗΜΕΡΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΔΙΑΚΟΠΕΣ ΤΩΝ ΧΡΙΣΤΟΥΓΕΝΝΩΝ: Παρασκευή 19 Δεκεμβρίου 2025

ΕΝΑΡΞΗ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ ΕΠΙΛΟΓΗΣ: Δευτέρα 1 Δεκεμβρίου 2025

ΛΗΞΗ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ ΕΠΙΛΟΓΗΣ: Παρασκευή 9 Ιανουαρίου 2026

ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΗ ΒΑΘΜΩΝ ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΗΣ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ ΕΠΙΛΟΓΗΣ: Μέχρι 9 Φεβρουαρίου 2026

ΑΡΓΙΕΣ

Εορτασμός Επετείου 28ης Οκτωβρίου: Τρίτη 28 Οκτωβρίου 2025

Επέτειος Πολυτεχνείου: Δευτέρα 17 Νοεμβρίου 2025

Θεοφάνεια: Τρίτη 6 Ιανουαρίου 2026

ΕΑΡΙΝΟ ΕΞΑΜΗΝΟ

ΕΝΑΡΞΗ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ ΚΟΡΜΟΥ: Δευτέρα 12 Ιανουαρίου 2026

ΛΗΞΗ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ ΚΟΡΜΟΥ: Δευτέρα 23 Μαρτίου 2026

ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ ΚΟΡΜΟΥ: 26 Μαρτίου – 20 Απριλίου 2026

ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΗ ΒΑΘΜΩΝ ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΗΣ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ ΚΟΡΜΟΥ: Μέχρι 20 Μαΐου 2026

ΤΕΛΕΥΤΑΙΑ ΗΜΕΡΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΔΙΑΚΟΠΕΣ ΤΟΥ ΠΑΣΧΑ: Παρασκευή 3 Απριλίου 2026

ΕΝΑΡΞΗ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ ΕΠΙΛΟΓΗΣ: Δευτέρα 28 Απριλίου 2026

ΛΗΞΗ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ ΕΠΙΛΟΓΗΣ: Τρίτη 19 Μαΐου 2026

ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΗ ΒΑΘΜΩΝ ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΗΣ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ ΕΠΙΛΟΓΗΣ: Μέχρι 17 Ιουνίου 2026

ΑΡΓΙΕΣ

Τριών Ιεραρχών: Παρασκευή 30 Ιανουαρίου 2026

Καθαρά Δευτέρα: Δευτέρα 23 Φεβρουαρίου 2026

Εορτασμός Επετείου 25^{ης} Μαρτίου: Τετάρτη 25 Μαρτίου 2026

Πρωτομαγιά: Παρασκευή 1 Μαΐου 2026

Αγίου Πνεύματος: Δευτέρα 1 Ιουνίου 2026

¹ Υπό διαμόρφωση

ΕΠΑΝΑΛΗΠΤΙΚΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ

ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ: 1-11 Σεπτεμβρίου 2026

ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΗ ΒΑΘΜΩΝ ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΗΣ: Μέχρι 11 Οκτωβρίου 2026

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 αντανakλά 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^{ου} κύκλου σπουδών που οδηγούν στη λήψη Διδακτορικού Διπλώματος

Τμήματα:

Τμήμα μερικής φοίτησης της κατεύθυνσης Μάρκετινγκ & Επικοινωνίας

(www.dept.aueb.gr/marketing/executive)

Τμήμα πλήρους φοίτησης της κατεύθυνσης Μάρκετινγκ & Επικοινωνίας

(www.dept.aueb.gr/marketing/fulltime)

Τμήμα πλήρους φοίτησης της κατεύθυνσης Μάρκετινγκ & Επικοινωνία με Διεθνή Προσανατολισμό

(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, με απόφαση της Συνέλευσης του Τμήματος, δημοσιεύεται και αναρτάται στην ιστοσελίδα του Π.Μ.Σ. και του Ιδρύματος προκήρυξη για την εισαγωγή των μεταπτυχιακών φοιτητών/τριών στο Π.Μ.Σ.

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 κείμενες διατάξεις και τις προβλέψεις του Κανονισμού Σπουδών του Π.Μ.Σ.

Η διαδικασία επιλογής έχει ως εξής:

α) Η Γραμματεία του Π.Μ.Σ. καταρτίζει κατ' αρχήν έναν πλήρη κατάλογο όσων έχουν υποβάλει αίτηση

β) Η Επιτροπή Αξιολόγησης Υποψηφίων:

- Απορρίπτει τους/τις υποψηφίους/υποψήφιας που δεν πληρούν τα κριτήρια επιλογής
- Μοριοδοτεί τους/τις υποψηφίους/υποψήφιας σύμφωνα με τα κριτήρια που έχουν αποφασισθεί
- Ιεραρχεί βαθμολογικά τους/τις υποψηφίους/υποψήφιας και προβαίνει στην έκδοση προσωρινού πίνακα επιλογής
- Καλεί σε συνέντευξη (εφόσον προβλέπεται) όσους υποψηφίους/ υποψήφιας αποφασιστεί να κληθούν
- Με βάση την τελική βαθμολογία των υποψηφίων καταρτίζει τον τελικό πίνακα επιλογής

γ) Ο τελικός πίνακας των επιτυχόντων και τυχόν επιλαχόντων επικυρώνεται από τη Συνέλευση του Τμήματος

δ) Οι επιτυχόντες, ύστερα από ενημέρωσή τους από τη Γραμματεία, καλούνται να απαντήσουν εγγράφως εντός επτά (7) ημερών, για το αν αποδέχονται την ένταξή τους στο Π.Μ.Σ. Η άπρακτη πάροδος της ανωτέρω προθεσμίας ισοδυναμεί με άρνηση αποδοχής μετά την οποία η Γραμματεία του Π.Μ.Σ. ενημερώνει τον/την αμέσως επόμενο/η στη σειρά αξιολόγησης από το σχετικό πίνακα επιτυχόντων. Για την ένταξη στο Π.Μ.Σ. είναι απαραίτητη η κατάθεση ποσού 1.500 € (χίλια πεντακόσια ευρώ) ως έναντι της 1ης δόσης των τελών φοίτησης εντός του ίδιου διαστήματος με την αποδοχή της ένταξής τους στο Π.Μ.Σ.

Αριθμός εισακτέων

Ο αριθμός εισακτέων στο Π.Μ.Σ. ορίζεται **κατ' ανώτατο** όριο στους εκατόν πενήντα (150) μεταπτυχιακούς φοιτητές, οι οποίοι κατανέμονται ισομερώς στα τρία τμήματα (50 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/τριών γίνεται σε προθεσμίες που ορίζονται από τον Διευθυντή κατόπιν έγκρισης της Σ.Ε. του προγράμματος. Ο υποψήφιος πριν εγγραφεί, λαμβάνει γνώση του Κανονισμού Λειτουργίας του Π.Μ.Σ., του Κανονισμού Προγραμμάτων Μεταπτυχιακών και Διδακτορικών Σπουδών του ΟΠΑ, του Κώδικα Δεοντολογίας και Καλής Πρακτικής του ΟΠΑ και στέλνει σχετική ενυπόγραφη υπεύθυνη δήλωση αποδοχής τους.

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 προκαταβάλουν 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:** 7.500 €
- **Τμήμα πλήρους φοίτησης της κατεύθυνσης Μάρκετινγκ & Επικοινωνίας:** 6.900 €
- **Τμήμα πλήρους φοίτησης της κατεύθυνσης Μάρκετινγκ & Επικοινωνία με Διεθνή Προσανατολισμό:** 6.900 €

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. Αναλυτικά περιγράφονται στον Κανονισμό Λειτουργίας του Π.Μ.Σ.

2.3 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ

2.3.1. Πιστωτικές μονάδες

Το σύνολο των πιστωτικών μονάδων του προγράμματος είναι ενενήντα (90) πιστωτικές μονάδες (Π.Μ.)

2.3.2. Απόκτηση του Δ.Μ.Σ.

Για την απόκτηση του Δ.Μ.Σ. απαιτείται α) Υποχρεωτική παρακολούθηση και επιτυχής εξέταση σε δώδεκα (12) μαθήματα, 8 μαθήματα κορμού, τα οποία αντιστοιχούν σε 5,5 Πιστωτικές Μονάδες έκαστο, 4 μαθήματα επιλογής, τα οποία αντιστοιχούν σε 4 Πιστωτικές Μονάδες έκαστο και β) εκπόνηση διπλωματικής εργασίας η οποία αντιστοιχεί σε 30 Πιστωτικές Μονάδες. 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 ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ			
ΚΩΔΙΚΟΣ	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ECTS
bm51101	Μάρκετινγκ	Υποχρεωτικό	5,5
bm51102	Διαφήμιση & Επικοινωνία	Υποχρεωτικό	5,5
bm51103	Συμπεριφορά Καταναλωτή	Υποχρεωτικό	5,5
bm51104	Έρευνα Μάρκετινγκ	Υποχρεωτικό	5,5
	Μάθημα επιλογής 1	Επιλογής	4
	Μάθημα επιλογής 2	Επιλογής	4
ΣΥΝΟΛΟ ΠΙΣΤΩΤΙΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ ΕΞΑΜΗΝΟΥ			30
Β ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ			
ΚΩΔΙΚΟΣ	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ECTS
bm51106	Ψηφιακό Μάρκετινγκ	Υποχρεωτικό	5,5
bm51108	Στρατηγικό Μάρκετινγκ	Υποχρεωτικό	5,5
bm51110	Διεθνές Μάρκετινγκ	Υποχρεωτικό	5,5
bm51105	Στρατηγική Προϊόντος	Υποχρεωτικό	5,5
	Μάθημα επιλογής 1	Επιλογής	4
	Μάθημα επιλογής 2	Επιλογής	4
ΣΥΝΟΛΟ ΠΙΣΤΩΤΙΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ ΕΞΑΜΗΝΟΥ			30
Γ ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ			
ΚΩΔΙΚΟΣ	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ECTS
bm51109	Διπλωματική Εργασία (Συμβουλευτική / Εργασία Πεδίου)	Υποχρεωτικό	30
ΣΥΝΟΛΟ ΠΙΣΤΩΤΙΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ ΕΞΑΜΗΝΟΥ			30
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΠΙΣΤΩΤΙΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ			90
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ ΕΠΙΛΟΓΗΣ			
ΚΩΔΙΚΟΣ	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ECTS
bm51201s	Αναλυτική Μάρκετινγκ	Επιλογής	4
bm51202s	Επιχειρηματικότητα & Καινοτομία	Επιλογής	4
bm51203s	Διοίκηση Πωλήσεων	Επιλογής	4
bm51204s	Εταιρική Ευθύνη & Αειφορία	Επιλογής	4
bm51205s	Ταξίδι & Εμπειρία Πελάτη	Επιλογής	4
bm51206s	Προώθηση Πωλήσεων	Επιλογής	4
bm51207s	Βιομηχανικό Μάρκετινγκ	Επιλογής	4

bm51208s	Μελέτες Περίπτωσης	Επιλογής	4
----------	--------------------	----------	---

Κατεύθυνση Μάρκετινγκ & Επικοινωνία με Διεθνή Προσανατολισμό (αγγλόφωνη)

Α ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ Α			
ΚΩΔΙΚΟΣ	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ECTS
bm52103f	Διεθνές Μάρκετινγκ – International Marketing	Υποχρεωτικό	5,5
bm52106f	Διαπολιτισμική Συμπεριφορά Καταναλωτή – Consumer Behavior across Cultures	Υποχρεωτικό	5,5
bm52104f	Έρευνα Μάρκετινγκ – Marketing Research	Υποχρεωτικό	5,5
bm52107f	Ψηφιακό Μάρκετινγκ Ι – Digital Marketing I	Υποχρεωτικό	5,5
	Μάθημα επιλογής 1	Επιλογής	4
	Μάθημα επιλογής 2	Επιλογής	4
ΣΥΝΟΛΟ ΠΙΣΤΩΤΙΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ ΕΞΑΜΗΝΟΥ			30
Β ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ Β			
ΚΩΔΙΚΟΣ	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ECTS
bm52109f	Διαφήμιση και Επικοινωνία – Advertising & Communication	Υποχρεωτικό	5,5
bm52101f	Επιχειρησιακή Στρατηγική – Business Strategy	Υποχρεωτικό	5,5
bm52102f	Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία – Entrepreneurship & Innovation	Υποχρεωτικό	5,5
bm52108f	Ψηφιακό Μάρκετινγκ ΙΙ – Digital Marketing II	Υποχρεωτικό	5,5
	Μάθημα επιλογής 1	Επιλογής	4
	Μάθημα επιλογής 2	Επιλογής	4
ΣΥΝΟΛΟ ΠΙΣΤΩΤΙΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ ΕΞΑΜΗΝΟΥ			30
Γ ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ Γ			
ΚΩΔΙΚΟΣ	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ECTS
bm52105f	Διπλωματική Εργασία – Master Thesis (Συμβουλευτική / Εργασία Πεδίου)	Υποχρεωτικό	30
ΣΥΝΟΛΟ ΠΙΣΤΩΤΙΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ ΕΞΑΜΗΝΟΥ			30
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΠΙΣΤΩΤΙΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ			90
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ ΕΠΙΛΟΓΗΣ			
ΚΩΔΙΚΟΣ	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ECTS
bm52201f	Διοίκηση Επώνυμου Προϊόντος – Brand Management	Επιλογής	4
bm52202f	Εταιρική Ευθύνη και Αειφορία – Corporate Responsibility & Sustainability	Επιλογής	4
bm52203f	Βιομηχανικό Μάρκετινγκ – B2B Marketing	Επιλογής	4

bm52204f	Ταξίδι & Εμπειρία Πελάτη – Customer Journey & Experience	Επιλογής	4
bm52205f	Διοίκηση Πωλήσεων – Sales Management	Επιλογής	4
bm52206f	Μάρκετινγκ Μόδας και Ειδών Πολυτελείας – Fashion & Luxury Marketing	Επιλογής	4
bm52207f	Προώθηση Πωλήσεων – Sales Promotion	Επιλογής	4
bm52208f	Διαπραγματεύσεις – Negotiations	Επιλογής	4

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/Χρηματοοικονομικά και μάρκετινγκ

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 ενσωμάτωσης 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 κορμού είναι 27 και σε κάθε μάθημα επιλογής 18. 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 αξιολόγηση των μαθημάτων γίνεται με γραπτή ή προφορική εξέταση, εργασία, απαλλακτική εργασία ή συνδυασμό των παραπάνω, δια ζώσης ή με μεθόδους ψηφιακής αξιολόγησης.

Ο καθορισμός του τρόπου και της διαδικασίας αξιολόγησης των φοιτητών σε ένα μάθημα, αποτελεί αποκλειστική ευθύνη του διδάσκοντος στον οποίο έχει ανατεθεί η διδασκαλία του μαθήματος από τη Συνέλευση του Τμήματος.

Η διαμόρφωση του τελικού βαθμού του κάθε μαθήματος καθορίζεται από τους εκάστοτε διδάσκοντες. Σε αυτόν μπορούν να συνεισφέρουν 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 4274/26-4-2025) 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 ΜΑΘΗΜΑΤΑ ΚΟΡΜΟΥ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ		ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	1 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ 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	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ		ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ	3		5,5
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.			
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ Υποβάθρου , Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων	Επιστημονικής περιοχής		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΟΧΙ		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	ΕΛΛΗΝΙΚΑ		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	N/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^ο 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.
- Ανάλυση εξωτερικού & εξωτερικού περιβάλλοντος

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ

Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ
αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.

Πρόσωπο με πρόσωπο.

ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές	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).	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη & 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	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	60
	Άσκηση πεδίου	15
	Μελέτη και ανάλυση βιβλιογραφίας	15
	Συγγραφή εργασίας	20
	Αυτοτελής μελέτη	27,5
	Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)	137,5
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ 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,	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 πιο συγκεκριμένα στην πλατφόρμα e-class του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών.	

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:

Kotler P. and Keller, K.L. (latest edition), Marketing Management, Prentice Hall, New Jersey.

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

Journal of Marketing, Journal of the Academy of Marketing Science, Journal of Consumer Research, European Journal of Marketing.

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ		ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	1 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ 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		ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ		3	5,5
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.			
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ Υποβάθρου , Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων	Επιστημονικής περιοχής		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΟΧΙ		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	ΕΛΛΗΝΙΚΑ		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	N/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

• *Περίληπτικός 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	Σχεδιασμός και διαχείριση έργων
Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις	Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα
Λήψη αποφάσεων	Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον
Αυτόνομη εργασία	Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής 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

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 προσεγγίσεις στη μελέτη της συμπεριφοράς του καταναλωτή και η εφαρμογή τους στις στρατηγικές 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: δημογραφικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά, αξίες, κουλτούρα, ομάδες αναφοράς, καθοδηγητές

γνώμης, (δ) διαδικασίες λήψης, στάδια και τύποι αγοραστικών αποφάσεων και (ε) τμηματοποίηση της αγοράς καταναλωτών.

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.	Πρόσωπο με πρόσωπο	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές	Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία και στην Επικοινωνία με τους φοιτητές	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη & 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	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	70
	Μελέτες περιπτώσεων	25
	Διαδραστική διδασκαλία	20
	Μελέτη και ανάλυση βιβλιογραφίας	22,5
	Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)	137,5
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης Γλώσσα Αξιολόγησης, Μέθοδοι αξιολόγησης, Διαμορφωτική ή Συμπερασματική, Δοκιμασία	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.	

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;	Γλώσσα Αξιολόγησης: Ελληνική
--	-------------------------------------

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

Μπάλτας, Γ. και Παπασταθοπούλου, Π. (2021). Συμπεριφορά Καταναλωτή, Εκδόσεις Rosili.

Schiffman, L. & Kanuk, L. (2019), *Consumer Behavior*, 12th edition, Prentice Hall.

Solomon, M., Bamossy, G, Askegaard, S. & Hogg, M. (2019), *Consumer Behaviour: A European Perspective*, 7th edition, Pearson.

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

Journal of Consumer Behavior

Journal of Consumer Research

Journal of Consumer Psychology

Psychology and Marketing

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ		ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	1 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ 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		ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ		3	5,5
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.			
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ Υποβάθρου , Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων	Επιστημονικής Περιοχής		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΟΧΙ		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	ΕΛΛΗΝΙΚΑ		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	N/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 - Περίληπτικός 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 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
Αυτόνομη εργασία	Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής 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	

Το μάθημα αποσκοπεί στο σύνολο των παραπάνω γενικών ικανοτήτων.

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Το μάθημα στοχεύει στο να κατανοήσουν οι φοιτητές τη στενή σχέση μεταξύ διαφημιστικής στρατηγικής και στρατηγικής μάρκετινγκ και 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 αποτελεσματικότητάς του. Το μάθημα επικεντρώνεται στις κλασικές και σύγχρονες 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
- Άλλα εργαλεία επικοινωνίας μάρκετινγκ
- Προώθηση πωλήσεων
- Προσωπική πώληση
- Άμεσο μάρκετινγκ
- Δημόσιες σχέσεις
- Διαδραστική επικοινωνία
- Αξιολόγηση των προγραμμάτων Ολοκληρωμένης Επικοινωνίας Μάρκετινγκ

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ <i>Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.</i>	<i>Πρόσωπο με πρόσωπο</i>	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ <i>Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</i>	<i>Χρήση Τ.Π.Ε. στη διδασκαλία, στην εργαστηριακή εκπαίδευση και στην επικοινωνία με τους φοιτητές</i>	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ <i>Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη & ανάλυση βιβλιογραφίας, Φροντιστήριο, Πρακτική (Τοποθέτηση), Κλινική Άσκηση, Καλλιτεχνικό Εργαστήριο,</i>	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	<i>Διαλέξεις στην τάξη</i>	21
	<i>Μελέτη και ανάλυση βιβλιογραφίας</i>	30
	<i>Εκπόνησης μελέτης (project)</i>	37
	<i>Αυτοτελής μελέτη</i>	46,5
	<i>Διαλέξεις επισκεπτών</i>	3
	Σύνολο Μαθήματος	137,5

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	(25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ 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;	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 e-class

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία Arens, W. F., & Weigold, M. F. (2021). <i>M: Advertising</i> (4th Ed.). New York: McGraw-Hill. Arens, W. F., & Weigold, M. F., & Arens, C. (2021). <i>Contemporary Advertising and Integrated Marketing Communications</i> (16th Ed.). New York: McGraw-Hill. Batra R., Myers J. G., & Aaker D. A. (1996). <i>Advertising Management</i> (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.
- Ζώτος, Γ. Χ., Ζώτου Α., Γ., Κυρούση Α., Μπουτσούκη Χ., Πάλλα Π., & Χατζηθωμάς Λ. Δ. (2018). *Διαφήμιση: Σχεδιασμός, Ανάπτυξη, Αποτελεσματικότητα* (6^η 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

ΣΧΟΛΗ	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ		ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	1 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΡΕΥΝΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ 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	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ		ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ	3		5,5
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.			
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ Υποβάθρου , Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων	Επιστημονικής Περιοχής		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΟΧΙ		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	ΕΛΛΗΝΙΚΑ		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	N/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

- *Περίληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων*

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

- Περιγράφουν τη διαδικασία της έρευνας αγοράς
- 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	Σχεδιασμός και διαχείριση έργων
Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις	Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα
Λήψη αποφάσεων	Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον
Αυτόνομη εργασία	Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής 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

Λήψη αποφάσεων

Ομαδική εργασία

Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Σκοπός του μαθήματος είναι να κατανοήσουν οι συμμετέχοντες 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 και στη χάραξη στρατηγικών μάρκετινγκ ώστε να γίνουν ευφυείς χρήστες της έρευνας αγοράς. Το κύριο 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

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ

Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.

Πρόσωπο με πρόσωπο

ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές	Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση και στην Επικοινωνία με τους φοιτητές	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη & 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	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	21
	Φροντιστήριο	21
	Εκπόνηση μελέτης (project)	55,5
	Μελέτη	40
	Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)	137,5
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ 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,	Γραπτή εξέταση ανάπτυξης 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. Γλώσσα αξιολόγησης: Ελληνική Αναλύονται διεξοδικά στο μάθημα και στην περιγραφή του μαθήματος (syllabus).	

*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 :

Μέθοδοι Έρευνας Αγοράς, Β. Σταθακόπουλος, Εκδόσεις UNIBOOKS 2017

Marketing Research, Alvin Burns and Ann Veeck, Pearson, 9th edition. 2020

Εκπαιδευτικό υλικό από το e-class του ΟΠΑ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ		ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	2 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ 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	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ		ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ	3		5,5
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.			
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ Υποβάθρου , Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων	Επιστημονικής Περιοχής		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΟΧΙ		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	ΕΛΛΗΝΙΚΑ		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	N/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

- **Περίληπτικός 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	Σχεδιασμός και διαχείριση έργων
Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις	Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα
Λήψη αποφάσεων	Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον
Αυτόνομη εργασία	Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής 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
- Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών
- Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Οι διαλέξεις καλύπτουν τις ακόλουθες θεματικές ενότητες:

- Επίπεδα προϊόντος και η σημασία τους.
- Τύποι προϊόντων αποφάσεων που καλείται να λάβει η επιχείρηση και που αφορούν στους τύπους προϊόντος, το υλικό και το άυλο/διευρυμένο προϊόν.
- Πολιτική επωνυμίας και μάρκας, η οποία περιλαμβάνει αποφάσεις που αφορούν στην επιλογή ονόματος και τις στρατηγικές υποστήριξης και ανάπτυξης μάρκας.
- Μείγμα προϊόντων όσον αφορά το μήκος και βάθος κάθε γραμμής προϊόντος
- 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 και στην εξασφάλιση πόρων για έρευνα και ανάπτυξη καινοτομικών προϊόντων.

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.	Πρόσωπο με πρόσωπο	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές	Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην εργαστηριακή εκπαίδευση και στην Επικοινωνία με τους φοιτητές	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη & 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	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	80
	Μελέτη και ανάλυση βιβλιογραφίας	57,50
	Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)	137,5
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης Γλώσσα Αξιολόγησης, Μέθοδοι αξιολόγησης, Διαμορφωτική ή	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	

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;	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.
--	--

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

ΣΧΟΛΗ	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ		ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	2 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ 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		ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ		3	7,5
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.			
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ Υποβάθρου , Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων		Επιστημονικής περιοχής	
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:		ΟΧΙ	
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:		ΕΛΛΗΝΙΚΑ	
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS		ΟΧΙ	
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)		N/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

- *Περίληπτικός 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;:

<i>Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</i>	<i>Σχεδιασμός και διαχείριση έργων</i>
<i>Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</i>	<i>Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα</i>
<i>Λήψη αποφάσεων</i>	<i>Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον</i>
<i>Αυτόνομη εργασία</i>	<i>Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής 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 σκέψης</i>
<i>Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον</i>	
<i>Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών</i>	

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, στο σύγχρονο, 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 λήψη στρατηγικών αποφάσεων. 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 <i>Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.</i>	Πρόσωπο με Πρόσωπο	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ <i>Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</i>	Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην εργαστηριακή εκπαίδευση και στην Επικοινωνία με τους φοιτητές	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ <i>Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη & 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</i>	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	21
	Εργαστηριακή Άσκηση/Παιχνίδι προσομοίωσης	21
	Μελέτη	95,5
	Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)	137,5
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ <i>Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης Γλώσσα Αξιολόγησης, Μέθοδοι αξιολόγησης, Διαμορφωτική ή Συμπερασματική, Δοκιμασία Πολλαπλής Επιλογής, Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης, Ερωτήσεις</i>	Γραπτή εξέταση ανάπτυξης 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.	

<i>Ανάπτυξης Δοκιμίων, Επίλυση Προβλημάτων, Γραπτή Εργασία, Έκθεση / Αναφορά, Προφορική Εξέταση, Δημόσια Παρουσίαση, Εργαστηριακή Εργασία, Κλινική Εξέταση Ασθενούς, Καλλιτεχνική Ερμηνεία, Άλλη / Άλλες</i> <i>Αναφέρονται ρητά προσδιορισμένα κριτήρια αξιολόγησης και εάν και που είναι προσβάσιμα από τους φοιτητές;</i>	Αναλύονται διεξοδικά στο μάθημα και στην περιγραφή του μαθήματος (syllabus). Γλώσσα αξιολόγησης: Ελληνικά
---	--

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

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

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ		ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	2 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΨΗΦΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ 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		ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ		3	5,5
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.			
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ Υποβάθρου , Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων	Επιστημονικής Περιοχής		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΟΧΙ		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	ΕΛΛΗΝΙΚΑ		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	N/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

- *Περίληπτικός 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	Σχεδιασμός και διαχείριση έργων
Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις	Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα
Λήψη αποφάσεων	Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον
Αυτόνομη εργασία	Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής 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

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 αξιολόγηση 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) μάρκετινγκ περιεχομένου, (ζ) Search Engine Optimization, (η) e-mail marketing, (θ) UX design.

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.	Πρόσωπο με πρόσωπο	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές	Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία: <i>SaaS ecommerce development platforms</i> Χρήση Τ.Π.Ε. στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση: <i>Google / Meta Ads Manager</i> Επικοινωνία με τους φοιτητές: <i>e-class / Teams</i>	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη & 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	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις στην τάξη:	17
	Εργαστηριακή Άσκηση:	10
	Μελέτη και ανάλυση βιβλιογραφίας:	15
	Εκπόνηση μελέτης (project):	20
	Συγγραφή εργασίας / εργασιών:	40
	Αυτοτελής μελέτη:	35,5
	Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)	137,5
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης Γλώσσα Αξιολόγησης, Μέθοδοι αξιολόγησης, Διαμορφωτική ή Συμπερασματική, Δοκιμασία Πολλαπλής Επιλογής, Ερωτήσεις	Γραπτή εξέταση με ερωτήσεις ανάπτυξης δοκιμίων (βαρύτητα 70%) και δημόσια παρουσίαση ομαδικής εργασίας (βαρύτητα 30%) Τα εν λόγω κριτήρια αξιολόγησης είναι προσβάσιμα μέσω του e-class Γλώσσα αξιολόγησης: Ελληνική	

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

ΣΧΟΛΗ	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ		ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	2 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΙΕΘΝΕΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ 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	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ		ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ	3		5,5
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.			
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ Υποβάθρου , Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων	Επιστημονικής περιοχής		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΟΧΙ		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	ΕΛΛΗΝΙΚΑ		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	N/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 - Περίληπτικός 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

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ <i>Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.</i>	Πρόσωπο με Πρόσωπο	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ <i>Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</i>	<i>Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην εργαστηριακή εκπαίδευση και στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</i>	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ <i>Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη & 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</i>	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	40
	Μελέτη και ανάλυση βιβλιογραφίας	20
	Εργαστηριακή Άσκηση/Παιχνίδι προσομοίωσης	37,5
	Αυτοτελής μελέτη	40
	Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)	137,5
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	<i>Η αξιολόγηση γίνεται βάσει δύο κριτηρίων:</i>	

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;	• Γραπτή εξέταση (70%) • Γραπτή εργασία (30%) Γλώσσα Αξιολόγησης: Ελληνικά Τα εν λόγω κριτήρια αξιολόγησης είναι προσβάσιμα μέσω του e-class
---	--

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:

Green, M.C. & Keegan, W.J. (2020). *Global Marketing*, 10th edition, Pearson.

Hollensen, S. (2020). *Global Marketing*, 8th edition, Pearson.

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά: *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*.

ΜΑΘΗΜΑΤΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ		ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	1 ^ο ή 2 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ 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		ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ		6	4
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.			
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ Υποβάθρου , Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων	Επιστημονικής Περιοχής & Ανάπτυξης Δεξιοτήτων		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΟΧΙ		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	ΕΛΛΗΝΙΚΑ		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	N/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

- **Περίληπτικός 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

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ <i>Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.</i>	<i>Πρόσωπο με πρόσωπο</i>	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ <i>Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</i>	<i>Χρήση ΤΠΕ στη διδασκαλία και στην επικοινωνία με τους φοιτητές</i>	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ <i>Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη & 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</i>	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	<i>Διαλέξεις</i>	<i>20</i>
	<i>Συγγραφή εργασιών</i>	<i>20</i>
	<i>Εργαστηριακές ασκήσεις</i>	<i>20</i>
	<i>Μελέτη και ανάλυση βιβλιογραφίας</i>	<i>40</i>
	Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)	100
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ <i>Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης Γλώσσα Αξιολόγησης, Μέθοδοι αξιολόγησης, Διαμορφωτική ή Συμπερασματική, Δοκιμασία Πολλαπλής Επιλογής, Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης, Ερωτήσεις</i>	<i>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.</i>	

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;	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.
--	--

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:

Μπάλτας, Γ. και Ρεπούσης, Π.Π. (2018). Επιχειρησιακή Αναλυτική και Ποσοτικά Υποδείγματα Μάρκετινγκ και Διαδυσκτίου, 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

ΣΧΟΛΗ	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ		ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	1 ^ο ή 2 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ 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	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ		ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ	6		4
<i>Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.</i>			
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ Υποβάθρου , Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων	Επιστημονικής Περιοχής & Ανάπτυξης Δεξιοτήτων		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΟΧΙ		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	ΕΛΛΗΝΙΚΑ		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	N/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. <i>Συμβουλευτείτε το Παράρτημα Α</i> - 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 <i>και Παράρτημα Β</i>

• *Περίληπτικός 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

Σχεδιασμός και διαχείριση έργων

δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση

Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα

και των απαραίτητων τεχνολογιών

Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον

Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις

Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής

Λήψη αποφάσεων

υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου

Αυτόνομη εργασία

Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής

Ομαδική εργασία

Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής

Εργασία σε διεθνές περιβάλλον

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

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

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.	Πρόσωπο με πρόσωπο		
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές	Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές		
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη & 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	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου	
	Διαλέξεις	40	
	Άσκηση πεδίου	15	
	Μελέτη και ανάλυση βιβλιογραφίας	5	
	Διαδραστική διδασκαλία	20	
	Εκπόνηση μελέτης (project)	20	
	Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)	100	
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης Γλώσσα Αξιολόγησης, Μέθοδοι αξιολόγησης, Διαμορφωτική ή Συμπερασματική, Δοκιμασία Πολλαπλής Επιλογής, Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης, Ερωτήσεις	Η αξιολόγηση γίνεται στη βάση δυο κριτηρίων: 1. Γραπτή εξέταση (20%) 2. Γραπτή εργασία (project) (80%) Γλώσσα Αξιολόγησης: Ελληνικά		

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 :

Hisrich R. (2014). *Advanced Introduction to Entrepreneurship*. USA: Edward Elgar Publishing Ltd.

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

Entrepreneurship Theory and Practice

Journal of Business Venturing

Journal of Small Business Management

International Small Business Journal

Entrepreneurship and Regional Development

International Journal of Entrepreneurship and Innovation

International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ		ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	1 ^ο ή 2 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ 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		ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ		6	4
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.			
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ Υποβάθρου , Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων		Επιστημονικής Περιοχής & Ανάπτυξης Δεξιοτήτων	
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:		Μάρκετινγκ	
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:		ΕΛΛΗΝΙΚΑ	
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS		ΟΧΙ	
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)		N/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

• *Περίληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων*

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

- επιλέξουν, εκτιμήσουν, εξετάσουν, σχεδιάσουν, προτείνουν και αξιολογήσουν θεωρίες και αρχές του σε σχέση με πρακτικές, τακτικές και προσεγγίσεις πωλήσεων και ζητήματα Διοίκησης Πωλήσεων, διαθέτοντας προχωρημένες γνώσεις και έχοντας κριτική ικανότητα στα εν λόγω αντικείμενα
- διασυνδέσουν τις παραπάνω αρχές, στρατηγικές και πρακτικές που άπτονται των Πωλήσεων με άλλα επιχειρησιακά πεδία (π.χ. Μάρκετινγκ, Παραγωγή, Οικονομικό, HR, R&D)
- επιλύουν σύνθετα και απρόβλεπτα ζητήματα στο αντικείμενο των πωλήσεων και της Διοίκησης Πωλήσεων κατέχοντας προχωρημένες δεξιότητες έχοντας δυνατότητα για καινοτομικές προσεγγίσεις
- διαχειρίζονται σύνθετες και απρόβλεπτες καταστάσεις στο αντικείμενο των πωλήσεων και της Διοίκησης Πωλήσεων αξιολογώντας ή να σχεδιάσουν στρατηγικές τακτικές.

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;:

<i>Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</i>	<i>Σχεδιασμός και διαχείριση έργων</i>
<i>Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</i>	<i>Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα</i>
<i>Λήψη αποφάσεων</i>	<i>Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον</i>
<i>Αυτόνομη εργασία</i>	<i>Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής 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 σκέψης</i>
<i>Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον</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
- Ομαδική εργασία
- Εργασία σε διεθνές περιβάλλον
- Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον
- Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών
- Σχεδιασμός και διαχείριση έργων
- Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον
- Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Περιεχόμενο:

- Η Φιλοσοφία του Μάρκετινγκ στις Πωλήσεις
- Διαδικασία, Μέθοδοι, Πρακτικές Τεχνικές και Τακτικές Πώλησης
- Πρόβλεψη αγοράς και Στόχοι
- Καθορισμός δύναμης και μορφής στόλου Πωλήσεων
- Σχεδιασμός περιοχών
- Οργάνωση τμήματος Πωλήσεων
- Συνεργασία Πωλήσεων με άλλες Λειτουργίες
- Η κατανόηση και διαχείριση της εμπειρίας του πελάτη

Περιγραφή και Σκοπός:

Τα πρακτικά, διοικητικά, οργανωτικά και στρατηγικά ζητήματα που άπτονται των Πωλήσεων είναι από τα πλέον νευραλγικά και κρίσιμα για την εύρυθμη και επιτυχημένη λειτουργία κάθε επιχείρησης. Τα στελέχη των Πωλήσεων έρχονται σε επικοινωνία, εξυπηρετούν και διαχειρίζονται το πολυτιμότερο κεφάλαιο της εταιρείας: τους πελάτες. Επίσης, οι Πωλήσεις ως λειτουργία αποτελούν το συνδετικό κρίκο μεταξύ επιχείρησης και αγοράς και θεωρούνται τα μάτια και τα αυτιά της κάθε εταιρείας. Παράλληλα, οι Πωλήσεις αποτελούν τη μοναδική λειτουργία που επιφέρει άμεσα έσοδα και λόγω του ρόλου τους οφείλουν να συνεργάζονται στενά και να συντονίζονται με το σύνολο των άλλων βασικών λειτουργιών μιας εταιρείας π.χ. Ανώτατη Διοίκηση, Παραγωγή, Οικονομικό, HR, R&D και ειδικά το Μάρκετινγκ, έχοντας καθοριστικό ρόλο στην υλοποίηση της επιχειρησιακής στρατηγικής και στην επίτευξη των στόχων.

Στο περιεχόμενο του μαθήματος θα αναλυθούν οι διαστάσεις της πολυσύνθετης λειτουργίας του τμήματος Πωλήσεων. Συγκεκριμένα, θα δοθεί έμφαση:

- (α) Στη διαδικασία της πώλησης και σε τεχνικές πώλησης. Η εστίαση θα αφορά σε συναλλαγές μεταξύ εταιρειών όπου παρατηρείται και ο κύριος όγκος πωλήσεων στην αγορά, οι βασικές όμως προσεγγίσεις θα έχουν εφαρμογή και σε πωλήσεις λιανεμπορίου. Αναφορές θα γίνουν και σε ηλεκτρονικές πωλήσεις.
- (β) Σε στρατηγικές και κρίσιμες αποφάσεις που καλούνται να λάβουν τα διοικητικά στελέχη Πωλήσεων κατά το σχεδιασμό ενός πλάνου πωλήσεων (sales plan) όπως η πρόβλεψη αγοράς και ο καθορισμός στόχων Πωλήσεων, ο καθορισμός της δύναμης και του στόλου Πωλήσεων καθώς και των υβριδικών και μικτών συστημάτων πώλησης (πχ αντιπρόσωποι) που μπορεί να εφαρμοστούν από μια εταιρεία, ο σχεδιασμός των περιοχών πώλησης σε συνδυασμό με το targeting και positioning της εταιρείας, και η οργάνωση της δύναμης Πωλήσεων.
- (γ) Στο ρόλο της συνεργασίας και σε μεθόδους συντονισμού του τμήματος Πωλήσεων με το τμήμα Μάρκετινγκ (καθώς οι δυο αυτές λειτουργίες είναι οι πλέον πελατοκεντρικές), καθώς και σε γενικά ζητήματα διοίκησης των σχέσεων του τμήματος Πωλήσεων με άλλα βασικά τμήματα και λειτουργίες μιας εταιρείας.
- (δ) Σε ευρύτερα ζητήματα που περιέχονται στη λειτουργία του τμήματος Πωλήσεων όπως η λογική των συστημάτων CRM, η εξυπηρέτηση του πελάτη, η διαχείριση παραπόνων, η σπουδαιότητα του προσανατολισμού στην υπηρεσία (servitization) και της λογικής της παροχής υπηρεσιών (service-dominant logic), καθώς και αποφάσεις με φιλοσοφία διαχείρισης δυναμικού (HR) όπως η αμοιβή, η εκπαίδευση, ο έλεγχος των ανθρώπων των Πωλήσεων και πολιτικές εσωτερικού μάρκετινγκ (Internal Marketing Orientation).

(ε) Στο βασικό ρόλο της υιοθέτησης της φιλοσοφίας του Μάρκετινγκ στο στρατηγικό σχεδιασμό και στην εφαρμογή των λειτουργιών των Πωλήσεων με γνώμονα την παροχή αξίας στον πελάτη (customer value).

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ <i>Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.</i>	Πρόσωπο με πρόσωπο	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ <i>Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</i>	Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ <i>Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη & 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</i>	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	20
	Διαδραστική διδασκαλία	15
	Εκπόνηση μελέτης	20
	Μελέτη & ανάλυση βιβλιογραφίας	20
	Συγγραφή εργασίας	25
	Σύνολο μαθήματος	100
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ <i>Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης Γλώσσα Αξιολόγησης, Μέθοδοι αξιολόγησης, Διαμορφωτική ή</i>	Γλώσσα αξιολόγησης: Ελληνικά Γραπτές εξετάσεις με ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής, επίλυση προβλημάτων (case studies), εκπόνηση εργασίας, γραπτές εξετάσεις πρακτικών ζητημάτων, παρουσίαση εργασίας (τα κριτήρια αξιολόγησης αναρτώνται στο e-class και αφορούν στην εμπέδωση και ικανότητα κριτικής διαχείρισης των εννοιών)	

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;

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- (1) Cespedes F. (2021). *Sales Management That Works: How to Sell in a World that Never Stops Changing*. Harvard Business Review Press.
- (2) Guenzi P. and Geiger S. (2017). *Sales Management: A Multinational Perspective*. Palgrave Macmillan, Basingstoke.
- (3) Αυλωνίτης Γ. και Σταθακόπουλος Β. (2008). *Αποτελεσματική Οργάνωση & Διοίκηση Πωλήσεων*. 2^η έκδοση, Εκδόσεις Σταμούλης.

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ		ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	1 ^ο ή 2 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΚΑΙ ΑΕΙΦΟΡΙΑ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ 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	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ	6	4	
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.			
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ Υποβάθρου , Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων	Επιστημονικής Περιοχής & Ανάπτυξης Δεξιοτήτων		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΟΧΙ		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	ΕΛΛΗΝΙΚΑ		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	N/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

• **Περίληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων**

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

- έχουν κατανοήσει τις έννοιες της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και της Αειφορίας
- έχουν κατανοήσει σε βάθος τη σχέση μεταξύ της επιχείρησης και της κοινωνίας
- έχουν κατανοήσει πως το σύγχρονο περιβάλλον (οικονομικοί, πολιτικοί και τεχνολογικοί παράγοντες) αλλάζουν τους κανόνες λειτουργίας των επιχειρήσεων ως προς την αειφόρο ανάπτυξη
- να αναλύουν και αξιολογούν τις ηθικές, κοινωνικές και των περιβαλλοντικές επιπτώσεις των επιχειρηματικών πρακτικών
- έχουν εμπεδώσει τις έννοιες και διαστάσεις της εταιρικής ηθικής και υπευθυνότητας, της αειφόρου ανάπτυξης και τις μεταξύ τους σχέσεις
- έχουν εμπεδώσει τη σημασία της υπεύθυνης παραγωγής και κατανάλωσης προϊόντων
- επιλέγουν και να υλοποιούν επιχειρηματικές στρατηγικές και πρωτοβουλίες που ενσωματώνουν την υπευθυνότητα
- αξιολογούν τα αποτελέσματα και τον αντίκτυπο των ενεργειών εταιρικής κοινωνικής ευθύνης
- κοινοποιούν αποτελεσματικά τις έννοιες, τις πρωτοβουλίες και τα αποτελέσματα της ΕΚΕ στους ενδιαφερόμενους φορείς

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	Σχεδιασμός και διαχείριση έργων
Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις	Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα
Λήψη αποφάσεων	Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον
Αυτόνομη εργασία	Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής 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
- Ομαδική εργασία
- Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα
- Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον
- Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Σκοπός του μαθήματος είναι να αποκτήσουν οι φοιτητές μια ολοκληρωμένη κατανόηση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ) και των πρακτικών βιώσιμης ανάπτυξης στον επιχειρηματικό κόσμο. Το μάθημα εστιάζει στις ηθικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές διαστάσεις των επιχειρηματικών λειτουργιών και στο πώς οι εταιρείες μπορούν να συνεισφέρουν θετικά στην κοινωνία επιτυγχάνοντας παράλληλα τους οικονομικούς τους στόχους. Το μάθημα εμπεριέχει θεωρητικά θεμέλια, πρακτικές εφαρμογές και μελέτες περιπτώσεων για τη διευκόλυνση της ολιστικής κατανόησης της ΕΚΕ και της βιωσιμότητας.

- Εισαγωγή στην έννοια της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και των στόχων βιώσιμης ανάπτυξης
- Εταιρική κοινωνική ευθύνη και κοινωνία
- Εργαλεία εταιρικής ευθύνης
- Ενέργειες εταιρικής ευθύνης: καλές πρακτικές, παραπλάνηση κοινού και έλλειψη εμπιστοσύνης
- Αξιολόγηση ενεργειών εταιρικής ευθύνης
- Υπεύθυνη παραγωγή και κατανάλωση προϊόντων
- Εταιρική διακυβέρνηση και προσαρμογή στους κανονισμούς
- Μελέτη περιπτώσεων

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ <i>Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.</i>	<i>Πρόσωπο με πρόσωπο</i>	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ <i>Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</i>	<i>Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</i>	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ <i>Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη & ανάλυση βιβλιογραφίας, Φροντιστήριο, Πρακτική (Τοποθέτηση), Κλινική Άσκηση, Καλλιτεχνικό Εργαστήριο, Διαδραστική διδασκαλία, Εκπαιδευτικές επισκέψεις, Εκπόνηση μελέτης (project), Συγγραφή εργασίας / εργασιών, Καλλιτεχνική δημιουργία, κ.λπ.</i>	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	70
	Μελέτη & ανάλυση βιβλιογραφίας	15
	Συγγραφή εργασίας & παρουσίαση	15
	Σύνολο μαθήματος	100

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	
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ 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;	• Γλώσσα αξιολόγησης: ελληνικά. • Μέθοδος αξιολόγησης: γραπτή εξέταση με ερωτήσεις ανάπτυξης και επίλυσης προβλημάτων. • Κριτήρια: η επιτυχής εξέταση στο συγκεκριμένο μάθημα προϋποθέτει απαντήσεις στα θέματα της γραπτής εξέτασης, με τρόπο που καταδεικνύει την ικανότητα των εξεταζόμενων φοιτητών να χρησιμοποιούν με αφαιρετικό και κριτικό τρόπο το θεωρητικό υπόβαθρο του μαθήματος, προς επίλυση στρατηγικών και τακτικών αποφάσεων εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και βιώσιμης ανάπτυξης. Οι φοιτητές θα ενημερωθούν για τα εν λόγω κριτήρια κατά την πρώτη διάλεξη του μαθήματος.

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Hasaki-Leventhal, D. (2018). Στρατηγική Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Εκδόσεις Τζιόλα.

Rasche, A., Morsing, M., & Moon, J. (2020). Εταιρική κοινωνική ευθύνη: Στρατηγική, επικοινωνία, διακυβέρνηση. Εκδόσεις Κριτική.

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ		ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	1 ^ο ή 2 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΤΑΞΙΔΙ & ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΠΕΛΑΤΗ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ 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	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ	6	4	
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.			
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ Υποβάθρου , Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων	Επιστημονικής Περιοχής & Ανάπτυξης Δεξιοτήτων		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	ΕΛΛΗΝΙΚΑ		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΌΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	N/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

• **Περίληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων**

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

1. Να έχουν κατανοήσει την έννοια και τη σημασία της επικέντρωσης στον πελάτη και την αναγωγή της επίτευξης βέλτιστης εμπειρίας πελάτη (*optimizing the customer experience*) στο βασικό στρατηγικό στόχο της επιχείρησης.
2. Να έχουν κατανοήσει την ανάγκη σφαιρικής ανάλυσης και κατανόησης της εμπειρίας του πελάτη (*customer experience*) καθώς και την πολυπλοκότητα αυτής της διαδικασίας.
3. Να μπορούν να σχεδιάσουν και να χρησιμοποιήσουν χάρτες που αποτυπώνουν την εμπειρία του πελάτη (*customer journey maps*).
4. Να γνωρίζουν τους παράγοντες εκείνους που μπορούν να οδηγήσουν στην παροχή άριστης εμπειρίας πελάτη και τις μεθόδους μέσα από τις οποίες μπορούμε να προσεγγίσουμε την αριστεία.
5. Να γνωρίζουν την έννοια του *design thinking* και των ευεργετικών συνεπειών του στη δημιουργία αξίας για τον πελάτη.
6. Να αξιοποιούν την ισχύ των υλικών στοιχείων και την επίδραση του χώρου παροχής της υπηρεσίας (*both online and offline – servicescapes & e-servicescapes*) στην εμπειρία του πελάτη και να γνωρίζουν τα εργαλεία εκείνα που θα τους επιτρέψουν να διοικήσουν τα στοιχεία που συνθέτουν το περιβάλλον παροχής της υπηρεσίας.
7. Να έχουν κατανοήσει τη σπουδαιότητα του ανθρώπινου παράγοντα στην παροχή βέλτιστης εμπειρίας πελάτη. Να είναι εξοπλισμένοι με τη γνώση εκείνη που θα τους επιτρέψει να επιλέγουν τη βέλτιστη στρατηγική διοίκησης του ανθρώπινου παράγοντα ανά περίπτωση και να γνωρίζουν πώς να την υλοποιήσουν.

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	Σχεδιασμός και διαχείριση έργων
Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις	Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα
Λήψη αποφάσεων	Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον
Αυτόνομη εργασία	Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής 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.

Λήψη αποφάσεων

Ομαδική εργασία

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

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Σκοπός του συγκεκριμένου μαθήματος είναι να κατανοήσουν οι συμμετέχοντες τη σπουδαιότητα, το εύρος και την πολυπλοκότητα της εμπειρίας του πελάτη (*customer experience*), την έννοια και την εφαρμογή της χαρτογράφησης της εμπειρίας του πελάτη (*customer journey mapping*), την επίτευξη αριστείας στην παροχή αξίας στον πελάτη (*value creation - service excellence*), τη βέλτιστη διοίκηση των διαδικασιών, τη σπουδαιότητα προσεκτικής διαχείρισης του ανθρώπινου παράγοντα για τη βελτιστοποίηση της εμπειρίας του πελάτη και την επίτευξη αφοσίωσης και πιστότητας (*customer relationship management & internal marketing*), καθώς και τις σημαντικές γνωσιακές, συναισθηματικές και συμπεριφορικές επιδράσεις του περιβάλλοντος χώρου στην εμπειρία του πελάτη. Το μάθημα επικεντρώνεται στην παρουσίαση μιας σειράς διαφορετικών εργαλείων ανάλυσης και διοίκησης, τα οποία οι συμμετέχοντες μαθαίνουν να τα χρησιμοποιούν μέσω της εφαρμογής τους σε πραγματικά παραδείγματα.

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.	Πρόσωπο με πρόσωπο	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές	Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη & 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	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαδραστική διδασκαλία	15
	Μελέτη & ανάλυση βιβλιογραφίας	50
	Εκπόνηση μελετών (projects)	15
	Συγγραφή εργασιών	20
	Σύνολο μαθήματος	100

δραστηριότητα καθώς και οι ώρες μη καθοδηγούμενης μελέτης ώστε ο συνολικός φόρτος εργασίας σε επίπεδο εξαμήνου να αντιστοιχεί στα standards του ECTS	
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ 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;	Ερωτήσεις Ανάπτυξης Δοκιμίων Επίλυση Προβλημάτων Γραπτή Εργασία Παρουσίαση Όλες οι πληροφορίες για το μάθημα και την αξιολόγηση βρίσκονται διαθέσιμες για τους συμμετέχοντες στο e-class πριν την έναρξη του μαθήματος, καθώς και στο έγγραφο περιγραφής μαθήματος. Γλώσσα αξιολόγησης: Ελληνικά

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Angrave, J. (2020). *The journey mapping playbook: A practical guide to preparing, facilitating, and unlocking the value of customer journey mapping*. Walter de Gruyter GmbH & Co KG.
2. Don Peppers, Rogers M (2016), *Managing Customer Experience and Relationships: A strategic framework*, 3rd edition, Wiley.
3. Pennington, A. (2016). *The Customer Experience Manual: How to design, measure and improve customer experience in your business*. Pearson UK.
4. Stickdorn, M., Hormess, M. E., Lawrence, A., & Schneider, J. (2018). *This is service design doing: applying service design thinking in the real world*. O'Reilly Media, Inc.
5. Uebernickel, F., Jiang, L., Brenner, W., Pukall, B., Naef, T., & Schindlholzer, B. (2020). *Design thinking: The handbook*. World Scientific.

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ		ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	1 ^ο ή 2 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΠΡΩΩΘΗΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ 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	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ	6	4	
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.			
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ Υποβάθρου , Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων	Επιστημονικής Περιοχής & Ανάπτυξης Δεξιοτήτων		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΟΧΙ		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	ΕΛΛΗΝΙΚΑ		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	N/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

- *Περίληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων*

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

1. Γνωρίζουν τις γενικές αρχές προωθητικών ενεργειών σε καταστήματα λιανικής πώλησης.
2. Κατανοούν τις γενικές συνθήκες που οδηγούν τους λιανέμπορους να επιδιώκουν προωθητικές ενέργειες εντός των καταστημάτων τους.
3. Γνωρίζουν τις διαφορετικές μεθόδους προωθητικών ενεργειών.
4. Είναι σε θέση να σχεδιάζουν και να εκτελούν προωθητικές ενέργειες, αλλά και να εξάγουν συμπεράσματα αναφορικά με το πιο μακροχρόνιο αποτύπωμα μίας ενέργειας προώθησης πωλήσεων στο προϊόν, τη μάρκα και το κατάστημα.
5. Έχουν ειδική γνώση για τη χρησιμότητα της προώθησης πωλήσεων σε ευπαθείς κατηγορίες προϊόντων.
6. Έχουν ειδικές δεξιότητες αναφορικά με τις ενέργειες προώθησης πωλήσεων σε κατηγορίες διαρκών προϊόντων.
7. Διακρίνουν την καταλληλότητα εναλλακτικών τρόπων έκφρασης του οικονομικού οφέλους μίας προωθητικής ενέργειας στον καταναλωτή.
8. Αξιολογούν τον ρόλο του δώρου που δίνει μία προωθητική ενέργεια στον 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	Σχεδιασμός και διαχείριση έργων
Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις	Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα
Λήψη αποφάσεων	Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον
Αυτόνομη εργασία	Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής 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	

- Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις
- Λήψη αποφάσεων
- Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών
- Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα
- Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

- Γενικές αρχές προώθησης πωλήσεων.

- Γενικές καταστάσεις που οδηγούν τους λιανέμπορους να επιδιώκουν προωθητικές ενέργειες εντός των καταστημάτων τους.
- Μέθοδοι προωθητικών ενεργειών.
- Σχεδιασμός προωθητικής ενέργειας.
- Εκτέλεση προωθητικής ενέργειας.
- Λήξη προωθητικής ενέργειας και επαναφορά του προϊόντος στην αρχή τιμή.
- Προωθητικές ενέργειες σε περιβάλλον Travel Retail.
- Εξειδικευμένες μελέτες περίπτωσης.

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ <i>Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.</i>	<i>Πρόσωπο με πρόσωπο</i>	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ <i>Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</i>	<i>Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία Χρήση Τ.Π.Ε. στην επικοινωνία με τους φοιτητές</i>	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ <i>Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη & 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</i>	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	80
	Μελέτη & ανάλυση βιβλιογραφίας	10
	Πρακτικές εφαρμογές θεωρητικού υποβάθρου μέσω εξειδικευμένων μελετών περίπτωσης	10
	Σύνολο μαθήματος	100
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	• Γλώσσα αξιολόγησης: ελληνικά.	

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;	• Μέθοδος αξιολόγησης: γραπτή εξέταση με ερωτήσεις ανάπτυξης και επίλυσης προβλημάτων. • Κριτήρια: η επιτυχής εξέταση στο συγκεκριμένο μάθημα προϋποθέτει απαντήσεις στα θέματα της γραπτής εξέτασης, με τρόπο που καταδεικνύει την ικανότητα των εξεταζόμενων φοιτητών να χρησιμοποιούν με αφαιρετικό και κριτικό τρόπο το θεωρητικό υπόβαθρο του μαθήματος, προς επίλυση στρατηγικών και τακτικών αποφάσεων προωθητικών ενεργειών από τον παραγωγό και τον λιανέμπορο προς τον καταναλωτή. Οι φοιτητές θα ενημερωθούν για τα εν λόγω κριτήρια κατά την πρώτη διάλεξη του μαθήματος στο αμφιθέατρο.
---	--

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ailawadi K.L., Gedenk K., Lutzky, C., and Neslin S.A. (2007), 'Decomposition of the sales impact of promotion-induced stockpiling', *Journal of Marketing*, 44 (August), pp. 450-467.

Chen, H.A., Marmorstein, H., Tsiros, M., and Rao, A.R., (2012), 'When more is less: the impact of base value neglect on consumer preferences for bonus packs over price discounts', *Journal of Marketing*, 76 (July), pp. 64-77.

DelVecchio D., Krishnan S., and Smith D.C. (2007), 'Cents or percent? The effects of promotion framing on price expectations and choice', *Journal of Marketing*, 71 (July), pp. 158-170.

Laran, J. and Tsiros, M. (2013), 'An investigation of the effectiveness of uncertainty in marketing promotions involving free-gifts', *Journal of Marketing*, 77 (March), pp. 112-123.

Liu Y. (2007), 'The long-term impact of loyalty programs on consumer purchase behaviour and loyalty', *Journal of Marketing*, 71 (October), pp. 19-35.

Ramanathan S. And Dhar S.K. (2010), 'The effect of sales promotions on the size and the composition of the shopping basket: regulatory compatibility from the framing and temporal restrictions', *Journal of Marketing Research*, 47 (June), pp. 542-552.

Tsiros, M. and Chen, H. A. (2017), 'Convexity neglect in consumer decision making', *Journal of Marketing Behavior*, 2 (4), pp. 253-290.

Tsiros M. and Heilman C. M. (2005), 'The effects of expiration dates and perceived risk on purchasing behaviour in grocery store perishable categories', *Journal of Marketing*, 69 (April), pp. 114-129.

Tsiros M. and Hardesty D. M. (2010), 'Ending a price promotion: retracting it on one step or phasing it out gradually', *Journal of Marketing*, 74 (January), pp. 49-64.

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ		ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	1 ^ο ή 2 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ 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		ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ		6	4
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.			
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ Υποβάθρου , Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων	Επιστημονικής Περιοχής & Ανάπτυξης Δεξιοτήτων		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΟΧΙ		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	ΕΛΛΗΝΙΚΑ		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	N/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

• *Περίληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων*

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές/τριες θα είναι σε θέση να κατανοήσουν τις ιδιαιτερότητες των βιομηχανικών (B2B) αγορών (συναλλαγών μεταξύ επιχειρήσεων) και τις συνεπαγόμενες προσαρμογές των αποφάσεων μάρκετινγκ, σε στρατηγικό και τακτικό επίπεδο, τόσο για την επιχείρηση όσο και για τον πελάτη.

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	Σχεδιασμός και διαχείριση έργων
Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις	Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα
Λήψη αποφάσεων	Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον
Αυτόνομη εργασία	Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής 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	
Παραγωγή 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

Ομαδική εργασία

Εργασία σε διεθνές περιβάλλον

Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον

Παραγωγή νέων ερευνητικών ιδεών

Σχεδιασμός και διαχείριση έργων

Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

- Βασικά χαρακτηριστικά των βιομηχανικών (B2B) αγορών.
- Η έννοια της οργανωσιακής αγοραστικής συμπεριφοράς.
- Ιδιαιτερότητες της στρατηγικής μάρκετινγκ σε βιομηχανικές (B2B) αγορές.

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

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

Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές															
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη & 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	<table> <tr> <th data-bbox="639 352 1141 436">Δραστηριότητα</th><th data-bbox="1141 352 1472 436">Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</th></tr> <tr> <td data-bbox="639 436 1141 478">Διαλέξεις</td><td data-bbox="1141 436 1472 478">40</td></tr> <tr> <td data-bbox="639 478 1141 520">Άσκηση Πεδίου</td><td data-bbox="1141 478 1472 520">10</td></tr> <tr> <td data-bbox="639 520 1141 562">Μελέτη και Ανάλυση Βιβλιογραφίας</td><td data-bbox="1141 520 1472 562">10</td></tr> <tr> <td data-bbox="639 562 1141 604">Συγγραφή Εργασίας</td><td data-bbox="1141 562 1472 604">20</td></tr> <tr> <td data-bbox="639 604 1141 646">Αυτοτελής Μελέτη</td><td data-bbox="1141 604 1472 646">20</td></tr> <tr> <td data-bbox="639 646 1141 688">Σύνολο μαθήματος</td><td data-bbox="1141 646 1472 688">100</td></tr> </table>	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου	Διαλέξεις	40	Άσκηση Πεδίου	10	Μελέτη και Ανάλυση Βιβλιογραφίας	10	Συγγραφή Εργασίας	20	Αυτοτελής Μελέτη	20	Σύνολο μαθήματος	100
Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου														
Διαλέξεις	40														
Άσκηση Πεδίου	10														
Μελέτη και Ανάλυση Βιβλιογραφίας	10														
Συγγραφή Εργασίας	20														
Αυτοτελής Μελέτη	20														
Σύνολο μαθήματος	100														
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ 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	- Γραπτή εξέταση στο τέλος του μαθήματος βασισμένη σε ερωτήσεις ανάπτυξης (70% του τελικού βαθμού). - Γραπτή εργασία (30% του τελικού βαθμού). - Γλώσσα αξιολόγησης: Ελληνικά Αναφέρονται τέτοια κριτήρια στην πλατφόρμα e-class του μαθήματος, στην οποία έχουν πρόσβαση οι φοιτητές.														

Εξέταση Ασθενούς, Καλλιτεχνική
Ερμηνεία, Άλλη / Άλλες

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

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Αυλωνίτης, Γ., Δημητριάδης, Σ. και Ήντουνας, Κ. (2015), Στρατηγικό Βιομηχανικό (B2B) Μάρκετινγκ, Rosili, Αθήνα.

Guenzi, P. and Geiger, S. (2011), *Sales Management: A Multinational Perspective*, Palgrave Macmillan, Basingstoke.

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ		ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	1 ^ο ή 2 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΜΕΛΕΤΕΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΩΝ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ 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	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ	6	4	
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.			
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ Υποβάθρου , Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων	Επιστημονικής Περιοχής & Ανάπτυξης Δεξιοτήτων		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΟΧΙ		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	ΕΛΛΗΝΙΚΑ		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	N/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

• **Περίληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων**

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

- να εδραιώσουν από την οπτική γωνία του μάρκετινγκ τα μαθησιακά αποτελέσματα του προγράμματος
- να εφαρμόζουν το σύνολο γνώσεων, εννοιών και εργαλείων που είναι απαραίτητα για την αντιμετώπιση των προκλήσεων στο σύγχρονο μάρκετινγκ
- να αναπτύσσουν την ικανότητα να σκέφτονται έξω από το κουτί, να αξιολογούν πολλαπλές εναλλακτικές λύσεις και να αναπτύσσουν τεχνικές επίλυσης προβλημάτων
- αναπτύσσουν αναλυτική και κριτική σκέψη για την αξιολόγηση πραγματικών προκλήσεων μάρκετινγκ από την οπτική γωνία των καταναλωτών και των επαγγελματιών των επιχειρήσεων
- να εστιάζουν κριτικά στην εξέταση πρακτικών, πολύπλοκων προβλημάτων μάρκετινγκ, να προτείνουν αντίστοιχες λύσεις και να τις αιτιολογούν από μια διαθέσιμη δεξαμενή εναλλακτικών λύσεων
- να επιδεικνύουν καλύτερες δεξιότητες λήψης αποφάσεων όσον αφορά την επίλυση προβλημάτων, την ηγεσία, τη λογική σκέψη, τη διαίσθηση, την ομαδική εργασία, τη δημιουργικότητα και τη διαχείριση του χρόνου
- αναπτύσσουν τις δεξιότητες επικοινωνίας και συνεργασίας 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 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
Αυτόνομη εργασία	Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής 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
- Ομαδική εργασία
- Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Το μάθημα είναι ειδικά σχεδιασμένο για φοιτητές/τριες του ΠΜΣ Μάρκετινγκ & Επικοινωνία. Ο στόχος του μαθήματος είναι να κατανοήσουν οι φοιτητές/ριες το πώς οι θεωρίες, έννοιες και τεχνικές του μάρκετινγκ εφαρμόζονται στην πράξη. Οι φοιτητές/ριες εκτίθενται σε πραγματικά, πρακτικά προβλήματα που είναι πιθανό να αντιμετωπίσουν μετά την αποφοίτηση. Η λήψη αποφάσεων δεν λαμβάνει χώρα στο κενό, αλλά γίνεται βάσει συγκεκριμένων δεδομένων, κριτικής ανάλυσης και ομαδικών συζητήσεων. Οι φοιτητές/τριες μπορούν να κάνουν απολογισμό των γνώσεων που απέκτησαν από το ΠΜΣ στο χώρο του μάρκετινγκ για να αξιολογήσουν τα δεδομένα και τις πληροφορίες που παρέχονται στις μελέτες περίπτωσης, να αναλύσουν τα βασικά ζητήματα που τίθενται, να προτείνουν συγκεκριμένους τρόπους αντιμετώπισής τους και να αιτιολογήσουν τις προτάσεις τους. Οι φοιτητές/τριες έχουν τη δυνατότητα να αποκτήσουν και να αναπτύξουν δεξιότητες που είναι απαραίτητες για την αντιμετώπιση των πολύπλοκων και καθημερινών προκλήσεων με τις οποίες έρχονται αντιμέτωποι οι μάρκετινγκ μάντζερ. Το μάθημα στηρίζεται σε μελέτες περιπτώσεων του HBS, οι οποίες έχουν γραφτεί από καθηγητές του HBS και από γνωστά προγράμματα διοίκησης επιχειρήσεων παγκοσμίως. Οι μελέτες περίπτωσης του HBS αντικατοπτρίζουν σε μεγάλο βαθμό τον κόσμο των επιχειρήσεων, εστιάζοντας σε πραγματικά προβλήματα και αποφάσεις που αντιμετωπίζουν οι εταιρείες, και παρέχουν την δυνατότητα ενσωμάτωσης και εφαρμογής εννοιών και εργαλείων μάρκετινγκ σε ένα πραγματικό επιχειρηματικό πλαίσιο.

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ <i>Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.</i>	<i>Πρόσωπο με πρόσωπο</i>	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ <i>Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</i>	<i>Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία</i> <i>Χρήση Τ.Π.Ε. στην επικοινωνία με τους φοιτητές</i>	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ <i>Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας.</i> <i>Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη & ανάλυση βιβλιογραφίας, Φροντιστήριο, Πρακτική (Τοποθέτηση), Κλινική Άσκηση, Καλλιτεχνικό Εργαστήριο, Διαδραστική διδασκαλία, Εκπαιδευτικές επισκέψεις, Εκπόνηση μελέτης (project), Συγγραφή εργασίας / εργασιών, Καλλιτεχνική δημιουργία, κ.λπ.</i>	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	40
	Μελέτη & ανάλυση βιβλιογραφίας	30
	Συγγραφή εργασίας & παρουσίαση	30
	Σύνολο μαθήματος	100

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	
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ 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;	Μέθοδος αξιολόγησης: γραπτή εξέταση με ερωτήσεις ανάπτυξης και επίλυσης προβλημάτων. Κριτήρια: η επιτυχής εξέταση στο συγκεκριμένο μάθημα προϋποθέτει απαντήσεις στα θέματα της γραπτής εξέτασης, με τρόπο που καταδεικνύει την ικανότητα των εξεταζόμενων φοιτητών να χρησιμοποιούν με αφαιρετικό και κριτικό τρόπο το θεωρητικό υπόβαθρο του μαθήματος, προς επίλυση στρατηγικών και τακτικών αποφάσεων εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και βιώσιμης ανάπτυξης. Οι φοιτητές θα ενημερωθούν για τα εν λόγω κριτήρια κατά την πρώτη διάλεξη του μαθήματος. Γλώσσα αξιολόγησης: Ελληνικά

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Harvard case collections in Marketing. Harvard Business Publishing.

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ		ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	3 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ 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		ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
			30
<i>Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.</i>			
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ Υποβάθρου , Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων	Επιστημονικής Περιοχής		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΝΑΙ (πρόγραμμα σπουδών)		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	ΕΛΛΗΝΙΚΑ		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	N/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**

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.

- Προσφέρει στο σπουδαστή την ευκαιρία να διερευνήσει σε βάθος ένα θέμα που τον ενδιαφέρει χρησιμοποιώντας την αυστηρή, συστηματική ακαδημαϊκή προσέγγιση.
- Επιτρέπει την εφαρμογή επιστημονικών μεθόδων για την ανάλυση και επίλυση προβλημάτων της επιχείρησης στην οποία εργάζεται
- Επιβάλλει συχνότερες επαφές με το διδακτικό προσωπικό, οι οποίες είναι απαραίτητες για την αντικειμενική αξιολόγηση των ικανοτήτων του.

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	Σχεδιασμός και διαχείριση έργων
Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις	Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα
Λήψη αποφάσεων	Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον
Αυτόνομη εργασία	Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής 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

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. 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 εμπεριστατωμένο 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

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ 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	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές	Επικοινωνία με τους φοιτητές: e-class / Teams	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη & ανάλυση βιβλιογραφίας, Φροντιστήριο, Πρακτική (Τοποθέτηση), Κλινική Άσκηση, Καλλιτεχνικό Εργαστήριο, Διαδραστική διδασκαλία, Εκπαιδευτικές επισκέψεις, Εκπόνηση μελέτης (project), Συγγραφή	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Μελέτη και ανάλυση βιβλιογραφίας	200
	Εκπόνηση έρευνας	200
	Συγγραφή ΔΕ	350
	Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)	750

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	
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ 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;	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, ύψος, 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 e-class και του Οδηγού Εκπόνησης Διπλωματικής Εργασίας που αποστέλλεται στους φοιτητές κατά το τέλος του πρώτου εξαμήνου σπουδών. Γλώσσα αξιολόγησης: Ελληνικά

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)

ΜΑΘΗΜΑΤΑ ΚΟΡΜΟΥ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ		ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	1 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΙΕΘΝΕΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ 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		ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ		3	5,5
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.			
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ Υποβάθρου , Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων	Επιστημονικής περιοχής		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΟΧΙ		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	ΑΓΓΛΙΚΑ		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	N/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

Σχεδιασμός και διαχείριση έργων

δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση

Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην

και των απαραίτητων τεχνολογιών

πολυπολιτισμικότητα

Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις

Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον

Λήψη αποφάσεων

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

Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον

σκέψης

Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών

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

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ <i>Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.</i>	Πρόσωπο με Πρόσωπο	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ <i>Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</i>	<i>Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</i>	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ <i>Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη & 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</i>	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	40
	Μελέτη και ανάλυση βιβλιογραφίας	20
	Εργαστηριακή Άσκηση/Παιχνίδι προσομοίωσης	37,5
	Αυτοτελής μελέτη	40
	Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)	137,5
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ <i>Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης</i>	<i>Η αξιολόγηση γίνεται βάσει δύο κριτηρίων:</i> • Γραπτή εξέταση (70%) • Παιχνίδι προσομοίωσης (30%) <i>Γλώσσα Αξιολόγησης: Αγγλική</i>	

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;	Τα εν λόγω κριτήρια αξιολόγησης είναι προσβάσιμα μέσω του e-class
--	--

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:

Green, M.C. & Keegan, W.J. (2020). *Global Marketing*, 10th edition, Pearson.

Hollensen, S. (2020). *Global Marketing*, 8th edition, Pearson.

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά: *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*.

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ		ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	1 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΙΑΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ 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		ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ		3	5,5
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.			
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ Υποβάθρου , Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων	Επιστημονικής Περιοχής		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΟΧΙ		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	ΑΓΓΛΙΚΑ		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	N/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 - Περίληπτικός 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	Σχεδιασμός και διαχείριση έργων
Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις	Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα
Λήψη αποφάσεων	Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον
Αυτόνομη εργασία	Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής 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

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

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 τις κλασικές και σύγχρονες θεωρητικές και εμπειρικές προσεγγίσεις στη μελέτη της συμπεριφοράς του καταναλωτή, τόσο σε εθνικό όσο και σε διαπολιτισμικό επίπεδο, και τη σημασία τους για την χάραξη αποτελεσματικών διεθνών στρατηγικών μάρκετινγκ.

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ <i>Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.</i>	<i>Πρόσωπο με πρόσωπο</i>	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ <i>Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</i>	<i>Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</i>	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ <i>Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη & 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</i>	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	21
	Μελέτη & Ανάλυση Βιβλιογραφίας	43
	Άσκηση πεδίου	43,5
	Εκπόνηση μελέτης	30
	Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)	137,5
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ <i>Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης</i>	<i>Γλώσσα Αξιολόγησης: Αγγλική Μέθοδοι αξιολόγησης:</i>	

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;	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. 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.
--	--

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:

Ariely, Dan (2008), *Predictably Irrational: The Hidden Forces that Shape our Decisions*, HarperCollins Canada.
Burnett, Dean (2016), *The Idiot Brain: A Neuroscientist Explains what your Head is Really up to*, Guardian Faber Publishing.

Cialdini, Robert B. (2006), *Influence: The Psychology of Persuasion*, Harper Business.

Cialdini, Robert B. (2017), *Pre-Suasion: A Revolutionary Way to Influence and Persuade*, Cornerstone, London.

Kahneman, Daniel (2012), *Thinking, Fast and Slow*, Penguin Books.

Lewis, David (2014), *Impulse: Why do we do what we do without knowing why we do it*, Random House Business Books.

Solomon, M. R. (2013), *Consumer Behavior: Buying, Having and Being*, Tenth Edition, Prentice-Hall.

Solomon, M., Bamossy G., Askegaard, S. & Hogg, M. (2009), *Consumer Behaviour: A European Perspective*, Fourth Edition, Prentice Hall, Financial Times.

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 e-class.

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ		ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	1 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΡΕΥΝΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ 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		ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ		3	5,5
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.			
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ Υποβάθρου , Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων	Επιστημονικής Περιοχής		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΟΧΙ		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	ΑΓΓΛΙΚΑ		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	N/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	Σχεδιασμός και διαχείριση έργων
Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις	Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα
Λήψη αποφάσεων	Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον
Αυτόνομη εργασία	Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής 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

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, 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 εξοπλίσει τους συμμετέχοντες με τις κατάλληλες δεξιότητες, ώστε να γίνουν ευφυείς χρήστες της διεθνούς έρευνας μάρκετινγκ. Ο στόχος είναι να κατανοήσουν την λογική της έρευνας μάρκετινγκ, τους διάφορους τύπους ερευνητικών σχεδίων και τα στάδια της διαδικασίας έρευνας μάρκετινγκ. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στον ρόλο της έρευνας μάρκετινγκ στη διευκόλυνση της

λήψης αποφάσεων, μέσω της χρήσης μελετών περίπτωσης. 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

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.	Πρόσωπο με πρόσωπο	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές	Χρήση Τ.Π.Ε. στη διδασκαλία, στην εργαστηριακή εκπαίδευση με τη χρήση ειδικών πακέτων λογισμικού στατιστικής ανάλυσης, στην επικοινωνία με τους φοιτητές	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη & 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	Δραστηριότητα Διαλέξεις στην τάξη Σεμινάρια Εργαστηριακή Άσκηση Μελέτη και ανάλυση βιβλιογραφίας Εκπόνηση μελέτης (project) Συγγραφή εργασίας / εργασιών Αυτοτελής μελέτη Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου 16 10 15 20 30 20 26,5 137,5
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης Γλώσσα Αξιολόγησης, Μέθοδοι αξιολόγησης, Διαμορφωτική ή Συμπερασματική, Δοκιμασία Πολλαπλής Επιλογής, Ερωτήσεις	Γλώσσα Αξιολόγησης: Αγγλική Διαμορφωτική Αξιολόγηση: Ομαδικές μίνι-παρουσιάσεις των φοιτητών στο τέλος κάθε διάλεξης σχετικά με την πρόοδο της ομαδικής εργασίας τους Αθροιστική αξιολόγηση:	

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;	Γραπτή εξέταση σε ερωτήσεις ανάπτυξης στα Αγγλικά (βαρύτητα 60%) Κατάθεση γραπτής ομαδικής ερευνητικής αναφοράς σχετικά με την υλοποίηση ενός πραγματικού ερευνητικού έργου διεθνούς έρευνας μάρκετινγκ Τα κριτήρια αξιολόγησης της γραπτής ομαδικής ερευνητικής αναφοράς είναι τα ακόλουθα και βρίσκονται διαθέσιμα στο e-class τόσο στο αρχείο της εκφώνησης της εργασίας όσο και σε διαφάνεια της πρώτης διάλεξης: 1. Καθορισμός προβλήματος και στόχοι/ανασκόπηση βιβλιογραφίας (βαρύτητα 10%) 2. Μεθοδολογία / Σχεδιασμός έρευνας (βαρύτητα 40%) 3. Ανάλυση, αποτελέσματα και συζήτηση (βαρύτητα 40%) 4. Δομή, παρουσίαση, και βιβλιογραφικές αναφορές (βαρύτητα 10%).
--	---

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

Lectures

Marketing Research: An International Approach (2006), Schmidt and Hollensen, Pearson Education, (S&H)

International Marketing Research (2009), Craig and Douglas, John Wiley & Sons, 3rd edition, (C&D)

International Marketing Research (2004), Birgelen and Beuckelaer, European Commission, (B&B)

Lab Sessions

Multivariate Data Analysis (2014) Hair Jr., Black, Babin and Anderson, Pearson Education Limited, 7th

International Edition (H et al)

Discovering Statistics Using IBM SPSS (2018) Field, Sage, 5th edition (F)

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

Journal of International Marketing

International Marketing Review

Journal of Consumer Research

Journal of Marketing

Journal of the Academy of Marketing Science

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ		ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	1 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΨΗΦΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ Ι		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ 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		ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ		3	5,5
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.			
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ Υποβάθρου , Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων	Επιστημονικής περιοχής		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΟΧΙ		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	ΑΓΓΛΙΚΑ		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	N/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 - Περίληπτικός 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	Σχεδιασμός και διαχείριση έργων
Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις	Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα
Λήψη αποφάσεων	Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον
Αυτόνομη εργασία	Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής 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
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 αξιολόγηση της απόδοσής 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

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.	Πρόσωπο με πρόσωπο
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ 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		
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη & 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	Δραστηριότητα	
	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου	
	Διαλέξεις στην τάξη:	17
	Μελέτη και ανάλυση βιβλιογραφίας:	35
	Φροντιστήριο:	23
	Συγγραφή εργασίας / εργασιών:	27,5
	Αυτοτελής μελέτη:	35
	Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)	137,5
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ 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;	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%) Τα εν λόγω κριτήρια αξιολόγησης είναι προσβάσιμα μέσω του e-class Γλώσσα Αξιολόγησης: Αγγλική	

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

ΣΧΟΛΗ	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ		ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	2ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ 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		ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ		3	5,5
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.			
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ Υποβάθρου , Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων		Επιστημονικής Περιοχής	
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:		ΟΧΙ	
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:		ΑΓΓΛΙΚΑ	
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS		ΟΧΙ	
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)		N/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 - Περίληπτικός 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	Σχεδιασμός και διαχείριση έργων
Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις	Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα
Λήψη αποφάσεων	Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον
Αυτόνομη εργασία	Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής 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	

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
- Διαδραστική επικοινωνία
 - Αξιολόγηση των προγραμμάτων Ολοκληρωμένης Επικοινωνίας Μάρκετινγκ

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.	Πρόσωπο με πρόσωπο	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές	Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη & 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	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις στην τάξη:	17
	Μελέτη και ανάλυση βιβλιογραφίας:	30
	Εκπόνηση μελέτης (project):	40
	Αυτοτελής μελέτη:	50,5
	Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)	137,5
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ 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	Γραπτή εξέταση (βαρύτητα 75%) και εργασία (βαρύτητα 25%) Τα εν λόγω κριτήρια αξιολόγησης είναι προσβάσιμα μέσω του e-class. Γλώσσα αξιολόγησης: Αγγλικά	

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

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

ΣΧΟΛΗ	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ		ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	2 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ 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		ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ		3	5,5
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.			
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ Υποβάθρου , Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων	Επιστημονικής Περιοχής		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΟΧΙ		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	ΑΓΓΛΙΚΑ		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	N/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 - Περίληπτικός 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 συνδέουν.
- 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	Σχεδιασμός και διαχείριση έργων
Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις	Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα
Λήψη αποφάσεων	Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον
Αυτόνομη εργασία	Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής 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	

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

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ <i>Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.</i>	Πρόσωπο με πρόσωπο	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ <i>Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</i>	Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ <i>Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη & ανάλυση βιβλιογραφίας, Φροντιστήριο, Πρακτική (Τοποθέτηση), Κλινική Άσκηση, Καλλιτεχνικό Εργαστήριο, Διαδραστική διδασκαλία, Εκπαιδευτικές επισκέψεις, Εκπόνηση μελέτης (project), Συγγραφή εργασίας / εργασιών, Καλλιτεχνική δημιουργία, κ.λπ.</i> <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>	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαδραστικές διαλέξεις	21
	Ανάλυση και προετοιμασία μελετών περιπτώσεων	30
	Εκπόνηση μελέτης (project)	56,5
	Μελέτη και ανάλυση βιβλιογραφίας	30
	Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)	137,5
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ <i>Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης</i> <i>Γλώσσα Αξιολόγησης, Μέθοδοι αξιολόγησης, Διαμορφωτική ή Συμπερασματική, Δοκιμασία Πολλαπλής Επιλογής, Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης, Ερωτήσεις</i>	<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> <i>Αναφέρονται ρητά στις διαφάνειες των διαλέξεων και αναλύονται κατά τη διάρκεια των διαλέξεων.</i> <i>Γλώσσα Αξιολόγησης: Αγγλική</i>	

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 :

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.

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ		ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	2 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ 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		ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ		3	5,5
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.			
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ Υποβάθρου , Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων	Επιστημονικής Περιοχής		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΟΧΙ		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	ΑΓΓΛΙΚΑ		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	N/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 - Περίληπτικός 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	Σχεδιασμός και διαχείριση έργων
Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις	Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα
Λήψη αποφάσεων	Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον
Αυτόνομη εργασία	Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής 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

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

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.	Πρόσωπο με πρόσωπο	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές	Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη & 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	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	50
	Άσκηση πεδίου	27,5
	Μελέτη και ανάλυση βιβλιογραφίας	5
	Διαδραστική διδασκαλία	30
	Εκπόνηση μελέτης (project)	25
	Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)	137,5
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ 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	Η αξιολόγηση γίνεται στη βάση δυο κριτηρίων: • Γραπτή εξέταση (20%) • Γραπτή εργασία (project) (80%) Γλώσσα Αξιολόγησης: Αγγλική	

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 :

Hisrich R. (2014). *Advanced Introduction to Entrepreneurship*. USA: Edward Elgar Publishing Ltd.

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

Entrepreneurship Theory and Practice

Journal of Business Venturing

Journal of Small Business Management

International Small Business Journal

Entrepreneurship and Regional Development

International Journal of Entrepreneurship and Innovation

International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ		ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	2 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΨΗΦΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ II		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ 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		ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ		3	5,5
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.			
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ Υποβάθρου , Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων	Επιστημονικής Περιοχής		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΟΧΙ		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	ΑΓΓΛΙΚΑ		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	N/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 - Περίληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων
--

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:

- Κατανοήσουν την αποτελεσματικότητα και αποδοτικότητα των ψηφιακών προωθητικών ενεργειών
- Να εφαρμόσουν τεχνικές για τη βελτιστοποίηση των ψηφιακών τους διαφημίσεων
- Να παρακολουθούν και να αναφέρουν την επισκεψιμότητα ενός ιστότοπου, να μετρούν τα ποσοστά μετατροπών και να υπολογίζουν το ROI σε ένα περιβάλλον πολυκαναλικού μάρκετινγκ
- Να χρησιμοποιούν με ευχέρεια τα δημοφιλέστερα ψηφιακά εργαλεία αναλυτικής ιστού και μάρκετινγκ (web & marketing analytics)

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
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

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.	Πρόσωπο με πρόσωπο	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές	Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία: <i>SaaS ecommerce development platforms</i> Χρήση Τ.Π.Ε. στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση: <i>Google / Meta Ads Manager</i> Επικοινωνία με τους φοιτητές: <i>e-class / Teams</i>	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη & 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	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις στην τάξη:	21
	Μελέτη και ανάλυση βιβλιογραφίας:	46,5
	Εκπόνηση μελέτης (project):	30
	Συγγραφή εργασίας / εργασιών:	20
	Αυτοτελής μελέτη:	20
	Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)	137,5
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ 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	Γλώσσα Αξιολόγησης: Αγγλική Γραπτή εξέταση στα Αγγλικά με ερωτήσεις ανάπτυξης δοκιμίων (βαρύτητα 65%) και δημόσια παρουσίαση ομαδικής εργασίας (βαρύτητα 35%) Τα εν λόγω κριτήρια αξιολόγησης είναι προσβάσιμα μέσω του e-class	

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 :

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

ΜΑΘΗΜΑΤΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ		ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	1 ^ο ή 2 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΩΝΥΜΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ 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	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ		ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ	6		4
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.			
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ Υποβάθρου , Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων	Επιστημονικής Περιοχής & Ανάπτυξης Δεξιοτήτων		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΟΧΙ		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Αγγλικά		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	N/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/τριες θα είναι σε θέση να γνωρίζουν το θεωρητικό υπόβαθρο και τις πρακτικές προεκτάσεις των ακόλουθων πεδίων:

- Βασικές έννοιες διοίκησης χαρτοφυλακίου επώνυμου προϊόντος.
- Ειδικές ταξινομήσεις προϊόντων.
- Μείγμα προϊόντων.
- Γραμμή προϊόντων.
- Λειτουργικά χαρακτηριστικά του προϊόντος.
- Ποιότητα προϊόντος.
- Στυλ προϊόντος.
- Συσκευασία προϊόντος.
- Άυλα στοιχεία ενός υλικού προϊόντος.
- Γενικές αρχές σήματος και ονόματος μάρκας προϊόντος.
- Διαχρονική εξέλιξη της σημαντικότητας του ονόματος και του σήματος μάρκας προϊόντος για την επιχείρηση και για τον πελάτη.
- Βήματα οικοδόμησης διακριτής και διατηρήσιμης στρατηγικής ανάπτυξης σήματος και ονόματος μάρκας προϊόντος.
- Γενικές αρχές ανάπτυξης νέου προϊόντος.
- Σημαντικότητα του βαθμού καινοτομίας στην επιτυχία ενός νέου προϊόντος.
- Βήματα της διαδικασίας ανάπτυξης νέου προϊόντος.
- Γενικές αρχές κατάργησης προϊόντος.
- Χρησιμότητα του κύκλου ζωής προϊόντος στην αναγνώριση υποψηφίων προς κατάργηση προϊόντων.
- Βήματα διαδικασίας κατάργησης προϊόντος.
- Μοντέλα βέλτιστης ποικιλίας προϊόντων στο ράφι σημείων λιανικής πώλησης.

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	Σχεδιασμός και διαχείριση έργων
Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις	Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα
Λήψη αποφάσεων	Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον
Αυτόνομη εργασία	Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής 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	

- Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις
- Λήψη αποφάσεων
- Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών
- Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα

- Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

- Γενικές αρχές.
- Τύποι προϊόντων αποφάσεων.
- Επωνυμία και μάρκα.
- Ανάπτυξη νέου επώνυμου προϊόντος.
- Κατάργηση προϊόντος.

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.	Πρόσωπο με πρόσωπο	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές	Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία Χρήση Τ.Π.Ε. στην επικοινωνία με τους φοιτητές	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη & 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	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	70
	Μελέτη & ανάλυση βιβλιογραφίας	15
	Πρακτικές εφαρμογές θεωρητικού υποβάθρου μέσω εξειδικευμένων μελετών περίπτωσης	15
	Σύνολο μαθήματος	100
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης	• Γλώσσα αξιολόγησης: αγγλικά. • Μέθοδος αξιολόγησης: γραπτή εξέταση με ερωτήσεις ανάπτυξης και επίλυσης προβλημάτων.	

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;	• Κριτήρια: η επιτυχής εξέταση στο συγκεκριμένο μάθημα προϋποθέτει απαντήσεις στα θέματα της γραπτής εξέτασης, με τρόπο που καταδεικνύει την ικανότητα των εξεταζόμενων φοιτητών να χρησιμοποιούν με αφαιρετικό και κριτικό τρόπο το θεωρητικό υπόβαθρο του μαθήματος, προς επίλυση στρατηγικών και τακτικών αποφάσεων διοίκησης επώνυμου προϊόντος της επιχείρησης. Οι φοιτητές θα ενημερωθούν για τα εν λόγω κριτήρια κατά την πρώτη διάλεξη του μαθήματος στο αμφιθέατρο.
--	--

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ακολουθώντας την διεθνή πρακτική, το συγκεκριμένο μάθημα βασίζεται εξολοκλήρου σε αποτελέσματα, θεωρητικές και πρακτικές προεκτάσεις επιστημονικών μελετών, που έχουν δημοσιευθεί σε έγκυρα διεθνή επιστημονικά περιοδικά και αφορούν σε θεματικά πεδία που καλύπτει το συγκεκριμένο μάθημα.

Ενδεικτικά, αναφέρονται οι ακόλουθες βιβλιογραφικές πηγές:

- Avlonitis, G.J. (1985). "The techno-economic ecology of the product elimination process". *International Journal of Research in Marketing*, Vol. 2, No. 3, pp. 175–184.
- 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, No. 2, pp. 166–176.
- Chen L., Zhang P., Li. S. and Turner, S.F. (2022). "Growing pains: The effect of generational product innovation on mobile games performance", *Strategic Management Journal*, Vol. 43, No. 4, pp. 792–821.
- Eisend, M., Hartmann, P. and Apaolaza, V. (2017). "Who buys counterfeit luxury brands? A meta-analytic synthesis of consumers in developing and developed markets", *Journal of International Marketing*, Vol. 25, No. 4, pp. 89–111.
- 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, pp. 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, No. 2, pp. 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, No. 3, pp. 393–408.

- Melzner, J. and Raghubir, P. (2023). "EXPRESS: The sound of music: The effect of timbral sound quality in audio logos on brand personality perception", *Journal of Marketing Research*, Vol. 60, No. 5, 932-949.
- 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, No. 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, No. 4, pp. 431-442.
- Zhou, K., Ye, X. & Ye, J. (2021), "Longing for the past and embracing the new: Does nostalgia increase new product adoption?", *Marketing Letters*, Vol. 32, pp. 477-498.

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ		ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	1 ^ο ή 2 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΚΑΙ ΑΕΙΦΟΡΙΑ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ 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		ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ		6	4
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.			
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ Υποβάθρου , Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων	Επιστημονικής Περιοχής & Ανάπτυξης Δεξιοτήτων		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΟΧΙ		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	ΑΓΓΛΙΚΑ		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	N/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 - Περίληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων
Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές/τριες θα είναι σε θέση να:

- έχουν κατανοήσει τις έννοιες της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και της Αειφορίας
- έχουν κατανοήσει σε βάθος τη σχέση μεταξύ της επιχείρησης και της κοινωνίας
- έχουν κατανοήσει πως το σύγχρονο περιβάλλον (οικονομικοί, πολιτικοί και τεχνολογικοί παράγοντες) αλλάζουν τους κανόνες λειτουργίας των επιχειρήσεων ως προς την αειφόρο ανάπτυξη
- να αναλύουν και αξιολογούν τις ηθικές, κοινωνικές και των περιβαλλοντικές επιπτώσεις των επιχειρηματικών πρακτικών
- έχουν εμπεδώσει τις έννοιες και διαστάσεις της εταιρικής ηθικής και υπευθυνότητας, της αειφόρου ανάπτυξης και τις μεταξύ τους σχέσεις
- έχουν εμπεδώσει τη σημασία της υπεύθυνης παραγωγής και κατανάλωσης προϊόντων
- επιλέγουν και να υλοποιούν επιχειρηματικές στρατηγικές και πρωτοβουλίες που ενσωματώνουν την υπευθυνότητα
- αξιολογούν τα αποτελέσματα και τον αντίκτυπο των ενεργειών εταιρικής κοινωνικής ευθύνης
- κοινοποιούν αποτελεσματικά τις έννοιες, τις πρωτοβουλίες και τα αποτελέσματα της ΕΚΕ στους ενδιαφερόμενους φορείς

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	Σχεδιασμός και διαχείριση έργων
Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις	Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα
Λήψη αποφάσεων	Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον
Αυτόνομη εργασία	Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής 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
- Ομαδική εργασία
- Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα
- Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον
- Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Σκοπός του μαθήματος είναι να αποκτήσουν οι φοιτητές μια ολοκληρωμένη κατανόηση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ) και των πρακτικών βιώσιμης ανάπτυξης στον επιχειρηματικό κόσμο. Το μάθημα εστιάζει στις ηθικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές διαστάσεις των επιχειρηματικών λειτουργιών και στο πώς οι εταιρείες μπορούν να συνεισφέρουν θετικά στην κοινωνία επιτυγχάνοντας παράλληλα τους οικονομικούς τους στόχους. Το μάθημα εμπεριέχει θεωρητικά θεμέλια, πρακτικές εφαρμογές και μελέτες περιπτώσεων για τη διευκόλυνση της ολιστικής κατανόησης της ΕΚΕ και της βιωσιμότητας.

- Εισαγωγή στην έννοια της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και των στόχων βιώσιμης ανάπτυξης
- Εταιρική κοινωνική ευθύνη και κοινωνία
- Εργαλεία εταιρικής ευθύνης
- Ενέργειες εταιρικής ευθύνης: καλές πρακτικές, παραπλάνηση κοινού και έλλειψη εμπιστοσύνης
- Αξιολόγηση ενεργειών εταιρικής ευθύνης
- Υπεύθυνη παραγωγή και κατανάλωση προϊόντων
- Εταιρική διακυβέρνηση και προσαρμογή στους κανονισμούς
- Μελέτη περιπτώσεων

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ <i>Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.</i>	<i>Πρόσωπο με πρόσωπο</i>	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ <i>Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</i>	<i>Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</i>	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ <i>Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη & 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</i>	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	70
	Μελέτη & ανάλυση βιβλιογραφίας	15
	Συγγραφή εργασίας & παρουσίαση	15
	Σύνολο μαθήματος	100

καθοδηγούμενης μελέτης ώστε ο συνολικός φόρτος εργασίας σε επίπεδο εξαμήνου να αντιστοιχεί στα standards του ECTS	
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ 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;	• Γλώσσα αξιολόγησης: Αγγλικά. • Μέθοδος αξιολόγησης: γραπτή εξέταση με ερωτήσεις ανάπτυξης και επίλυσης προβλημάτων. • Κριτήρια: η επιτυχής εξέταση στο συγκεκριμένο μάθημα προϋποθέτει απαντήσεις στα θέματα της γραπτής εξέτασης, με τρόπο που καταδεικνύει την ικανότητα των εξεταζόμενων φοιτητών να χρησιμοποιούν με αφαιρετικό και κριτικό τρόπο το θεωρητικό υπόβαθρο του μαθήματος, προς επίλυση στρατηγικών και τακτικών αποφάσεων εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και βιώσιμης ανάπτυξης. Οι φοιτητές θα ενημερωθούν για τα εν λόγω κριτήρια κατά την πρώτη διάλεξη του μαθήματος.

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Haski-Leventhal, D. (2018). Στρατηγική Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Εκδόσεις Τζιόλα.

Rasche, A., Morsing, M., & Moon, J. (2020). Εταιρική κοινωνική ευθύνη: Στρατηγική, επικοινωνία, διακυβέρνηση. Εκδόσεις Κριτική.

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ		ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	1 ^ο ή 2 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ 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		ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ		6	4
<i>Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.</i>			
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ Υποβάθρου , Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων	Επιστημονικής Περιοχής & Ανάπτυξης Δεξιοτήτων		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΟΧΙ		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	ΑΓΓΛΙΚΑ		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	N/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. <i>Συμβουλευτείτε το Παράρτημα Α</i> - 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 <i>και Παράρτημα Β</i> - Περληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές/τριες θα είναι σε θέση να κατανοήσουν τις ιδιαιτερότητες των βιομηχανικών (B2B) αγορών (συναλλαγών μεταξύ επιχειρήσεων) και τις συνεπαγόμενες προσαρμογές των αποφάσεων μάρκετινγκ, σε στρατηγικό και τακτικό επίπεδο, τόσο για την επιχείρηση όσο και για τον πελάτη.

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	Σχεδιασμός και διαχείριση έργων
Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις	Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα
Λήψη αποφάσεων	Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον
Αυτόνομη εργασία	Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής 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
Ομαδική εργασία
Εργασία σε διεθνές περιβάλλον
Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον
Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών
Σχεδιασμός και διαχείριση έργων
Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

- Βασικά χαρακτηριστικά των βιομηχανικών (B2B) αγορών.
- Η έννοια της οργανωσιακής αγοραστικής συμπεριφοράς.
- Ιδιαιτερότητες της στρατηγικής μάρκετινγκ σε βιομηχανικές (B2B) αγορές.

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

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

ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη & 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	<table> <tr> <th>Δραστηριότητα</th><th>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</th></tr> <tr> <td>Διαλέξεις</td><td>40</td></tr> <tr> <td>Άσκηση Πεδίου</td><td>10</td></tr> <tr> <td>Μελέτη και Ανάλυση Βιβλιογραφίας</td><td>10</td></tr> <tr> <td>Συγγραφή Εργασίας</td><td>20</td></tr> <tr> <td>Αυτοτελής Μελέτη</td><td>20</td></tr> <tr> <td>Σύνολο μαθήματος</td><td>100</td></tr> </table>	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου	Διαλέξεις	40	Άσκηση Πεδίου	10	Μελέτη και Ανάλυση Βιβλιογραφίας	10	Συγγραφή Εργασίας	20	Αυτοτελής Μελέτη	20	Σύνολο μαθήματος	100
Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου														
Διαλέξεις	40														
Άσκηση Πεδίου	10														
Μελέτη και Ανάλυση Βιβλιογραφίας	10														
Συγγραφή Εργασίας	20														
Αυτοτελής Μελέτη	20														
Σύνολο μαθήματος	100														
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ 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;	- Γραπτή εξέταση στο τέλος του μαθήματος βασισμένη σε ερωτήσεις ανάπτυξης (70% του τελικού βαθμού). - Γραπτή εργασία (30% του τελικού βαθμού). - Γλώσσα αξιολόγησης: Αγγλικά Αναφέρονται τέτοια κριτήρια στην πλατφόρμα e-class του μαθήματος, στην οποία έχουν πρόσβαση οι φοιτητές.														

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Αυλωνίτης, Γ., Δημητριάδης, Σ. και Ήντουνας, Κ. (2015), *Στρατηγικό Βιομηχανικό (B2B) Μάρκετινγκ*, Rosili, Αθήνα.

Guenzi, P. and Geiger, S. (2011), *Sales Management: A Multinational Perspective*, Palgrave Macmillan, Basingstoke.

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ		ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	1 ^ο ή 2 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΤΑΞΙΔΙ & ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΠΕΛΑΤΗ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ 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		ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ		6	4
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.			
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ Υποβάθρου , Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων	Επιστημονικής Περιοχής & Ανάπτυξης Δεξιοτήτων		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΔΙΑΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	ΑΓΓΛΙΚΑ		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΌΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	N/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 - Περίληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές/τριες θα είναι σε θέση να:

8. Να έχουν κατανοήσει την έννοια και τη σημασία της επικέντρωσης στον πελάτη και την αναγωγή της επίτευξης βέλτιστης εμπειρίας πελάτη (*optimizing the customer experience*) στο βασικό στρατηγικό στόχο της επιχείρησης.
9. Να έχουν κατανοήσει την ανάγκη σφαιρικής ανάλυσης και κατανόησης της εμπειρίας του πελάτη (*customer experience*) καθώς και την πολυπλοκότητα αυτής της διαδικασίας.
10. Να μπορούν να σχεδιάσουν και να χρησιμοποιήσουν χάρτες που αποτυπώνουν την εμπειρία του πελάτη (*customer journey maps*).
11. Να γνωρίζουν τους παράγοντες εκείνους που μπορούν να οδηγήσουν στην παροχή άριστης εμπειρίας πελάτη και τις μεθόδους μέσα από τις οποίες μπορούμε να προσεγγίσουμε την αριστεία.
12. Να γνωρίζουν την έννοια του *design thinking* και των ευεργετικών συνεπειών του στη δημιουργία αξίας για τον πελάτη.
13. Να αξιοποιούν την ισχύ των υλικών στοιχείων και την επίδραση του χώρου παροχής της υπηρεσίας (*both online and offline – servicescapes & e-servicescapes*) στην εμπειρία του πελάτη και να γνωρίζουν τα εργαλεία εκείνα που θα τους επιτρέψουν να διοικήσουν τα στοιχεία που συνθέτουν το περιβάλλον παροχής της υπηρεσίας.
14. Να έχουν κατανοήσει τη σπουδαιότητα του ανθρώπινου παράγοντα στην παροχή βέλτιστης εμπειρίας πελάτη. Να είναι εξοπλισμένοι με τη γνώση εκείνη που θα τους επιτρέψει να επιλέγουν τη βέλτιστη στρατηγική διοίκησης του ανθρώπινου παράγοντα ανά περίπτωση και να γνωρίζουν πώς να την υλοποιήσουν.

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

Σχεδιασμός και διαχείριση έργων

Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής

Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Σκοπός του συγκεκριμένου μαθήματος είναι να κατανοήσουν οι συμμετέχοντες τη σπουδαιότητα, το εύρος και την πολυπλοκότητα της εμπειρίας του πελάτη (*customer experience*), την έννοια και την εφαρμογή της χαρτογράφησης της εμπειρίας του πελάτη (*customer journey mapping*), την επίτευξη αριστείας στην παροχή αξίας στον πελάτη (*value creation - service excellence*), τη βέλτιστη διοίκηση των διαδικασιών, τη σπουδαιότητα προσεκτικής διαχείρισης του ανθρώπινου παράγοντα για τη βελτιστοποίηση της εμπειρίας του πελάτη και την επίτευξη αφοσίωσης και πιστότητας (*customer relationship management & internal marketing*), καθώς και τις σημαντικές γνωσιακές, συναισθηματικές και συμπεριφορικές επιδράσεις του περιβάλλοντος χώρου στην εμπειρία του πελάτη. Το μάθημα επικεντρώνεται στην παρουσίαση μιας σειράς διαφορετικών εργαλείων ανάλυσης και διοίκησης, τα οποία οι συμμετέχοντες μαθαίνουν να τα χρησιμοποιούν μέσω της εφαρμογής τους σε πραγματικά παραδείγματα.

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ <i>Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.</i>	Πρόσωπο με πρόσωπο	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ <i>Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</i>	<i>Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</i>	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ <i>Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη & 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</i>	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαδραστική διδασκαλία	15
	Μελέτη & ανάλυση βιβλιογραφίας	50
	Εκπόνηση μελετών (projects)	15
	Συγγραφή εργασιών	20
	Σύνολο μαθήματος	100
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	Ερωτήσεις Ανάπτυξης Δοκιμίων Επίλυση Προβλημάτων	

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;	Γραπτή Εργασία Παρουσίαση Όλες οι πληροφορίες για το μάθημα και την αξιολόγηση βρίσκονται διαθέσιμες για τους συμμετέχοντες στο e-class πριν την έναρξη του μαθήματος, καθώς και στο έγγραφο περιγραφής μαθήματος. Γλώσσα αξιολόγησης: Αγγλικά
---	---

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Angrave, J. (2020). *The journey mapping playbook: A practical guide to preparing, facilitating and unlocking the value of customer journey mapping*. Walter de Gruyter GmbH & Co KG.
- Don Peppers, Rogers M (2016), *Managing Customer Experience and Relationships: A strategic framework*, 3rd edition, Wiley.
- Pennington, A. (2016). *The Customer Experience Manual: How to design, measure and improve customer experience in your business*. Pearson UK.
- Stickdorn, M., Hormess, M. E., Lawrence, A., & Schneider, J. (2018). *This is service design doing: applying service design thinking in the real world*. "O'Reilly Media, Inc."
- Uebernickel, F., Jiang, L., Brenner, W., Pukall, B., Naef, T., & Schindlholzer, B. (2020). *Design thinking: The handbook*. World Scientific.

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ		ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	1 ^ο ή 2 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ 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		ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ		6	4
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.			
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ Υποβάθρου , Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων	Επιστημονικής Περιοχής & Ανάπτυξης Δεξιοτήτων		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	Μάρκετινγκ		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	ΑΓΓΛΙΚΑ		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	N/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 - Περίληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές/τριες θα είναι σε θέση να:

- επιλέξουν, εκτιμήσουν, εξετάσουν, σχεδιάσουν, προτείνουν και αξιολογήσουν θεωρίες και αρχές του σε σχέση με πρακτικές, τακτικές και προσεγγίσεις πωλήσεων και ζητήματα Διοίκησης Πωλήσεων, διαθέτοντας προχωρημένες γνώσεις και έχοντας κριτική ικανότητα στα εν λόγω αντικείμενα
- διασυνδέσουν τις παραπάνω αρχές, στρατηγικές και πρακτικές που άπτονται των Πωλήσεων με άλλα επιχειρησιακά πεδία (π.χ. Μάρκετινγκ, Παραγωγή, Οικονομικό, HR, R&D)
- επιλύσουν σύνθετα και απρόβλεπτα ζητήματα στο αντικείμενο των πωλήσεων και της Διοίκησης Πωλήσεων κατέχοντας προχωρημένες δεξιότητες έχοντας δυνατότητα για καινοτομικές προσεγγίσεις
- διαχειρίζονται σύνθετες και απρόβλεπτες καταστάσεις στο αντικείμενο των πωλήσεων και της Διοίκησης Πωλήσεων αξιολογώντας ή να σχεδιάσουν στρατηγικές τακτικές.

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	Σχεδιασμός και διαχείριση έργων
Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις	Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα
Λήψη αποφάσεων	Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον
Αυτόνομη εργασία	Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής 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
- Ομαδική εργασία
- Εργασία σε διεθνές περιβάλλον
- Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον
- Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών
- Σχεδιασμός και διαχείριση έργων
- Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον
- Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Περιεχόμενο:

- Η Φιλοσοφία του Μάρκετινγκ στις Πωλήσεις
- Διαδικασία, Μέθοδοι, Πρακτικές Τεχνικές και Τακτικές Πώλησης
- Πρόβλεψη αγοράς και Στόχοι
- Καθορισμός δύναμης και μορφής στόλου Πωλήσεων
- Σχεδιασμός περιοχών
- Οργάνωση τμήματος Πωλήσεων
- Συνεργασία Πωλήσεων με άλλες Λειτουργίες
- Η κατανόηση και διαχείριση της εμπειρίας του πελάτη

Περιγραφή και Σκοπός:

Τα πρακτικά, διοικητικά, οργανωτικά και στρατηγικά ζητήματα που άπτονται των Πωλήσεων είναι από τα πλέον νευραλγικά και κρίσιμα για την εύρυθμη και επιτυχημένη λειτουργία κάθε επιχείρησης. Τα στελέχη των Πωλήσεων έρχονται σε επικοινωνία, εξυπηρετούν και διαχειρίζονται το πολυτιμότερο κεφάλαιο της εταιρείας: τους πελάτες. Επίσης, οι Πωλήσεις ως λειτουργία αποτελούν το συνδεδετικό κρίκο μεταξύ επιχείρησης και αγοράς και θεωρούνται τα μάτια και τα αυτιά της κάθε εταιρείας. Παράλληλα, οι Πωλήσεις αποτελούν τη μοναδική λειτουργία που επιφέρει άμεσα έσοδα και λόγω του ρόλου τους οφείλουν να συνεργάζονται στενά και να συντονίζονται με το σύνολο των άλλων βασικών λειτουργιών μιας εταιρείας π.χ. Ανώτατη Διοίκηση, Παραγωγή, Οικονομικό, HR, R&D και ειδικά το Μάρκετινγκ, έχοντας καθοριστικό ρόλο στην υλοποίηση της επιχειρησιακής στρατηγικής και στην επίτευξη των στόχων.

Στο περιεχόμενο του μαθήματος θα αναλυθούν οι διαστάσεις της πολυσύνθετης λειτουργίας του τμήματος Πωλήσεων. Συγκεκριμένα, θα δοθεί έμφαση:

(α) Στη διαδικασία της πώλησης και σε τεχνικές πώλησης. Η εστίαση θα αφορά σε συναλλαγές μεταξύ εταιρειών όπου παρατηρείται και ο κύριος όγκος πωλήσεων στην αγορά, οι βασικές όμως προσεγγίσεις θα έχουν εφαρμογή και σε πωλήσεις λιανεμπορίου. Αναφορές θα γίνουν και σε ηλεκτρονικές πωλήσεις.

(β) Σε στρατηγικές και κρίσιμες αποφάσεις που καλούνται να λάβουν τα διοικητικά στελέχη Πωλήσεων κατά το σχεδιασμό ενός πλάνου πωλήσεων (sales plan) όπως η πρόβλεψη αγοράς και ο καθορισμός στόχων Πωλήσεων, ο καθορισμός της δύναμης και του στόλου Πωλήσεων καθώς και των υβριδικών και μικτών συστημάτων πώλησης (πχ αντιπρόσωποι) που μπορεί να εφαρμοστούν από μια εταιρεία, ο σχεδιασμός των περιοχών πώλησης σε συνδυασμό με το targeting και positioning της εταιρείας, και η οργάνωση της δύναμης Πωλήσεων.

(γ) Στο ρόλο της συνεργασίας και σε μεθόδους συντονισμού του τμήματος Πωλήσεων με το τμήμα Μάρκετινγκ (καθώς οι δυο αυτές λειτουργίες είναι οι πλέον πελατοκεντρικές), καθώς και σε γενικά ζητήματα διοίκησης των σχέσεων του τμήματος Πωλήσεων με άλλα βασικά τμήματα και λειτουργίες μιας εταιρείας.

(δ) Σε ευρύτερα ζητήματα που περιέχονται στη λειτουργία του τμήματος Πωλήσεων όπως η λογική των συστημάτων CRM, η εξυπηρέτηση του πελάτη, η διαχείριση παραπόνων, η σπουδαιότητα του προσανατολισμού στην υπηρεσία (servitization) και της λογικής της παροχής υπηρεσιών (service-dominant logic), καθώς και αποφάσεις με φιλοσοφία διαχείρισης δυναμικού (HR) όπως η αμοιβή, η εκπαίδευση, ο έλεγχος των ανθρώπων των Πωλήσεων και πολιτικές εσωτερικού μάρκετινγκ (Internal Marketing Orientation).

(ε) Στο βασικό ρόλο της υιοθέτησης της φιλοσοφίας του Μάρκετινγκ στο στρατηγικό σχεδιασμό και στην εφαρμογή των λειτουργιών των Πωλήσεων με γνώμονα την παροχή αξίας στον πελάτη (customer value).

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ <i>Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.</i>	Πρόσωπο με πρόσωπο	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ <i>Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</i>	<i>Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</i>	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ <i>Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη & 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</i>	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	20
	Διαδραστική διδασκαλία	15
	Εκπόνηση μελέτης	20
	Μελέτη & ανάλυση βιβλιογραφίας	20
	Συγγραφή εργασίας	25
	Σύνολο μαθήματος	100
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ <i>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</i>	Γλώσσα αξιολόγησης: Αγγλικά Γραπτές εξετάσεις με ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής, επίλυση προβλημάτων (case studies), εκπόνηση εργασίας, γραπτές εξετάσεις πρακτικών ζητημάτων, παρουσίαση εργασίας (τα κριτήρια αξιολόγησης αναρτώνται στο e-class και αφορούν στην εμπέδωση και ικανότητα κριτικής διαχείρισης των εννοιών)	

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

- Cespedes F. (2021). *Sales Management That Works: How to Sell in a World that Never Stops Changing*. Harvard Business Review Press.
- Guenzi P. and Geiger S. (2017). *Sales Management: A Multinational Perspective*. Palgrave Macmillan, Basingstoke.
- Αυλωνίτης Γ. και Σταθακόπουλος Β. (2008). *Αποτελεσματική Οργάνωση & Διοίκηση Πωλήσεων*. 2^η έκδοση, Εκδόσεις Σταμούλης.

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ		ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	1 ^ο ή 2 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΜΟΔΑΣ ΚΑΙ ΕΙΔΩΝ ΠΟΛΥΤΕΛΕΙΑΣ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ 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		ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ		6	4
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.			
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ Υποβάθρου , Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων	Επιστημονικής περιοχής και ανάπτυξης δεξιοτήτων		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΟΧΙ		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	ΑΓΓΛΙΚΑ		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	N/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 - Περληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων

- Γνώσεις σχετικά με τον τρόπο που λειτουργεί ο εγχώριος και διεθνής κλάδος της μόδας και των ειδών πολυτελείας, τις ευκαιρίες και τις προοπτικές του, τα προβλήματα και τρόποι αντιμετώπισής τους
- Βασικές γνώσεις διαχείρισης μάρκετινγκ ειδών μόδας και πολυτελείας και των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε αυτόν τον κλάδο
- Ικανότητες στρατηγικής διαχείρισης επωνυμίας προϊόντων μόδας και πολυτελείας. Ικανότητα σχεδιασμού ενδεδειγμένης και ολοκληρωμένης επικοινωνιακής στρατηγικής
- Δυνατότητα κατανόησης του μηχανισμού λήψης αγοραστικών αποφάσεων των καταναλωτών και της πρόβλεψης των μελλοντικών τάσεων στον κλάδο της μόδας και των ειδών πολυτελείας.

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
Αυτόνομη εργασία
Ομαδική εργασία
Εργασία σε διεθνές περιβάλλον
Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον
Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

- Εισαγωγή στο διεθνή κλάδο της μόδας και των ειδών πολυτελείας
- Στρατηγική διαχείριση επωνυμίας και επικοινωνία στον κλάδο της μόδας και στον κλάδο ειδών πολυτελείας
- Συμπεριφορά καταναλωτή στον κλάδο της μόδας και των ειδών πολυτελείας
- Εμπόριο προϊόντων μόδας και ειδών πολυτελείας

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.	Πρόσωπο με πρόσωπο
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην	Χρήση Τ.Π.Ε. στη διδασκαλία και στην επικοινωνία με τους φοιτητές

Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές		
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη & 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	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	70
	Συγγραφή εργασίας	30
	Σύνολο μαθήματος	100
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ 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	Γραπτή εργασία, τελική εξέταση. Γλώσσα αξιολόγησης: Αγγλικά	

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

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Σημειώσεις διαλέξεων.

Solomon, M.R. & Mrad, M. (2022). *Fashion & Luxury Marketing*, Sage Publications.

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ		ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	1 ^ο ή 2 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΠΡΩΘΗΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ 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	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ		ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ	6		4
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.			
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ Υποβάθρου , Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων	Επιστημονικής Περιοχής & Ανάπτυξης Δεξιοτήτων		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΟΧΙ		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	ΑΓΓΛΙΚΑ		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	N/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/τριες θα είναι σε θέση να:

- Γνωρίζουν τις γενικές αρχές προωθητικών ενεργειών σε καταστήματα λιανικής πώλησης.
- Κατανοούν τις γενικές συνθήκες που οδηγούν τους λιανέμπορους να επιδιώκουν προωθητικές ενέργειες εντός των καταστημάτων τους.
- Γνωρίζουν τις διαφορετικές μεθόδους προωθητικών ενεργειών.
- Είναι σε θέση να σχεδιάζουν και να εκτελούν προωθητικές ενέργειες, αλλά και να εξάγουν συμπεράσματα αναφορικά με το πιο μακροχρόνιο αποτύπωμα μίας ενέργειας προώθησης πωλήσεων στο προϊόν, τη μάρκα και το κατάστημα.
- Έχουν ειδική γνώση για τη χρησιμότητα της προώθησης πωλήσεων σε ευπαθείς κατηγορίες προϊόντων.
- Έχουν ειδικές δεξιότητες αναφορικά με τις ενέργειες προώθησης πωλήσεων σε κατηγορίες διαρκών προϊόντων.
- Διακρίνουν την καταλληλότητα εναλλακτικών τρόπων έκφρασης του οικονομικού οφέλους μίας προωθητικής ενέργειας στον καταναλωτή.
- Αξιολογούν τον ρόλο του δώρου που δίνει μία προωθητική ενέργεια στον 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	Σχεδιασμός και διαχείριση έργων
Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις	Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα
Λήψη αποφάσεων	Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον
Αυτόνομη εργασία	Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής 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	

- Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις
- Λήψη αποφάσεων
- Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών
- Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα
- Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

- Γενικές αρχές προώθησης πωλήσεων.
- Γενικές καταστάσεις που οδηγούν τους λιανέμπορους να επιδιώκουν προωθητικές ενέργειες εντός των καταστημάτων τους.
- Μέθοδοι προωθητικών ενεργειών.
- Σχεδιασμός προωθητικής ενέργειας.
- Εκτέλεση προωθητικής ενέργειας.
- Λήξη προωθητικής ενέργειας και επαναφορά του προϊόντος στην αρχή τιμή.
- Προωθητικές ενέργειες σε περιβάλλον Travel Retail.
- Εξειδικευμένες μελέτες περίπτωσης.

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ <i>Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.</i>	<i>Πρόσωπο με πρόσωπο</i>	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ <i>Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</i>	<i>Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία</i> <i>Χρήση Τ.Π.Ε. στην επικοινωνία με τους φοιτητές</i>	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ <i>Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας.</i> <i>Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη & ανάλυση βιβλιογραφίας, Φροντιστήριο, Πρακτική (Τοποθέτηση), Κλινική Άσκηση, Καλλιτεχνικό Εργαστήριο, Διαδραστική διδασκαλία, Εκπαιδευτικές επισκέψεις, Εκπόνηση μελέτης (project), Συγγραφή εργασίας / εργασιών, Καλλιτεχνική δημιουργία, κ.λπ.</i> <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>	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	80
	Μελέτη & ανάλυση βιβλιογραφίας	10
	Πρακτικές εφαρμογές θεωρητικού υποβάθρου μέσω εξειδικευμένων μελετών περίπτωσης	10
	Σύνολο μαθήματος	100
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ <i>Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης</i>	• Γλώσσα αξιολόγησης: Αγγλικά • Μέθοδος αξιολόγησης: γραπτή εξέταση με ερωτήσεις ανάπτυξης και επίλυσης προβλημάτων.	

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;

- Κριτήρια: η επιτυχής εξέταση στο συγκεκριμένο μάθημα προϋποθέτει απαντήσεις στα θέματα της γραπτής εξέτασης, με τρόπο που καταδεικνύει την ικανότητα των εξεταζόμενων φοιτητών να χρησιμοποιούν με αφαιρετικό και κριτικό τρόπο το θεωρητικό υπόβαθρο του μαθήματος, προς επίλυση στρατηγικών και τακτικών αποφάσεων προωθητικών ενεργειών από τον παραγωγό και τον λιανέμπορο προς τον καταναλωτή. Οι φοιτητές θα ενημερωθούν για τα εν λόγω κριτήρια κατά την πρώτη διάλεξη του μαθήματος στο αμφιθέατρο.

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ailawadi K.L., Gedenk K., Lutzky, C., and Neslin S.A. (2007), 'Decomposition of the sales impact of promotion-induced stockpiling', *Journal of Marketing*, 44 (August), pp. 450-467.

Chen, H.A., Marmorstein, H., Tsiros, M., and Rao, A.R., (2012), 'When more is less: the impact of base value neglect on consumer preferences for bonus packs over price discounts', *Journal of Marketing*, 76 (July), pp. 64-77.

DelVecchio D., Krishnan S., and Smith D.C. (2007), 'Cents or percent? The effects of promotion framing on price expectations and choice', *Journal of Marketing*, 71 (July), pp. 158-170.

Laran, J. and Tsiros, M. (2013), 'An investigation of the effectiveness of uncertainty in marketing promotions involving free-gifts', *Journal of Marketing*, 77 (March), pp. 112-123.

Liu Y. (2007), 'The long-term impact of loyalty programs on consumer purchase behaviour and loyalty', *Journal of Marketing*, 71 (October), pp. 19-35.

Ramanathan S. And Dhar S.K. (2010), 'The effect of sales promotions on the size and the composition of the shopping basket: regulatory compatibility from the framing and temporal restrictions', *Journal of Marketing Research*, 47 (June), pp. 542-552.

Tsiros, M. and Chen, H. A. (2017), 'Convexity neglect in consumer decision making', *Journal of Marketing Behavior*, 2 (4), pp. 253-290.

Tsiros M. and Heilman C. M. (2005), 'The effects of expiration dates and perceived risk on purchasing behaviour in grocery store perishable categories', *Journal of Marketing*, 69 (April), pp. 114-129.

Tsiros M. and Hardesty D. M. (2010), 'Ending a price promotion: retracting it on one step or phasing it out gradually', *Journal of Marketing*, 74 (January), pp. 49-64.

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ		ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	1 ^ο ή 2 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΣΕΙΣ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ 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		ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ		6	4
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.			
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ Υποβάθρου , Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων	ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΟΧΙ		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	ΑΓΓΛΙΚΑ		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	N/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/τριες θα είναι σε θέση να:

- Να κατανοούν τη σημασία των διαπραγματευτικών δεξιοτήτων.
- Να κατανοούν τη φύση της διαπροσωπικής και διομαδικής διαφωνίας και σύγκρουσης.
- Να διακρίνουν τις βασικές διαδικασίες επίλυσης διαφωνιών.
- Να κατανοούν σε βάθος τη διαπραγμάτευση ως διαδικασία επίλυσης διαφωνιών.
- Να κατανοούν τις απαιτήσεις αυτής της διαδικασίας.
- Να κατανοούν τους παράγοντες που επηρεάζουν το αποτέλεσμα της.
- Να διακρίνουν μεταξύ της διεκδίκησης και της δημιουργίας αξίας στη διαπραγμάτευση.
- Να γνωρίζουν πώς να αναλύουν και να σχεδιάζουν μια διαπραγμάτευση.
- Να επιλέγουν την κατάλληλη στρατηγική.
- Να διεξάγουν επιτυχείς διαπραγματεύσεις.

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	Σχεδιασμός και διαχείριση έργων
Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις	Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα
Λήψη αποφάσεων	Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον
Αυτόνομη εργασία	Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής 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
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

- Απόκλιση συμφερόντων και κοινωνική σύγκρουση.
- Η φύση της διαπραγμάτευσης: ζητήματα, επιλογές, αποτελέσματα.
- Παίγνια μεικτών κινήτρων.
- Στρατηγικές διαπραγμάτευσης: συνεργασία και ανταγωνισμός.
- Επιλογή διαπραγματευτικής στρατηγικής.
- Διανεμητική διαπραγμάτευση: πότε και πώς;
- Ενοποιητική διαπραγμάτευση: πότε και πώς;
- Προετοιμασία και σχεδιασμός.
- Σχέσεις ανάμεσα στα διαπραγματευόμενα μέρη: ισχύς και εμπιστοσύνη.
- Γνωστικές διαδικασίες και σφάλματα.
- Διαπραγμάτευση μέσω αντιπροσώπων.
- Διαμεσολάβηση.
- Διαιτησία.
- Πολυμερής και διομαδική διαπραγμάτευση.
- Διεθνής διαπραγμάτευση.

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ <i>Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.</i>	Η παράδοση περιλαμβάνει κυρίως διαλέξεις με διαδραστικό χαρακτήρα και ασκήσεις προσομοίωσης. Επίσης, ανάλυση μελετών περίπτωσης και παρουσίαση της ομαδική εργασίας.	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ <i>Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</i>	Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία και στην επικοινωνία με τους φοιτητές	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ <i>Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη & 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</i>	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	55
	Ασκήσεις προσομοίωσης	15
	Ομαδική εργασία	15
	Ατομική μελέτη	15
	Σύνολο μαθήματος	100

μη καθοδηγούμενης μελέτης ώστε ο συνολικός φόρτος εργασίας σε επίπεδο εξαμήνου να αντιστοιχεί στα standards του ECTS	
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ 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;	Η συνολική βαθμολογία προκύπτει με βάση την τελική γραπτή εξέταση (75%) και την εργασία (25%). Η τελική γραπτή εξέταση περιλαμβάνει κυρίως ανοιχτές ερωτήσεις (ή ερωτήσεις συμπλήρωσης). Αξιολογείται η γνώση και κατανόηση εννοιών, διαδικασιών και θεωρητικών μοντέλων και δυνατότητα εφαρμογής τους σε διαφορετικές συνθήκες και περιστάσεις. Οι εργασίες αφορούν στην ανάπτυξη ή επεξεργασία μελετών περίπτωσης ή στην βιβλιογραφική επισκόπηση συγκεκριμένου πεδίου και είναι ομαδικές (παρουσίαση στην τάξη). Αξιολογείται το εύρος και βάθος κάλυψης του θέματος, η αναλυτική και συνθετική ικανότητα και η κριτική ικανότητα. Ο βαθμός της εργασίας προσμετράει στον συνολικό βαθμό μόνο εφόσον ο βαθμός της τελικής γραπτής εξέτασης είναι προβιβάσιμος. Γλώσσα αξιολόγησης: Αγγλικά

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Βασικό υλικό αποτελεί η συλλογή από προτεινόμενα άρθρα και κεφάλαια καθώς και οι διαφάνειες από τις διαλέξεις (διαθέσιμα στο e-class). Εκτός του βασικού υλικού, προτείνονται και τα ακόλουθα βιβλία και επιστημονικά περιοδικά: Βιβλία Barry, B., Lewicki, R. J., & Saunders, D. M. (2020). <i>Negotiation (8th Ed.)</i>. New York, NY: McGraw-Hill. Bazerman, M. H. (2001). <i>Judgement in managerial decision making (5th Ed.)</i>. New York: Wiley. Bazerman, M. H. & Neale, M. A. (1992). <i>Negotiating rationally</i>. New York: Free Press. Fisher, R., Ury, W. & Patton, B. (1991). <i>Getting to yes: Negotiating agreement without giving in (2nd ed.)</i>. New York: Penguin. Fisher, R., Ury, W., & Patton, B. (2002) <i>Πετυχαίνω τη συμφωνία</i>. Αθήνα: Καστανιώτης. Lax, D. A. & Sebenius, J. K. (1986). <i>The manager as negotiator: Bargaining for cooperation and competitive gain</i>. New York: Free Press. Lempereur A., & Colson A. (2017). <i>Διαπραγματεύσεις: Σύγχρονες απόψεις και πρακτική</i>. Αθήνα: Rosili. Lewicki, R. J., Barry, B., Saunders, D. M. & Minton, J. W. (2016). <i>Essentials of negotiation (6th Ed.)</i> New York, McGraw-Hill. Lewicki, R. J., Barry, B., Saunders, D. M. & Minton, J. W. (2004). <i>Η φύση των διαπραγματεύσεων</i> (2η αμερικανική έκδοση). Αθήνα: Κριτική.
--

Moffit, M. L. & Bordone, R. C. (2005). *The handbook of dispute resolution*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
Pruitt, D. G. & Carnevale, P. J. (1993). *Negotiation in social conflict*. Buckingham: Oxford University Press.
Raiffa, H. (1982). *The art and science of negotiation*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
Raiffa, H., Richardson, J. & Metcalfe, D. (2002). *Negotiation analysis: The science and art of collaborative decision making*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
Ρούμπιν, Τζ. Ζ., Προύιτ, Ντ. Γκ. & Κιμ, Σ. Χ. (1999). *Η διευθέτηση της κοινωνικής σύγκρουσης: Κλιμάκωση – Αδιέξοδο – Επίλυση*. Αθήνα: Καστανιώτης.
Ury, W. (2002). *Πώς να ξεπερνάτε την άρνηση: Από την αντιπαλότητα στη συνεργασία*. Αθήνα: Καστανιώτης.

Περιοδικά

Cooperation and Conflict
Group Decision and Negotiation
Harvard Business Review
International Journal of Conflict Management
Journal of Applied Psychology
Journal of Conflict Resolution
Journal of Experimental Social Psychology
Journal of Personality and Social Psychology
Negotiation
Negotiation and Conflict Management Research
Negotiation Journal
Organizational Behavior and Human Decision Processes

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ		ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	3 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ 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		ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
			30
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.			
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ Υποβάθρου , Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων	Επιστημονικής Περιοχής		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΟΧΙ		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	ΑΓΓΛΙΚΑ		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	N/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 - Περίληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων
--

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.

- Προσφέρει στο σπουδαστή την ευκαιρία να διερευνήσει σε βάθος ένα θέμα που τον ενδιαφέρει χρησιμοποιώντας την αυστηρή, συστηματική ακαδημαϊκή προσέγγιση.
- Επιτρέπει την εφαρμογή επιστημονικών μεθόδων για την ανάλυση και επίλυση προβλημάτων της επιχείρησης στην οποία εργάζεται
- Επιβάλλει συχνότερες επαφές με το διδακτικό προσωπικό, οι οποίες είναι απαραίτητες για την αντικειμενική αξιολόγηση των ικανοτήτων του.

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	Σχεδιασμός και διαχείριση έργων
Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις	Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα
Λήψη αποφάσεων	Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον
Αυτόνομη εργασία	Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής 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
Παράγωγή 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. 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 εμπειρισματομένο 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

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ 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	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές	Επικοινωνία με τους φοιτητές: e-class / Teams	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη & ανάλυση βιβλιογραφίας, Φροντιστήριο, Πρακτική (Τοποθέτηση), Κλινική Άσκηση, Καλλιτεχνικό Εργαστήριο, Διαδραστική διδασκαλία, Εκπαιδευτικές επισκέψεις, Εκπόνηση μελέτης (project), Συγγραφή εργασίας / εργασιών, Καλλιτεχνική δημιουργία, κ.λπ.	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Μελέτη & ανάλυση βιβλιογραφίας,	200
	Εκπόνηση Έρευνας	200
	Συγγραφή ΔΕ	300
	Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)	750

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	
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ 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;	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 e-class και του Οδηγού Εκπόνησης Διπλωματικής Εργασίας που αποστέλλεται στους φοιτητές κατά το τέλος του πρώτου εξαμήνου σπουδών. Γλώσσα αξιολόγησης: Αγγλικά

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-ιδιαιτέρως-ανάγκες). Περισσότερες πληροφορίες παρέχονται στην ιστοσελίδα <https://www.aueb.gr/el/lib/content/αμεα-άτομα-με-ιδιαιτέρως-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 (KET, 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>).