



ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΕΩΣ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑΣ

31 Δεκεμβρίου 2023

ΤΕΥΧΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ

Αρ. Φύλλου 7516

ΑΠΟΦΑΣΕΙΣ

Αριθμ. 21811

Επικαιροποίηση Κανονισμού Λειτουργίας του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών (Π.Μ.Σ.) με τίτλο: «Μάρκετινγκ και Επικοινωνία» του Τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας της Σχολής Διοίκησης Επιχειρήσεων του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών.

Η ΣΥΓΚΛΗΤΟΣ ΤΟΥ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΥ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΑΘΗΝΩΝ

Έχοντας υπόψη:

1. Τον ν. 4957/2022 «Νέοι Ορίζοντες στα Ανώτατα Εκπαιδευτικά Ιδρύματα: Ενίσχυση της ποιότητας, της λειτουργικότητας και της σύνδεσης των Α.Ε.Ι. με την κοινωνία και λοιπές διατάξεις» (Α' 141), όπως έχει τροποποιηθεί και ισχύει, ιδίως την παρ. 4κγ του άρθρου 16, την παρ. 2γ του άρθρου 79 και το άρθρο 80,

2. την περ. (θ) της παρ. 2 του άρθρου 5 του ν. 3469/2006 (Α' 131) «Εθνικό Τυπογραφείο, Εφημερίς της Κυβερνήσεως και λοιπές διατάξεις»,

3. το άρθρο 90 του Κώδικα Νομοθεσίας για την Κυβέρνηση και τα κυβερνητικά όργανα (π.δ. 63/2005, Α' 98), σε συνδυασμό με την περ. 22 του άρθρου 119 του ν. 4622/2019 (Α' 133),

4. την υπ' αρ. 4503/01.09.2022 (ΑΔΑ: ΨΒΑΨ469Β4Μ-ΨΛΙ) Πράξη Πρύτανη περί ανασυγκρότησης της Συγκλήτου του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών από 01.09.2022,

5. την υπ' αρ. 5586/26.07.2018 (Β' 3841) απόφαση της Συγκλήτου του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών (συνεδρίαση 17η/16.07.2018) που αφορά στην επανίδρυση του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών (Π.Μ.Σ.) με τίτλο: «Μάρκετινγκ και Επικοινωνία» του Τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας της Σχολής Διοίκησης Επιχειρήσεων του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών,

6. την υπ' αρ. 5653/27.07.2018 (Β' 4005) απόφαση της 17ης/10-16.07.2018 συνεδρίασης της Συγκλήτου Ο.Π.Α. περί Κανονισμού Μεταπτυχιακών Σπουδών του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών (Π.Μ.Σ.) με τίτλο: «Μάρκετινγκ και Επικοινωνία» του Τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας της Σχολής Διοίκησης Επιχειρήσεων του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών,

7. την υπ' αρ. 6706/08.05.2023 (Β' 3140) απόφαση της Συγκλήτου του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών (συνεδρίαση 11η/06.04.2023/5) που αφορά στον Κανονισμό Προγραμμάτων Μεταπτυχιακών και Διδακτορικών Σπουδών του Ο.Π.Α.,

8. την από 26.06.2023 απόφαση της Επιτροπής Μεταπτυχιακών Σπουδών που αφορά στην εκπόνηση πρότυπου σχεδίου Κανονισμού λειτουργίας προγράμματος μεταπτυχιακών σπουδών,

9. την απόφαση της Συνέλευσης του Τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας (συνεδρίαση 5η/22.11.2023) σχετικά με την έγκριση του νέου Κανονισμού του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών (Π.Μ.Σ.) με τίτλο: «Μάρκετινγκ και Επικοινωνία» του Τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας της Σχολής Διοίκησης Επιχειρήσεων του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών, όπως διαβιβάστηκε με το υπό στοιχεία ΥΣ 1301/29.11.2023 έγγραφο της Αν. Προϊσταμένης της Γραμματείας Μεταπτυχιακών και Διδακτορικών Σπουδών της Σχολής Διοίκησης Επιχειρήσεων,

10. την υπό στοιχεία ΥΣ 1314/29.11.2023 εισήγηση του Αντιπρύτανη Ακαδημαϊκών Υποθέσεων και Προσωπικού,

11. το γεγονός ότι, σύμφωνα με το άρθρο 90 του Κώδικα νομοθεσίας για την Κυβέρνηση και τα κυβερνητικά όργανα, με την εφαρμογή της παρούσας απόφασης, δεν προκαλείται δαπάνη σε βάρος του κρατικού προϋπολογισμού ή του Προϋπολογισμού του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών, αποφασίζει:

Α. Την επικαιροποίηση του Κανονισμού Λειτουργίας του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών (Π.Μ.Σ.) με τίτλο: «Μάρκετινγκ και Επικοινωνία» του Τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας της Σχολής Διοίκησης Επιχειρήσεων του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών, ως ακολούθως:

ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΟΥ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
«ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ»
ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΤΗΣ ΣΧΟΛΗΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΟΥ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΥ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΑΘΗΝΩΝ

ΓΕΝΙΚΕΣ ΔΙΑΤΑΞΕΙΣ

Το Π.Μ.Σ. με τίτλο: «Μάρκετινγκ και Επικοινωνία» του Τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών, επανιδρύθηκε με την

υπ' αρ. 5586/26.07.2018 (Β' 3841) απόφαση της Συγκλήτου του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών. Η λειτουργία του διέπεται από τις διατάξεις του ν. 4957/2022, του παρόντος Κανονισμού, του Κανονισμού Προγραμμάτων Μεταπτυχιακών και Διδακτορικών Σπουδών του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών (Β' 3140/2023) και από τις σχετικές αποφάσεις της Συγκλήτου του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών.

Ο Κανονισμός Λειτουργίας του Π.Μ.Σ. «Μάρκετινγκ και Επικοινωνία» καταρτίζεται με απόφαση των αρμοδίων οργάνων του, εγκρίνεται από τη Σύγκλητο, δημοσιεύεται στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως και αναρτάται στον διαδικτυακό τόπο του Π.Μ.Σ. Ο Κανονισμός Λειτουργίας, δύναται να τροποποιείται και να αναθεωρείται περιοδικά χωρίς να χάνει τη βασική δομή του και το περιεχόμενο, ακολουθώντας την ανωτέρω διαδικασία.

Άρθρο 1

Γνωστικό Αντικείμενο - Σκοπός

1. Το Π.Μ.Σ. με τίτλο: «Μάρκετινγκ και Επικοινωνία», έχει ως αντικείμενο την προαγωγή της γνώσης και την ανάπτυξη της έρευνας στους χώρους του Μάρκετινγκ και της Επικοινωνίας. Το πρόγραμμα εστιάζει στα ακόλουθα γνωστικά πεδία:

- α) Του Μάρκετινγκ,
- β) της Επιχειρησιακής Επικοινωνίας,
- γ) του Διεθνούς Μάρκετινγκ,
- δ) της Διεθνούς Επιχειρησιακής Επικοινωνίας,

2. Σκοπός του Π.Μ.Σ. είναι η

α) Η δημιουργία εξειδικευμένων επιστημόνων.
β) Η επιμόρφωση ανώτερων στελεχών επιχειρήσεων και οργανισμών για την κάλυψη των αναγκών του ιδιωτικού και δημόσιου τομέα.

3. Το Π.Μ.Σ. μπορεί να συνεργάζεται με αντίστοιχα μεταπτυχιακά προγράμματα αναγνωρισμένων Α.Ε.Ι. της ημεδαπής ή/και της αλλοδαπής. Η Συντονιστική Επιτροπή (Σ.Ε.) του Π.Μ.Σ. διαμέσου της Συνέλευσης του Τμήματος, γνωστοποιεί στη Σύγκλητο την απόφαση κάθε τέτοιας συνεργασίας.

Άρθρο 2

Μεταπτυχιακοί Τίτλοι

Το Π.Μ.Σ. απονέμει Δίπλωμα Μεταπτυχιακών Σπουδών (Δ.Μ.Σ.) στο «Μάρκετινγκ και Επικοινωνία» (MSc in Marketing and Communication) με τις εξής ειδικεύσεις:

Α) Μάρκετινγκ και Επικοινωνία (προσφέρεται σε τμήματα Πλήρους και Μερικής Φοίτησης)
Β) Μάρκετινγκ και Επικοινωνία με Διεθνή Προσανατολισμό (προσφέρεται σε τμήμα Πλήρους Φοίτησης)

Η ειδικευση αναγράφεται στην αναλυτική βαθμολογία και στο Παράρτημα Διπλώματος των φοιτητών/τριών που την έχουν παρακολουθήσει και όχι στο πτυχίο.

Άρθρο 3

Όργανα Διοίκησης του Προγράμματος

Αρμόδια όργανα για την οργάνωση και λειτουργία του Π.Μ.Σ. σύμφωνα με τον ν. 4957/2022 είναι:

α) Η Σύγκλητος του Ιδρύματος, η οποία ασκεί τις αρμοδιότητες της παρ. 1 του άρθρου 82 του ν. 4957/2022,

β) η Συνέλευση του Τμήματος, η οποία ασκεί τις αρμοδιότητες της παρ. 2 του άρθρου 82 του ν. 4957/2022,

γ) η Συντονιστική Επιτροπή (Σ.Ε.) του Π.Μ.Σ., η οποία ασκεί τις αρμοδιότητες της παρ. 3 του άρθρου 82 του ν. 4957/2022,

δ) ο/η Διευθυντής/ντρια του Π.Μ.Σ. ο οποίος ασκεί τις αρμοδιότητες της παρ. 4 του άρθρου 82 του ν. 4957/2022.

Άρθρο 4

Αριθμός εισακτέων - Κατηγορίες Υποψηφίων

1. Ο αριθμός των εισακτέων στο Π.Μ.Σ. κατ' έτος ορίζεται κατ' ανώτατο όριο σε ενενήντα εννέα (99) μεταπτυχιακούς φοιτητές/τριες κατ' έτος. Το νούμερο αυτό κατανέμεται ως εξής:

Τμήμα Πλήρους φοίτησης της ειδίκευσης «Μάρκετινγκ και Επικοινωνία»: 33 άτομα.

Τμήμα Μερικής φοίτησης της ειδίκευσης «Μάρκετινγκ και Επικοινωνία»: 33 άτομα.

Τμήμα Πλήρους φοίτησης της ειδίκευσης «Μάρκετινγκ και Επικοινωνία με Διεθνή Προσανατολισμό»: 33 άτομα.

Ο αριθμός θα προσαρμόζεται ανάλογα με τα προσφερόμενα τμήματα.

2. Στο Π.Μ.Σ. γίνονται δεκτοί κάτοχοι τίτλου του πρώτου κύκλου σπουδών Α.Ε.Ι. της ημεδαπής ή ομοταγών αναγνωρισμένων Ιδρυμάτων της αλλοδαπής (επίπεδο έξι (6) του Εθνικού και Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων σύμφωνα με το άρθρο 47 του ν. 4763/2020).

3. Σε περίπτωση που η διδασκαλία γίνεται στην ελληνική γλώσσα, οι αλλοδαποί φοιτητές/τριες, πρέπει να αποδεικνύουν την επαρκή γνώση της ελληνικής γλώσσας με την προσκόμιση:

α) Τίτλου απόλυσης από ελληνικό ή κυπριακό σχολείο δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης ή

β) τίτλου απόλυσης από σχολείο της αλλοδαπής από τον οποίο να προκύπτει η διδασκαλία και επιτυχής εξέταση στο μάθημα της ελληνικής γλώσσας ή

γ) Βεβαίωση επιπέδου Β2 του Διδασκαλείου Νέας Ελληνικής Γλώσσας του Πανεπιστημίου Αθήνας ή Πιστοποιητικό επάρκειας επιπέδου Β2 του Σχολείου Ελληνικής Γλώσσας του Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης ή Πιστοποιητικό επιπέδου Β2 του Κέντρου Ελληνικής Γλώσσας.)

Άρθρο 5

Κριτήρια και Διαδικασία Επιλογής Υποψηφίων

1. Η επιλογή των εισακτέων γίνεται σύμφωνα με τις κείμενες διατάξεις και τις προβλέψεις του παρόντος Κανονισμού.

2. Με απόφαση της Συνέλευσης του Τμήματος, δημοσιεύεται και αναρτάται στην ιστοσελίδα του Π.Μ.Σ. και του Ιδρύματος προκήρυξη για την εισαγωγή μεταπτυχιακών φοιτητών/τριών στο Π.Μ.Σ. Στην προκήρυξη αναγράφονται όλες τις σχετικές λεπτομέρειες (ημερομηνίες και τόπος κατάθεσης της αίτησης, απαραίτητα δικαιολογητικά που πρέπει να τη συνοδεύουν, τα κριτήρια επιλογής κ.ά.). Οι αιτήσεις μαζί με τα απαραίτητα δικαιολογητικά υποβάλλονται ηλεκτρονικά ή κατατίθενται στην Γραμματεία του Π.Μ.Σ., σε προθεσμία που ορίζεται κατά την προκήρυξη και δύναται να παραταθεί με απόφαση της Συνέλευσης του Τμήματος.

3. Τα απαιτούμενα δικαιολογητικά που υποβάλλονται από κάθε υποψήφιο/α είναι τα εξής:

- α) Αίτηση με μία πρόσφατη φωτογραφία.
- β) Αντίγραφο πτυχίου με αναλυτική βαθμολογία ή βεβαίωση περάτωσης σπουδών.
- γ) Αποδεικτικά άριστης γνώσης (επίπεδο Γ2) της Αγγλικής γλώσσας για τα τμήματα πλήρους φοίτησης και πολύ καλής γνώσης (επίπεδο Γ1) για το τμήμα μερικής φοίτησης.
- δ) Δύο συστατικές επιστολές από καθηγητές (για τους υποψηφίους για το τμήμα πλήρους φοίτησης) ή/και εργοδότες (για τους υποψηφίους για το τμήμα μερικής φοίτησης).
- ε) Επίσημα αποδεικτικά επαγγελματικής εμπειρίας (όπου απαιτείται) στ) Βιογραφικό σημείωμα.

4. Οι υποψήφιοι/ες με τίτλους σπουδών από ιδρύματα της αλλοδαπής, θα πρέπει να υποβάλλουν σχετικές βεβαιώσεις ισοτιμίας από το ΔΙΚΑΤΣΑ ή τον ΔΟΑΤΑΠ. Δεν απαιτείται βεβαίωση ισοτιμίας, εάν το ίδρυμα αποφοίτησης και ο τίτλος σπουδών περιλαμβάνονται στα δημοσιευμένα Μητρώα του ΔΟΑΤΑΠ (Εθνικό Μητρώο Αναγνωρισμένων Ιδρυμάτων Ανώτατης Εκπαίδευσης της αλλοδαπής και Εθνικό Μητρώο Τύπων Τίτλων Σπουδών Αναγνωρισμένων Ιδρυμάτων Ανώτατης Εκπαίδευσης), σύμφωνα με τις κείμενες διατάξεις.

5. Τα κριτήρια επιλογής των υποψηφίων είναι:

- α) Βαθμό πτυχίου/ων.
- β) Διάρκεια και είδος εργασιακής εμπειρίας.
- γ) Πανεπιστήμιο και Τμήμα προέλευσης.
- δ) Γνώση αγγλικής γλώσσας.
- ε) Γνώση άλλης ξένης γλώσσας.
- στ) Συνέντευξη.
- ζ) Συστατικές επιστολές από Καθηγητές ή εργοδότες.
- η) Επιπλέον πρόσθετα κριτήρια, σύμφωνα με απόφαση της Συνέλευσης του Τμήματος.

6. Οι λεπτομέρειες εφαρμογής των κριτηρίων (π.χ. μόρια, συντελεστές) αποφασίζονται από τη Συνέλευση του Τμήματος.

7. Η διαδικασία επιλογής είναι η ακόλουθη:

- α) Η Γραμματεία του Π.Μ.Σ. καταρτίζει κατ' αρχήν έναν πλήρη κατάλογο όσων έχουν υποβάλει αίτηση.
- β) Η Επιτροπή Αξιολόγησης Υποψηφίων:
 - βα) Απορρίπτει τους/τις υποψηφίους/υποψήφιας που δεν πληρούν τα κριτήρια επιλογής.
 - ββ) Μοριοδοτεί τους/τις υποψηφίους/υποψήφιας σύμφωνα με τα κριτήρια που έχουν αποφασισθεί.
 - βγ) Ιεραρχεί βαθμολογικά τους/τις υποψηφίους/υποψήφιας και προβαίνει στην έκδοση προσωρινού πίνακα επιλογής.
 - βδ) Καλεί σε συνέντευξη (εφόσον προβλέπεται) όσους υποψηφίους/υποψήφιας αποφασιστεί να κληθούν.
 - βε) Με βάση την τελική βαθμολογία των υποψηφίων καταρτίζει τον τελικό πίνακα επιλογής.

8. Ο τελικός πίνακας των επιτυχόντων και τυχόν επιλαχόντων επικυρώνεται από τη Συνέλευση του Τμήματος.

9. 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

ας 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 1.800 € (χίλια οκτακόσια ευρώ) ως έναντι της 1ης δόσης των τελών φοίτησης εντός του ίδιου διαστήματος με την αποδοχή της ένταξής τους στο Π.Μ.Σ.

Άρθρο 6

Εγγραφή

1. Η εγγραφή των εισακτέων μεταπτυχιακών φοιτητών/τριών κάθε έτους γίνεται σε προθεσμίες που ορίζονται από τον/την Διευθυντή/ντρια κατόπιν έγκρισης της Σ.Ε. του Π.Μ.Σ.

2. Ο/Η υποψήφιος/α, πριν εγγραφεί, λαμβάνει γνώση του παρόντος Κανονισμού Λειτουργίας του Π.Μ.Σ., του Κανονισμού Προγραμμάτων Μεταπτυχιακών και Διδακτορικών Σπουδών του ΟΠΑ (Β' 3140/2023), του Κώδικα Δεοντολογίας και Καλής Πρακτικής του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών (Β' 7257/2022) και δηλώνει εγγράφως ότι τους αποδέχεται. Για λόγους εξαιρετικής ανάγκης, η Συνέλευση του Τμήματος δύναται μετά από αιτιολογημένη αίτηση του/της ενδιαφερομένου/νης, να αποφασίζει ότι μπορεί να πραγματοποιηθεί η εγγραφή εντός μηνός από τη λήξη της προθεσμίας.

3. Οι υποψήφιοι/ες που δεν θα μπορέσουν να ικανοποιήσουν τις προϋποθέσεις υπό τις οποίες γίνονται δεκτοί/ες ή αποχωρήσουν από το Π.Μ.Σ., οποτεδήποτε μετά την εκ μέρους τους αποδοχή της θέσης που τους προσφέρθηκε, δεν δικαιούνται επιστροφής των χρηματικών ποσών που κατέβαλαν. Κατ' εξαίρεση, με απόφαση του αρμοδίου οργάνου επιστρέφεται το ποσό που είχε καταβληθεί ως έναντι 1ης δόσης, εφόσον ο/η υποψήφιος/α γίνει δεκτός/η και εγγραφεί σε μεταγενέστερο χρόνο σε άλλο Π.Μ.Σ. του Ο.Π.Α. Η δυνατότητα αυτή εξαντλείται κατά τη λήξη του ακαδημαϊκού έτους υποβολής αίτησης του υποψηφίου/υποψήφιας.

4. Οι υποψήφιοι/ες κατόπιν αιτιολογημένης αίτησής τους στο αρμόδιο όργανο του Π.Μ.Σ. δύνανται να αιτηθούν τη μεταφορά της αίτησής τους μεταξύ των τμημάτων του Π.Μ.Σ., εφόσον πληρούν τις προϋποθέσεις εισαγωγής του κάθε τμήματος. Η επιτροπή αξιολόγησης υποψηφίων του Π.Μ.Σ. δύναται να μεταφέρει την αίτηση υποψηφίου/ας σε άλλο τμήμα του Π.Μ.Σ. από αυτό που έχει αιτηθεί ο υποψήφιος/υποψήφια, έχοντας εξασφαλίσει τη σύμφωνη γνώμη του/της. Η δυνατότητα αυτή εξαντλείται κατά τη λήξη του ακαδημαϊκού έτους της περιόδου αιτήσεων κατά την οποία έχει αιτηθεί ο υποψήφιος/υποψήφια.

Άρθρο 7

Διάρκεια Σπουδών - Όροι Φοίτησης

1. Η χρονική διάρκεια σπουδών για την απονομή του Διπλώματος Μεταπτυχιακών Σπουδών (Δ.Μ.Σ.) ορίζεται σε δώδεκα (12) μήνες για το πρόγραμμα πλήρους φοίτησης, στην οποία περιλαμβάνονται δύο (2) εξάμηνα σπουδών και ο χρόνος εκπόνησης της διπλωματικής εργασίας. Η χρονική διάρκεια για το πρόγραμμα μερικής φοίτησης προσαυξάνεται εκείνης του προγράμματος πλήρους φοίτησης κατά ένα (1) εξάμηνο σπουδών.

2. Ο ανώτατος επιτρεπόμενος χρόνος ολοκλήρωσης των σπουδών, ορίζεται σε τέσσερα (4) εξάμηνα για τα τμήματα πλήρους φοίτησης και σε έξι (6) εξάμηνα για το τμήμα μερικής φοίτησης, συμπεριλαμβανομένης και της ολοκλήρωσης της Διπλωματικής Εργασίας.

3. Ο/Η μεταπτυχιακός/η φοιτητής/τρια με αίτησή του/της μπορεί να ζητήσει αιτιολογημένα προσωρινή αναστολή φοίτησης η οποία δεν υπερβαίνει τα δύο εξάμηνα συνολικά. Τα εξάμηνα αναστολής της φοιτητικής ιδιότητας δεν προσμετρούνται στην προβλεπόμενη ανώτατη διάρκεια κανονικής φοίτησης. Ο/Η φοιτητής/τρια με την επάνοδό του/της στη φοίτηση εξακολουθεί να υπάγεται στο καθεστώς φοίτησης του χρόνου εγγραφής του/της ως μεταπτυχιακού/ης φοιτητή/τριας (πλήρους ή μερικής φοίτησης). Η συνέχιση των σπουδών μετά την αναστολή γίνεται με τους όρους και τους κανόνες λειτουργίας του προγράμματος κατά την επάνοδό του.

4. Οι μεταπτυχιακοί φοιτητές/τριες έχουν τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις όπως ορίζονται στον Κανονισμό Προγραμμάτων Μεταπτυχιακών και Διδακτορικών Σπουδών του Ιδρύματος (άρθρο 11, Β' 3140/2023).

5. Για τη βελτίωση της λειτουργίας του Π.Μ.Σ. στο πλαίσιο της φοιτητοκεντρικής προσέγγισης, έχει τεθεί σε λειτουργία ο μηχανισμός διαχείρισης των παραπόνων και ενστάσεων των μεταπτυχιακών φοιτητών/τριών του Π.Μ.Σ., έτσι ώστε να διασφαλίζεται η ποιότητα των παρεχόμενων εκπαιδευτικών και διοικητικών υπηρεσιών. (Απόφαση Πρυτανικού Συμβουλίου 19η συνεδρίαση/23-05-2023).

Άρθρο 8

Πρόγραμμα Μαθημάτων

1. Το Π.Μ.Σ. ξεκινά το χειμερινό εξάμηνο εκάστου ακαδημαϊκού έτους. Το σύνολο των πιστωτικών μονάδων

6. Το πρόγραμμα μαθημάτων ορίζεται ως εξής:

α) Ειδίκευση: Μάρκετινγκ και Επικοινωνία

Α ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ			
ΚΩΔΙΚΟΣ	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ECTS
bm51101	Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	7,5
bm51102	Επικοινωνία και Διαφήμιση	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	7,5
bm51103	Συμπεριφορά Καταναλωτή	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	7,5
bm51104	Ερευνητική Μεθοδολογία και Έρευνα Μάρκετινγκ	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	7,5
ΣΥΝΟΛΟ ΠΙΣΤΩΤΙΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ ΕΞΑΜΗΝΟΥ			30
Β ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ			
ΚΩΔΙΚΟΣ	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ECTS
bm51107	Αναλυτική Μάρκετινγκ και Διαδικτύου	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	7,5
bm51108	Στρατηγικό Μάρκετινγκ	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	7,5
bm51105	Πολιτική Προϊόντος και Καινοτομίας	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	7,5
bm51106	Ψηφιακό Μάρκετινγκ και Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	7,5
ΣΥΝΟΛΟ ΠΙΣΤΩΤΙΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ ΕΞΑΜΗΝΟΥ			30
bm51109	Διπλωματική Εργασία (Συμβουλευτική/Εργασία Πεδίου)	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	15
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΠΙΣΤΩΤΙΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ			75

του προγράμματος είναι εβδομήντα πέντε (75) πιστωτικές μονάδες (Π.Μ.).

2. Κατά τη διάρκεια των σπουδών, οι μεταπτυχιακοί φοιτητές/τριες υποχρεούνται σε παρακολούθηση και επιτυχή εξέταση μεταπτυχιακών μαθημάτων και εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων καθώς και εκπόνηση και επιτυχή εξέταση διπλωματικής εργασίας.

3. Η διδασκαλία των μαθημάτων γίνεται διά ζώσης ή δια ζώσης και με μέσα εξ αποστάσεως εκπαίδευσης ή εξ αποστάσεως σύμφωνα με τις κείμενες διατάξεις. Η οργάνωση της εκπαιδευτικής διαδικασίας με μεθόδους εξ αποστάσεως εκπαίδευσης εξασφαλίζει την προσβασιμότητα των ατόμων με αναπηρία και ειδικές εκπαιδευτικές ανάγκες.

4. Τα μαθήματα πραγματοποιούνται σε εβδομαδιαία βάση και διεξάγονται στην ελληνική γλώσσα για τα τμήματα πλήρους και μερικής φοίτησης της ειδίκευσης «Μάρκετινγκ και Επικοινωνία» και στην αγγλική γλώσσα για το τμήμα πλήρους φοίτησης της ειδίκευσης «Μάρκετινγκ και Επικοινωνία με Διεθνή Προσανατολισμό». Η γλώσσα εκπόνησης διπλωματικής εργασίας είναι η ελληνική για τα τμήματα πλήρους και μερικής φοίτησης της ειδίκευσης «Μάρκετινγκ και Επικοινωνία» και η αγγλική για το τμήμα πλήρους φοίτησης της ειδίκευσης «Μάρκετινγκ και Επικοινωνία με Διεθνή Προσανατολισμό».

5. Για την απόκτηση του Διπλώματος Μεταπτυχιακών Σπουδών (Δ.Μ.Σ.), απαιτείται:

α) Υποχρεωτική παρακολούθηση και επιτυχής εξέταση σε μαθήματα τα οποία αντιστοιχούν σε 60 Πιστωτικές Μονάδες.

β) Εκπόνηση διπλωματικής εργασίας η οποία αντιστοιχεί σε 15 Πιστωτικές Μονάδες.

β) Ειδικότητα: Μάρκετινγκ και Επικοινωνία με Διεθνή Προσανατολισμό

Α ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ			
ΚΩΔΙΚΟΣ	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ECTS
bm52103f	Διεθνές Μάρκετινγκ (International Marketing)	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	7,5
bm52104f	Διεθνής Έρευνα Μάρκετινγκ (International Marketing Research)	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	7,5
bm52106f	Διεθνής Συμπεριφορά Καταναλωτή (International Consumer Behavior)	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	7,5
bm52107f	Αναλυτική Διαδικτύου και Μάρκετινγκ (Web & Marketing Analytics)	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	7,5
ΣΥΝΟΛΟ ΠΙΣΤΩΤΙΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ ΕΞΑΜΗΝΟΥ			30
Β ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ			
ΚΩΔΙΚΟΣ	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ECTS
bm52101f	Επιχειρησιακή Στρατηγική (Business Strategy)	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	7,5
bm52108f	Ψηφιακό Μάρκετινγκ και Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (Digital Marketing & Social Media)	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	7,5
bm52102f	Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία (Entrepreneurship & Innovation)	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	7,5
bm52109f	Διαφήμιση και Ολοκληρωμένη Επικοινωνία Μάρκετινγκ (Advertising and Integrated Marketing Communications)	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	7,5
ΣΥΝΟΛΟ ΠΙΣΤΩΤΙΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ ΕΞΑΜΗΝΟΥ			30
bm52105f	Διπλωματική Εργασία (Συμβουλευτική/Εργασία Πεδίου)	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	15
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΠΙΣΤΩΤΙΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ			75

7. Το πρόγραμμα των μαθημάτων δύναται να περιλαμβάνει σειρά εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων που αποσκοπούν στην εμπέδωση και εμπέδωση σε υψηλό επίπεδο γνώσεων των φοιτητών σε επιστημονικές περιοχές του γνωστικού αντικείμενου του προγράμματος σπουδών. Οι εκπαιδευτικές δραστηριότητες δύναται να περιλαμβάνουν, σεμιναριακές διαλέξεις-ομιλίες από εξειδικευμένα φυσικά πρόσωπα, επιχειρήσεις- οργανισμούς ή/και διακεκριμένους ακαδημαϊκούς με σχετική εμπειρία στο γνωστικό αντικείμενο του Π.Μ.Σ., βιωματικές δραστηριότητες, εκπαιδευτικά ταξίδια, φροντιστηριακή εκπαίδευση/ασκήσεις στο πλαίσιο μαθημάτων του προγράμματος σπουδών, εργαστήρια, ανάλυση μελετών περιπτώσεων (case studies), εκπαιδευτικά προγράμματα προσομοίωσης, εκπαιδευτικές εκδηλώσεις, προετοιμασία και απόκτηση επαγγελματικών πιστοποιήσεων, εκπαιδεύσεις-trainings, ημερίδες διακεκριμένων ακαδημαϊκών και προσκεκλημένων ομιλητών, συμβουλευτικές υπηρεσίες επαγγελματικής σταδιοδρομίας, ανάπτυξη και διεξαγωγή επιχειρηματικών παιγνίων.

8. Σε παράρτημα του παρόντος κανονισμού παρουσιάζονται το περιεχόμενο των μεταπτυχιακών μαθημάτων καθώς και οι ελάχιστες διδακτικές ώρες ανά μάθημα.

9. Το ωρολόγιο πρόγραμμα μαθημάτων/ασκήσεων και εξετάσεων καταρτίζεται και ανακοινώνεται τουλάχιστον ένα δεκαήμερο πριν από την έναρξη της διδακτικής περιόδου.

10. Οι μεταπτυχιακοί φοιτητές/τριες δηλώνουν τα μαθήματα που θα παρακολουθήσουν κατά την έναρξη κάθε διδακτικής περιόδου σε ημερομηνίες που ανακοινώνονται από τη Γραμματεία του Π.Μ.Σ.

11. Σε περίπτωση κωλύματος διεξαγωγής διάλεξης, ο/η διδάσκων/ουσα ενημερώνει άμεσα τον/την Διευθυντή/ντρια του Π.Μ.Σ. και τη Γραμματεία και προγραμματίζεται η αναπλήρωση της διάλεξης. Οι φοιτητές/τριες του Π.Μ.Σ. ενημερώνονται με κατάλληλο τρόπο και σε εύλογο χρονικό διάστημα για την ημερομηνία αναπλήρωσης της διάλεξης.

12. Η παρακολούθηση των μαθημάτων είναι υποχρεωτική. Σε περίπτωση που οι απουσίες σε ένα μάθημα ξεπερνούν το 1/3 των ωρών διδασκαλίας, ο/η φοιτητής/τρια θεωρείται αποτυχών/ούσα στο μάθημα αυτό και το επαναλαμβάνει την αμέσως επόμενη περίοδο που θα διδαχθεί.

13. Στην περίπτωση που ο αριθμός απουσιών είναι μεγαλύτερος από αυτόν που έχει οριστεί από τον Κανονισμό Λειτουργίας του Π.Μ.Σ. και οι λόγοι απουσίας είναι σοβαροί, μετά από αίτηση του/της ενδιαφερόμενου/ης μεταπτυχιακού φοιτητή/τριας η περίπτωση εξετάζεται από την Συντονιστική Επιτροπή του Π.Μ.Σ., η οποία εγκρίνει ή όχι το αίτημα και εισηγείται στη Συνέλευση του Τμήματος για την τελική έγκριση

Άρθρο 9

Κανόνες Εξετάσεων και Αξιολόγησης Επιδόσεων

1. Η αξιολόγηση των μαθημάτων γίνεται με γραπτή ή προφορική εξέταση, εργασία, απαλλακτική εργασία ή συνδυασμό των παραπάνω, δια ζώσης ή με μεθόδους ψηφιακής αξιολόγησης.

2. 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.

3. 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.

4. Η συμμετοχή στις εξετάσεις στη συγκεκριμένη ημερομηνία που έχει ανακοινωθεί σύμφωνα με το Πρόγραμμα είναι υποχρεωτική. Στην περίπτωση που κάποιος φοιτητής/τρια δεν προσέλθει τη συγκεκριμένη ημερομηνία εξέτασης ενός μαθήματος, χάνει την εξεταστική περίοδο και θεωρείται αποτυχών/ουσα στο μάθημα.

5. Η βαθμολογική κλίμακα ορίζεται από μηδέν (0) μέχρι δέκα (10) με διαβαθμίσεις της ακέραιας ή μισής μονάδας. Προβιβάσιμοι βαθμοί είναι το 5 και οι μεγαλύτεροι του.

6. Δεν επιτρέπεται αναβαθμολόγηση εξέτασης προκειμένου ο/η φοιτητής/τρια να λάβει προβιβάσιμο βαθμό ή να βελτιώσει τη βαθμολογία του/της. Διόρθωση βαθμού μετά την ανακοίνωσή του από τη Γραμματεία, επιτρέπεται, εφόσον έχει εμφιλοχωρήσει δικαιολογημένη παραδρομή ή αθροιστικό σφάλμα (επισυνάπτεται γραπτό), ύστερα από έγγραφο του/της διδάσκοντος/ουσας και απόφαση της Συνέλευσης του Τμήματος.

7. Ο φοιτητής/τρια που απέτυχε σε ένα μάθημα δικαιούται να επανεξεταστεί σε αυτό δύο ακόμα φορές σε επόμενες εξεταστικές περιόδους του μαθήματος. Η επανεξέταση ενός μαθήματος δεν προϋποθέτει επανάληψη της φοίτησης σε αυτό. Ειδικότερες ρυθμίσεις και περιπτώσεις εξετάζονται από τη Συντονιστική Επιτροπή.

8. Κάθε μεταπτυχιακός/κή φοιτητής/τρια δύναται να αποτύχει σε έως (2) δύο μαθήματα ανά εξάμηνο. Η Συνέλευση του Τμήματος, μετά από πρόταση της Συντονιστικής Επιτροπής, μπορεί να αποφανθεί για την επανεξέταση ή διαγραφή φοιτητή/τριας που απέτυχε σε παραπάνω από δύο (2) μαθήματα ανά εξάμηνο. Αποτυχία του/ης φοιτητή/τριας σε τρία (3) μαθήματα σε ένα εξάμηνο συνεπάγεται διαγραφή του από το Π.Μ.Σ. μετά από απόφαση της Συνέλευσης του Τμήματος μετά από πρόταση της Συντονιστικής Επιτροπής.

9. Με τον εσωτερικό κανονισμό λειτουργίας του Α.Ε.Ι. ρυθμίζονται: α) οι εναλλακτικές μέθοδοι για την αξιολόγηση φοιτητών με αναπηρία και ειδικές εκπαιδευτικές ανάγκες β) τα μέτρα πρόνοιας για την αξιολόγηση φοιτητών που αποδεδειγμένα είναι ασθενείς ή αναρρώνουν από βαριά ασθένεια κατά τη διάρκεια της εξεταστικής περιόδου. Μέχρι την έκδοση του Εσωτερικού Κανονισμού Λειτουργίας θα ρυθμίζονται με απόφαση της Συγκλήτου.

10. Η Συνέλευση του Τμήματος, μετά από εισήγηση της ΣΕ, δύναται να αποφασίσει τη διαγραφή μεταπτυχιακών φοιτητών (πέρα από τις περιπτώσεις που προβλέπονται στις σχετικές νομοθετικές ρυθμίσεις) στις παρακάτω περιπτώσεις:

α) Η μη επαρκής πρόοδος του μεταπτυχιακού φοιτητή.

β) Η μη εκπλήρωση των οικονομικών υποχρεώσεων μέχρι τον ανώτατο επιτρεπόμενο χρόνο ολοκλήρωσης των σπουδών συμπεριλαμβανομένης και της ολοκλήρωσης της Διπλωματικής Εργασίας εφόσον προβλέπεται, που έχει οριστεί στον Κανονισμό Λειτουργίας του Π.Μ.Σ.

γ) Η πλημμελής εκπλήρωση λοιπών υποχρεώσεων που ορίζονται από τον οικείο Κανονισμό.

δ) Συμπεριφορά που προσβάλλει την ακαδημαϊκή δεοντολογία κατά την κείμενη νομοθεσία.

ε) Αίτηση του/της ίδιου/ας του μεταπτυχιακού/κής φοιτητή/τριας.

στ) Ανεπιτυχής εξέταση ή εκπρόθεσμη υποβολή της διπλωματικής εργασίας σε περίπτωση επανυποβολής.

11. Σε περίπτωση διαγραφής του/της μεταπτυχιακού/κής φοιτητή/τριας κατά τα ανωτέρω δεν είναι δυνατή η επιστροφή τυχόν καταβληθέντων τελών φοίτησης, εκτός και εάν συντρέχουν ειδικοί λόγοι και αποφασίσει αιτιολογημένα η Συνέλευση του Τμήματος μετά από πρόταση της Σ.Ε. του Π.Μ.Σ.

Άρθρο 10

Διπλωματική Εργασία (Δ.Ε.)

1. Η διπλωματική εργασία (ΔΕ) είναι υποχρεωτική και πραγματοποιείται μετά την ολοκλήρωση των μαθημάτων κατά το χειμερινό εξάμηνο του 2ου έτους σπουδών. Η προθεσμία υποβολής της διπλωματικής εργασίας και των τριών τμημάτων είναι η τελευταία εργάσιμη του Ιανουαρίου του 2ου έτους σπουδών. Οι προϋποθέσεις και η διαδικασία εκπόνησης της διπλωματικής εργασίας ορίζονται στον Οδηγό Εκπόνησης Διπλωματικής Εργασίας.

2. Δικαίωμα επίβλεψης διπλωματικών εργασιών έχουν οι διδάσκοντες/ουσες των περ. α) έως στ) της παρ. 1 του άρθρου 83 του ν. 4957/2022 υπό την προϋπόθεση ότι είναι κάτοχοι διδακτορικού διπλώματος. Με απόφαση της Συνέλευσης του Τμήματος δύναται να ανατίθεται η επίβλεψη διπλωματικών εργασιών και σε μέλη Δ.Ε.Π., Ε.Ε.Π. και Ε.Δι.Π. του Τμήματος, που δεν έχουν αναλάβει διδακτικό έργο στο Π.Μ.Σ (παρ. 3. του άρθρου 83 του ν. 4957/2022). Σε εξαιρετικές περιπτώσεις αντικειμενικής αδυναμίας άσκησης καθηκόντων επίβλεψης επί μακρό χρονικό διάστημα ή ύπαρξη άλλου σπουδαίου λόγου, η Συνέλευση του Τμήματος δύναται να προβεί, κατόπιν αιτιολόγησης της απόφασής της, στην αντικατάσταση του/της επιβλέποντα/ουσας ή Μέλους της Τριμελούς Εξεταστικής Επιτροπής.

3. Ειδικότερα θέματα που αφορούν στη συγγραφή της Δ.Ε., ορίζονται στον Οδηγό Εκπόνησης Διπλωματικής Εργασίας ο οποίος εκδίδεται με απόφαση της Συνέλευσης του Τμήματος και αναρτάται στην ιστοσελίδα του Π.Μ.Σ.

4. Η γλώσσα συγγραφής της διπλωματικής εργασίας είναι η ελληνική ή η αγγλική.

5. Για να αξιολογηθεί η διπλωματική εργασία, ο/η μεταπτυχιακός/κή φοιτητής/τρια οφείλει να την υποστηρίξει ενώπιον της Τριμελούς Εξεταστικής Επιτροπής. Η παρουσίαση και εξέταση της διπλωματικής εργασίας μπορεί να γίνει δια ζώσης ή εξ αποστάσεως με χρήση ψηφιακής πλατφόρμας.

6. Σε περίπτωση αποτυχίας στην εξέταση της διπλωματικής εργασίας ή μη εμπρόθεσμης υποβολής της, ο/η φοιτητής/τρια μπορεί να επανυποβάλει τη Δ.Ε. μέχρι τη λήξη του δεύτερου ακαδημαϊκού έτους σπουδών. Για την επανυποβολή της διπλωματικής εργασίας ο φοιτητής/η φοιτήτρια πρέπει να καταθέσει σχετικό αίτημα στη Γραμματεία του Π.Μ.Σ. με τη σύμφωνη γνώμη του επιβλέποντος/ουσας. Η έγκριση του αιτήματος επανυποβολής είτε λόγω αποτυχίας στην εξέταση της διπλωματικής εργασίας είτε λόγω μη εμπρόθεσμης υποβολής της δι-

νεται από τη Συνέλευση του Τμήματος. Στην περίπτωση επανυποβολής της διπλωματικής εργασίας, ο βαθμός της δεν μπορεί να υπερβεί το έξι (6).

Άρθρο 11
Απονομή και Βαθμός Διπλώματος
Μεταπτυχιακών Σπουδών

1. Ο/Η μεταπτυχιακός/κη φοιτητής/τρια ολοκληρώνει τις σπουδές του/της και λαμβάνει το Δίπλωμα Μεταπτυχιακών Σπουδών (Δ.Μ.Σ.), όταν εκπληρώσει όλες τις, υπό του Προγράμματος, προβλεπόμενες υποχρεώσεις, δηλαδή επιτυχής εξέταση στα μαθήματα του προγράμματος και της διπλωματικής εργασίας και εξόφληση των τελών φοίτησης. Αν δεν επιτευχθούν τα ανωτέρω στις προβλεπόμενες προθεσμίες, ο/η μεταπτυχιακός/κη φοιτητής/τρια δικαιούται μόνο απλού πιστοποιητικού επιτυχούς παρακολούθησης των μαθημάτων όπου έλαβε προαγωγικό βαθμό, και η φοίτηση του/της στο Πρόγραμμα λήγει.

2. Ο τελικός βαθμός του Διπλώματος Μεταπτυχιακών Σπουδών (Δ.Μ.Σ.) προκύπτει από τη διαίρεση του συνόλου του πολλαπλασιασμού του βαθμού κάθε μαθήματος και της ΔΕ με τα αντίστοιχα ECTS του μαθήματος/της ΔΕ, με τα συνολικά ECTS του προγράμματος σπουδών.

3. Ο βαθμός του Διπλώματος Μεταπτυχιακών Σπουδών (Δ.Μ.Σ) πιστοποιεί την επιτυχή περάτωση των σπουδών του/της μεταπτυχιακού/κης φοιτητή/τριας. Στα απονεμόμενα Δ.Μ.Σ. αναγράφεται χαρακτηρισμός Καλώς, Λίαν Καλώς, Άριστα που αντιστοιχεί σε:

- α) «Άριστα» από 8,51 έως 10
- β) «Λίαν Καλώς» από 6,51 έως 8,50
- γ) «Καλώς» από 5 έως 6,50

4. Μέχρι την απονομή του διπλώματος, δύναται να χορηγείται από τη Γραμματεία του Π.Μ.Σ., πιστοποιητικό ολοκλήρωσης των σπουδών στο οποίο αναφέρεται η ημερομηνία αποφοίτησης.

Άρθρο 12
Σύμβουλος Καθηγητής Μεταπτυχιακών
Φοιτητών

Για κάθε μεταπτυχιακό/κή φοιτητή/τρια ορίζεται από τη Συνέλευση του Τμήματος, ένα μέλος ΔΕΠ ως Σύμβουλος Καθηγητής, με στόχο την υποστήριξη του κατά τη διάρκεια των σπουδών του/της σύμφωνα με την απόφαση της Συγκλήτου του ΟΠΑ (6η συνεδρίαση/12-01-2023) και τον Κανονισμό Προγραμμάτων Μεταπτυχιακών και Διδακτορικών Σπουδών του Ιδρύματος (άρθρο 12, Β 3140/2023).

Άρθρο 13
Πηγές Χρηματοδότησης - Τέλη φοίτησης

1. Η χρηματοδότηση του Π.Μ.Σ. μπορεί να προέρχεται από: δωρεές, παροχές, κληροδοτήματα, χορηγίες, ερευνητικά προγράμματα, προγράμματα της Ε.Ε. ή άλλων διεθνών οργανισμών, τέλη φοίτησης και άλλες πηγές, όπως προβλέπεται από την κείμενη νομοθεσία.

2. Τα τέλη φοίτησης για την παρακολούθηση του Π.Μ.Σ. ορίζονται σε 6.250 € για τα τμήματα πλήρους φοίτησης και 6.900 € για το τμήμα μερικής φοίτησης και υπάρχει δυνατότητα τμηματικής καταβολής, η οποία ορίζεται από το αρμόδιο όργανο του Π.Μ.Σ.

Οι μεταπτυχιακοί φοιτητές οφείλουν να εξοφλούν εγκαίρως όλες τις οικονομικές τους υποχρεώσεις.

3. Σε περίπτωση μη τήρησης των οικονομικών υποχρεώσεων είναι δυνατή η προσωρινή αναστολή φοίτησης ή η διαγραφή του/της φοιτητή/τριας από το Πρόγραμμα, μετά από απόφαση της Συνέλευσης του Τμήματος.

4. Εγγεγραμμένοι φοιτητές/τριες του Π.Μ.Σ. δύναται να φοιτούν ατελώς σύμφωνα με την κείμενη νομοθεσία.

Άρθρο 14
Υποτροφίες - Βραβεία

Το Π.Μ.Σ. δύναται να χορηγεί βραβεία σε φοιτητές/τριες με εξαιρετικές επιδόσεις, σύμφωνα με κριτήρια και διαδικασία που καθορίζεται με απόφαση της Συνέλευσης του Τμήματος.

Άρθρο 15
Διδάσκοντες στο Π.Μ.Σ. - Ανάθεση διδασκαλίας

1. Κάθε μάθημα διδάσκεται από έναν ή περισσότερους διδάσκοντες. Η ανάθεση διδακτικού έργου στο Π.Μ.Σ. γίνεται σύμφωνα με τις κείμενες διατάξεις.

2. Στις υποχρεώσεις των διδασκόντων περιλαμβάνονται μεταξύ άλλων η παροχή πληροφοριών στους/στις φοιτητές/τριες σχετικά με την περιγραφή του μαθήματος, του συνοπτικού περιεχομένου και τίτλου των διαλέξεων με παράθεση σχετικής βιβλιογραφίας, τον τρόπο εξέτασης του μαθήματος, η επίβλεψη της διπλωματικής εργασίας, η επικοινωνία με τους μεταπτυχιακούς φοιτητές. Οι διδάσκοντες ενδείκνυται να χρησιμοποιούν την ψηφιακή πλατφόρμα του Πανεπιστημίου ή του ΠΜΣ ή του μαθήματος το οποίο διδάσκουν, στην οποία θα περιλαμβάνουν σημειώσεις, παρουσιάσεις, βοηθήματα κ.λπ.

Άρθρο 16
Ορκωμοσία

1. Φοιτητής/τρια που ολοκλήρωσε επιτυχώς τις μεταπτυχιακές σπουδές του/της, ορκίζεται σε τελετή ορκωμοσίας, ενώπιον του Πρύτανη ή του Αντιπρύτανη ως εκπροσώπου του Πρύτανη, του Κοσμήτορα της Σχολής, του Προέδρου του Τμήματος και του Διευθυντή του ΠΜΣ. Η ορκωμοσία δεν αποτελεί συστατικό τύπο της επιτυχούς περάτωσης των σπουδών, είναι όμως αναγκαία προϋπόθεση για τη χορήγηση του μεταπτυχιακού διπλώματος.

2. Για λόγους ανωτέρας βίας και με αίτησή του/της προς τη Γραμματεία του Π.Μ.Σ. ο/η απόφοιτος/τη μπορεί να ζητήσει τη χορήγηση του τίτλου σπουδών χωρίς να συμμετάσχει στην τελετή ορκωμοσίας ή να ζητήσει να συμμετάσχει στην τελετή ορκωμοσίας. Πριν από την ορκωμοσία ή την απαλλαγή τους από αυτή μπορεί να δίδεται στους αποφοίτους σχετικό πιστοποιητικό για την επιτυχή περάτωση των σπουδών τους.

3. Στους απόφοιτους που δεν επιθυμούν να δώσουν όρκο θρησκευτικού τύπου επιτρέπεται απλή επίκληση της τιμής και συνείδησής τους.

Άρθρο 17
Διοικητική - Οικονομική Υποστήριξη

1. Το Π.Μ.Σ. υποστηρίζεται από το Τμήμα Γραμματείας Μεταπτυχιακών και Διδακτορικών Σπουδών της Σχολής

Διοίκησης Επιχειρήσεων του Ο.Π.Α., κατά τα διαλαμβανόμενα στην υπ' αρ. 6094/27-09-2019 απόφαση της Συγκλήτου του Ο.Π.Α. (Β' 3803)

2. Στο Π.Μ.Σ. λειτουργεί επιπλέον ειδική γραμματεία, η οποία εξυπηρετεί τους/τις φοιτητές/τριες και τους/τις διδάσκοντες/ουσες του Προγράμματος και συνεπικουρεί το έργο της Σ.Ε. και του/της Διευθυντή/ντριας.

3. Η οικονομική διαχείριση και εκτέλεση του προϋπολογισμού του Π.Μ.Σ. εκτελείται από τον Ε.Λ.Κ.Ε./Ο.Π.Α., σύμφωνα με τις εκάστοτε ισχύουσες διατάξεις.

Άρθρο 18

Διάρκεια ισχύος

Το Π.Μ.Σ. «Μάρκετινγκ και Επικοινωνία» με την παρούσα μορφή θα λειτουργήσει ως το ακαδημαϊκό έτος 2028-2029 σύμφωνα με τις ισχύουσες διατάξεις.

Άρθρο 19

Μεταβατικές διατάξεις

1. Ο παρών Κανονισμός εφαρμόζεται σε φοιτητές/τριες που έχουν ήδη εγγραφεί κατά την έναρξη ισχύος του παρόντος, καθώς και σε φοιτητές/τριες που εγγράφονται και αρχίζουν τη φοίτηση τους το ακαδημαϊκό έτος 2023-2024.

2. Όσα θέματα δεν ρυθμίζονται στον παρόντα Κανονισμό, θα ρυθμίζονται με αποφάσεις των αρμοδίων οργάνων σύμφωνα με την ισχύουσα νομοθεσία.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΜΑΘΗΜΑΤΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ

ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
ΤΜΗΜΑΤΑ ΠΛΗΡΟΥΣ ΚΑΙ ΜΕΡΙΚΗΣ ΦΟΙΤΗΣΗΣ
ΕΛΑΧΙΣΤΕΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΩΡΕΣ: 21

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Περιγραφή του μαθήματος: Σκοπός του μαθήματος είναι η εξοικείωση των φοιτητών με τις βασικές έννοιες, αποφάσεις και εργαλεία του μάρκετινγκ, δίνοντάς τους μια σφαιρική γνώση σε όλο το εύρος των δραστηριοτήτων μάρκετινγκ. Στο μάθημα περιλαμβάνονται τα εξής θέματα: (α) περιεχόμενο, αντικείμενο, εξέλιξη, πεδίο εφαρμογών του μάρκετινγκ, ορισμοί, (β) στρατηγικό μάρκετινγκ, τμηματοποίηση και τοποθέτηση, (γ) έρευνα αγοράς και συμπεριφορά καταναλωτή, (δ) ανάπτυξη μίγματος μάρκετινγκ, δηλαδή των αποφάσεων που αφορούν το προϊόν καθώς και την τιμή του, την προβολή του και τη διάθεσή του, (ε) οργάνωση των πωλήσεων, και στ) ειδικά θέματα του μάρκετινγκ, όπως βιομηχανικό (B2B) μάρκετινγκ και Διεθνές και Εξαγωγικό Μάρκετινγκ.

ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

Περιγραφή του μαθήματος: Σκοπός του μαθήματος είναι να κατανοήσουν οι φοιτητές το αντικείμενο και τις μεθόδους του συγκεκριμένου επιστημονικού κλάδου και να γνωρίσουν τις κλασικές και σύγχρονες θεωρητικές και εμπειρικές προσεγγίσεις στη μελέτη της συμπεριφοράς του καταναλωτή και τη σημασία τους για τη χάραξη αποτελεσματικών στρατηγικών μάρκετινγκ. Στο μάθημα περιλαμβάνονται τα εξής θέματα: (α) εισαγωγή στη συμπεριφορά καταναλωτή, (β) εσωτερικές διαδι-

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

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

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

ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΕΡΕΥΝΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Περιγραφή του μαθήματος: Καθώς η πολυπλοκότητα των προβλημάτων που αντιμετωπίζουν τα στελέχη του μάρκετινγκ έχει αυξηθεί δραματικά τα τελευταία χρόνια, με αντίστοιχο τρόπο έχει αυξηθεί και η ανάγκη των στελεχών για πληροφορίες. Οι πληροφορίες αυτές αφορούν το γενικότερο επιχειρησιακό περιβάλλον, τον ανταγωνισμό και ειδικότερα τους καταναλωτές. Σαν στέλεχος του μάρκετινγκ είναι βέβαιο ότι συχνά θα έχετε άμεση επαφή με την έρευνα αγοράς κατά την διάρκεια της καριέρας σας. Το μάθημα αυτό αποσκοπεί στο να σας δώσει τα απαραίτητα εργαλεία που απαιτούνται ώστε να γίνετε ένας ευφυής χρήστης της έρευνας αγοράς. Ο στόχος του μαθήματος είναι να κατανοήσετε με σαφή τρόπο τη λογική της έρευνας μάρκετινγκ, τους διάφορους τύπους της έρευνας μάρκετινγκ, τη διαδικασία της έρευνας μάρ-

κετινγκ και το ρόλο που διαδραματίζει η έρευνα μάρκετινγκ στη λήψη αποφάσεων. Συνεπώς, μεγάλο μέρος του μαθήματος θα αφιερωθεί στη μεθοδολογία διεξαγωγής μιας ολοκληρωμένης έρευνας αγοράς.

ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ

Περιγραφή του Μαθήματος: Σκοπός του μαθήματος είναι η παρουσίαση των βασικών εννοιών για το προϊόν και η ανάλυση των προϊόντικών αποφάσεων που πρέπει να λαμβάνει μία επιχείρηση. Στο μάθημα περιλαμβάνονται τα εξής θέματα: οι βασικές έννοιες για το προϊόν, οι τύποι προϊόντικών αποφάσεων, η περιγραφή των μοντέλων αξιολόγησης του προϊόντικού χαρτοφυλακίου, καθώς και του χαρτοφυλακίου νέων προϊόντων και υπηρεσιών, οι παράγοντες της επιτυχημένης υιοθέτησης και διάχυσης νέων προϊόντων στην αγορά, η διαδικασία κατάργησης προϊόντων και υπηρεσιών, η παρουσίαση των οργανωτικών διευθετήσεων για την ανάπτυξη, διοίκηση και κατάργηση προϊόντων και υπηρεσιών.

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Περιγραφή του μαθήματος: Το μάθημα αυτό αποσκοπεί στο να δώσει την δυνατότητα στους σπουδαστές να σχεδιάζουν και να υλοποιούν επιχειρησιακές στρατηγικές μάρκετινγκ, σε ένα δυναμικό και ανταγωνιστικό περιβάλλον, ενεργώντας σαν πραγματικά διοικητικά στελέχη. Ως τέτοιο, το μάθημα δεν έχει σαν βασικό του αντικείμενο μια 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 γνώσεις που έχετε αποκομίσει κατά την διάρκεια των μέχρι τώρα μεταπτυχιακών σπουδών σας, για την επίλυση των στρατηγικών θεμάτων που καλούνται να αντιμετωπίσουν οι επιχειρήσεις.

Περιγραφή του μαθήματος: Στόχος του μαθήματος Αναλυτικής Μάρκετινγκ και Διαδικτύου είναι να παρέχει σε μεταπτυχιακούς φοιτητές τις γνώσεις και τις δεξιότητες που απαιτούνται για να σχεδιάσουν, να αναπτύξουν και να υλοποιήσουν στην πράξη εργαλεία ανάλυσης δεδομένων μάρκετινγκ, μεθόδους βελτιστοποίησης, εργαλεία προγνωστικής ανάλυσης και συσχέτισης, εξόρυξης γνώσης, παρουσίασης δεδομένων, και μοντέλα αποφάσεων με στόχο την έγκαιρη, έγκυρη και τεκμηριωμένη λήψη αποφάσεων σε όλο το φάσμα της διοίκησης των φυσικών και ηλεκτρονικών αγορών στις οποίες απευθύνεται και συνδέεται αντίστοιχα μία επιχείρηση.

ΨΗΦΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

Περιγραφή του Μαθήματος: Το διαδίκτυο και γενικότερα οι ψηφιακές τεχνολογίες αποτελούν πλέον καθοριστικούς παράγοντες διαμόρφωσης των σημερινών αγορών και δημιουργούν νέα δεδομένα, νέες δυνατότητες και νέα εργαλεία για το μάρκετινγκ. Σκοπός του μαθήματος είναι η παρουσίαση των νέων αυτών δυνατοτήτων, τόσο σε στρατηγικό όσο και σε τακτικό επίπεδο, και η σύνδεσή τους με τη συνολική στρατηγική μάρκετινγκ ενός οργανισμού ή εταιρίας.

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Περιγραφή: Στο τέλος του προγράμματος σπουδών οι φοιτητές/τριες καλούνται να εκπονήσουν διπλωματική εργασία. 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.

ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ
ΜΕ ΔΙΕΘΝΗ ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟ ΤΜΗΜΑ
ΠΛΗΡΟΥΣ ΦΟΙΤΗΣΗΣ
ΕΛΑΧΙΣΤΕΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΩΡΕΣ: 21

ΔΙΕΘΝΕΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Περιγραφή του μαθήματος: Το μάθημα επιχειρεί επισκόπηση των πρακτικών Μάρκετινγκ στο διεθνές περιβάλλον, αναλύοντας το πλαίσιο επί του οποίου η επιχείρηση θα βασιστεί τη διοίκηση της λειτουργίας του Μάρκετινγκ σε διεθνείς αγορές-στόχους. Ειδικότερα, το μάθημα εμβαθύνει στις ιδιαιτερότητες του διεθνούς περιβάλλοντος Μάρκετινγκ (πολιτικές, οικονομικές, πολιτισμικές, τεχνολογικές μεταβλητές), τις ευκαιρίες και τους κινδύνους που υφίστανται σε διεθνείς-αγορές και την εκπόνηση στρατηγικής Μάρκετινγκ στο διεθνές περιβάλλον αναφορικά με το προϊόν καθαυτό, την προβολή, την τιμή και τη διανομή του. Μέσω ισχυρού θεωρητικού υποβάθρου και ενδεδειγμένων πρακτικών εφαρμογών, το ακροατήριο του μαθήματος εμπλουτίζει τις γνώσεις του επί σημαντικών πτυχών διεθνούς Μάρκετινγκ της επιχείρησης και αποκτά κατάλληλες δεξιότητες λήψης αποφάσεων Μάρκετινγκ στο διεθνές περιβάλλον.

ΔΙΕΘΝΗΣ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

Περιγραφή του μαθήματος: 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 πολυποικίλων παραγόντων που επηρεάζουν τις αποφάσεις και τις συμπεριφορές αυτές. Στόχος του μαθήματος είναι να κατανοήσουν οι φοιτητές το αντικείμενο και τις μεθόδους αυτού του επιστημονικού πεδίου και να γνωρίσουν τις κλασικές και σύγχρονες θεωρητικές και εμπειρικές προσεγγίσεις στη μελέτη της συμπεριφοράς του καταναλωτή και τη σημασία τους για την χάραξη αποτελεσματικών διεθνών στρατηγικών μάρκετινγκ.

ΔΙΕΘΝΗΣ ΕΡΕΥΝΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Περιγραφή του μαθήματος: Αυτό το μάθημα έχει σχεδιαστεί για να τους εξοπλίσει με τις κατάλληλες δε-

ξιότητες, ώστε να γίνουν ευφυείς χρήστες της διεθνούς έρευνας μάρκετινγκ. Ο στόχος είναι να τους παρέχει μια καλή κατανόηση της λογικής της έρευνας μάρκετινγκ, καλύπτοντας τους διάφορους τύπους ερευνητικών σχεδίων και τα στάδια της διαδικασίας έρευνας μάρκετινγκ. Ιδιαίτερη έμφαση θα δοθεί στον ρόλο της έρευνας μάρκετινγκ στη διευκόλυνση της λήψης αποφάσεων, μέσω της χρήσης εφαρμοσμένων περιπτώσιολογικών μελετών σε πραγματικές επιχειρηματικές συνθήκες. Ο απώτερος σκοπός αυτού του μαθήματος είναι να δώσει στους σπουδαστές την ευκαιρία να αναπτύξουν τις δεξιότητές τους στη χρήση διαφόρων πακέτων λογισμικού που σχετίζονται με την πληροφορική (π.χ., SPSS) για την ανάλυση δεδομένων καταναλωτών και έρευνας αγοράς.

ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Περιγραφή του μαθήματος: 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 απόδοσης 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)

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

Περιγραφή του μαθήματος: Ο στόχος αυτού του μαθήματος είναι να βοηθήσει τους φοιτητές να αναπτύξουν τις δεξιότητες για το σχεδιασμό και την εφαρμογή στρατηγικής. 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.

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΚΑΙ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Περιγραφή του μαθήματος: 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.

ΨΗΦΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

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

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ

Περιγραφή του μαθήματος: Το μάθημα καλύπτει βασικές έννοιες επιχειρηματικότητας, Δημιουργικότητα και Καινοτομία, Καμβάς επιχειρηματικού μοντέλου. Στόχος του μαθήματος είναι να βοηθήσει τους φοιτητές να αντιληφθούν την επιχειρηματικότητα ως επαγγελματική επιλογή και με την ολοκλήρωση του μαθήματος να είναι σε θέση να κατανοούν βασικές έννοιες επιχειρηματικότητας, να αναπτύσσουν με επιτυχία βιώσιμες επιχειρηματικές ιδέες και επιχειρηματικά σχέδια.

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Περιγραφή: Στο τέλος του προγράμματος σπουδών οι φοιτητές/τριες καλούνται να εκπονήσουν διπλωματική εργασία. 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.

Β. Από τη δημοσίευση της παρούσας παύει να ισχύει η 5653/27.07.2018 (Β' 4005) απόφαση της 17ης/10-16.07.2018 συνεδρίασης της Συγκλήτου Ο.Π.Α. περί Κανονισμού Μεταπτυχιακών Σπουδών του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών (Π.Μ.Σ.) με τίτλο: «Μάρκετινγκ και Επικοινωνία» του Τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας της Σχολής Διοίκησης Επιχειρήσεων του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών, όπως έχει τροποποιηθεί και ισχύει.

Αθήνα, 18 Δεκεμβρίου 2023

Ο Πρύτανης

ΔΗΜΗΤΡΗΣ ΜΠΟΥΡΑΝΤΩΝΗΣ



ΕΘΝΙΚΟ ΤΥΠΟΓΡΑΦΕΙΟ

Το Εθνικό Τυπογραφείο αποτελεί δημόσια υπηρεσία υπαγόμενη στην Προεδρία της Κυβέρνησης και έχει την ευθύνη τόσο για τη σύνταξη, διαχείριση, εκτύπωση και κυκλοφορία των Φύλλων της Εφημερίδας της Κυβερνήσεως (ΦΕΚ), όσο και για την κάλυψη των εκτυπωτικών - εκδοτικών αναγκών του δημοσίου και του ευρύτερου δημόσιου τομέα (ν. 3469/2006/Α' 131 και π.δ. 29/2018/Α' 58).

1. ΦΥΛΛΟ ΤΗΣ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΕΩΣ (ΦΕΚ)

- Τα **ΦΕΚ σε ηλεκτρονική μορφή** διατίθενται δωρεάν στο **www.et.gr**, την επίσημη ιστοσελίδα του Εθνικού Τυπογραφείου. Όσα ΦΕΚ δεν έχουν ψηφιοποιηθεί και καταχωριστεί στην ανωτέρω ιστοσελίδα, ψηφιοποιούνται και αποστέλλονται επίσης δωρεάν με την υποβολή αίτησης, για την οποία αρκεί η συμπλήρωση των αναγκαίων στοιχείων σε ειδική φόρμα στον ιστότοπο **www.et.gr**.

- Τα **ΦΕΚ σε έντυπη μορφή** διατίθενται σε μεμονωμένα φύλλα είτε απευθείας από το Τμήμα Πωλήσεων και Συνδρομητών, είτε ταχυδρομικά με την αποστολή αιτήματος παραγγελίας μέσω των ΚΕΠ, είτε με ετήσια συνδρομή μέσω του Τμήματος Πωλήσεων και Συνδρομητών. Το κόστος ενός ασπρόμαυρου ΦΕΚ από 1 έως 16 σελίδες είναι 1,00 €, αλλά για κάθε επιπλέον οκτασέλιδο (ή μέρος αυτού) προσαυξάνεται κατά 0,20 €. Το κόστος ενός έγχρωμου ΦΕΚ από 1 έως 16 σελίδες είναι 1,50 €, αλλά για κάθε επιπλέον οκτασέλιδο (ή μέρος αυτού) προσαυξάνεται κατά 0,30 €. Το τεύχος Α.Σ.Ε.Π. διατίθεται δωρεάν.

• Τρόποι αποστολής κειμένων προς δημοσίευση:

Α. Τα κείμενα προς δημοσίευση στο ΦΕΚ, από τις υπηρεσίες και τους φορείς του δημοσίου, αποστέλλονται ηλεκτρονικά στη διεύθυνση **webmaster.et@et.gr** με χρήση προηγμένης ψηφιακής υπογραφής και χρονοσήμανσης.

Β. Κατ' εξαίρεση, όσοι πολίτες δεν διαθέτουν προηγμένη ψηφιακή υπογραφή μπορούν είτε να αποστέλλουν ταχυδρομικά, είτε να καταθέτουν με εκπρόσωπό τους κείμενα προς δημοσίευση εκτυπωμένα σε χαρτί στο Τμήμα Παραλαβής και Καταχώρισης Δημοσιευμάτων.

- Πληροφορίες, σχετικά με την αποστολή/κατάθεση εγγράφων προς δημοσίευση, την ημερήσια κυκλοφορία των Φ.Ε.Κ., με την πώληση των τευχών και με τους ισχύοντες τιμοκαταλόγους για όλες τις υπηρεσίες μας, περιλαμβάνονται στον ιστότοπο (**www.et.gr**). Επίσης μέσω του ιστότοπου δίδονται πληροφορίες σχετικά με την πορεία δημοσίευσης των εγγράφων, με βάση τον Κωδικό Αριθμό Δημοσιεύματος (ΚΑΔ). Πρόκειται για τον αριθμό που εκδίδει το Εθνικό Τυπογραφείο για όλα τα κείμενα που πληρούν τις προϋποθέσεις δημοσίευσης.

2. ΕΚΤΥΠΩΤΙΚΕΣ - ΕΚΔΟΤΙΚΕΣ ΑΝΑΓΚΕΣ ΤΟΥ ΔΗΜΟΣΙΟΥ

Το Εθνικό Τυπογραφείο ανταποκρινόμενο σε αιτήματα υπηρεσιών και φορέων του δημοσίου αναλαμβάνει να σχεδιάσει και να εκτυπώσει έντυπα, φυλλάδια, βιβλία, αφίσες, μπλοκ, μηχανογραφικά έντυπα, φακέλους για κάθε χρήση, κ.ά.

Επίσης σχεδιάζει ψηφιακές εκδόσεις, λογότυπα και παράγει οπτικοακουστικό υλικό.

Ταχυδρομική Διεύθυνση: Καποδιστρίου 34, τ.κ. 10432, Αθήνα

ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ: 210 5279000 - fax: 210 5279054

ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΚΟΙΝΟΥ

Πωλήσεις - Συνδρομές: (Ισόγειο, τηλ. 210 5279178 - 180)

Πληροφορίες: (Ισόγειο, Γρ. 3 και τηλεφ. κέντρο 210 5279000)

Παραλαβή Δημ. Ύλης: (Ισόγειο, τηλ. 210 5279167, 210 5279139)

Ωράριο για το κοινό: Δευτέρα ως Παρασκευή: 8:00 - 13:30

Ιστότοπος: **www.et.gr**

Πληροφορίες σχετικά με την λειτουργία του ιστότοπου: **helpdesk.et@et.gr**

Αποστολή ψηφιακά υπογεγραμμένων εγγράφων προς δημοσίευση στο ΦΕΚ: **webmaster.et@et.gr**

Πληροφορίες για γενικό πρωτόκολλο και αλληλογραφία: **grammateia@et.gr**

Πείτε μας τη γνώμη σας,

για να βελτιώσουμε τις υπηρεσίες μας, συμπληρώνοντας την ειδική φόρμα στον ιστότοπό μας.

