



ΔΙΕΘΝΕΣ  
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ

ΣΧΟΛΗ Οικονομίας και Διοίκησης  
ΤΜΗΜΑ Διοίκησης Οργανισμών,  
Μαρκετινγκ και Τουρισμού



# ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ

ΤΜΗΜΑΤΟΣ

Διοίκησης Οργανισμών, Μάρκετινγκ και Τουρισμού

«Θεσσαλονίκη», 2023

**ΟΜΑΔΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΚΑΙ ΣΥΝΤΑΞΗΣ**

Δρ. Αντώνιος Γιαννόπουλος

Δρ. Ιωάννα Σιμέλη

ΔΙ.ΠΑ.Ε., 2023

## Περιεχόμενα

ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....	7
1. ΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ .....	8
1.1 Γενικές Πληροφορίες .....	8
1.2 Δομή και Ακαδημαϊκή Οργάνωση .....	8
1.3 Η Αλεξάνδρεια Πανεπιστημιούπολη της Σίνδου .....	10
2. Η ΠΟΛΗ ΤΗΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ.....	12
2.1 Γεωγραφικά και Δημογραφικά Στοιχεία .....	12
2.2 Ιστορικά Στοιχεία .....	12
2.3 Χρήσιμες πληροφορίες μετακινήσεων .....	14
3. ΤΟ ΤΜΗΜΑ Διοίκησης Οργανισμών, Μάρκετινγκ και Τουρισμού.....	15
4. ΤΟ ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ.....	17
4.1 Σκοπός του Π.Π.Σ. του Τμήματος.....	17
4.2 Απονεμόμενος τίτλος και επίπεδο προσόντων.....	17
4.3 Επαγγελματικές Προοπτικές για τους Απόφοιτους.....	17
5. ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ .....	19
5.1 Διάρκεια Σπουδών.....	19
5.2 Εγγραφή .....	19
5.3 Ακαδημαϊκό ημερολόγιο και ωρολόγιο πρόγραμμα μαθημάτων .....	20
5.4 Ειδικές ρυθμίσεις για αναγνώριση της πρότερης μάθησης.....	20
5.5 Δήλωση μαθημάτων - Ανανέωση εγγραφής.....	20
5.5.1 Δήλωση Προτίμησης για την Τοποθέτηση σε Εργαστηριακά Τμήματα .....	21
5.6 Ακαδημαϊκή Ταυτότητα - Φοιτητικό Πάσο .....	21
5.7 Διδακτικά Βοηθήματα.....	21
5.8 Μαθήματα Σπουδών.....	22
5.9 Εξετάσεις.....	24
5.10 Πτυχιακή / Διπλωματική Εργασία .....	25
5.11 Πρακτική άσκηση .....	26
5.12 Βαθμός Πτυχίου - Ανακήρυξη Πτυχιούχου .....	26
5.13 Πιστοποιητικό Αποφοίτησης - Αναλυτική Βαθμολογία – Παράρτημα Διπλώματος ...	26
5.14 Πιστοποίηση Ψηφιακών Δεξιοτήτων .....	27
6. ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ .....	28
6.1 Το προσωπικό του Τμήματος.....	28
6.2 Αρμοδιότητες και Λειτουργία Γραμματείας .....	30
6.3 Ο Θεσμός του Ακαδημαϊκού Συμβούλου .....	31
6.4 Αξιολόγηση Εκπαιδευτικού Έργου.....	31
7. ΥΠΟΔΟΜΕΣ ΤΜΗΜΑΤΟΣ .....	33
7.1 Εργαστηριακοί Χώροι και Εξοπλισμός.....	33
7.2 Αίθουσες Διδασκαλίας .....	33
7.3 Ηλεκτρονική Μάθηση.....	33

7.4	Θεσμοθετημένα και Ερευνητικά Εργαστήρια.....	34
8.	ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ.....	35
8.1	Πίνακας Ι. Συνοπτική παρουσίαση Προπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών .....	36
8.2	Πίνακας ΙΙ. Μαθήματα Υποχρεωτικά Κορμού .....	37
8.3	Πίνακας ΙΙΙ. Μαθήματα Επιλογής Κορμού.....	38
8.4	Πίνακας ΙV. Προαιρετικά Μαθήματα για όλες τις κατευθύνσεις.....	40
8.5	Προπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών ανά Εξάμηνο .....	41
9.	ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΟ ΤΜΗΜΑ .....	53
9.1	Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στη Διοίκηση των Επιχειρήσεων – MBA.....	53
9.1.1	Ιστορία.....	53
9.1.2	Αντικείμενο – Σκοπός Μεταπτυχιακού Προγράμματος .....	54
9.1.3	Μεταπτυχιακός τίτλος που απονέμεται.....	54
9.1.4	Κατηγορίες Πτυχιούχων που γίνονται δεκτοί .....	54
9.1.5	Χρονική διάρκεια σπουδών.....	55
9.1.6	Πρόγραμμα Μαθημάτων ανά εξάμηνο .....	55
9.1.7	Αριθμός εισακτέων.....	56
9.1.8	Προσωπικό .....	56
9.2	Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στη Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων & Οργανισμών.....	57
9.2.1	Ιστορία.....	57
9.2.2	Αντικείμενο – Σκοπός Μεταπτυχιακού Προγράμματος .....	58
9.2.3	Μεταπτυχιακός τίτλος που απονέμεται.....	58
9.2.4	Κατηγορίες Πτυχιούχων που γίνονται δεκτοί .....	59
9.2.5	Χρονική διάρκεια σπουδών.....	59
9.2.6	Πρόγραμμα Μαθημάτων ανά εξάμηνο .....	59
9.2.7	Αριθμός εισακτέων.....	60
9.2.8	Προσωπικό .....	61
9.3	Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στη Διοίκηση και Οργάνωση Εκπαιδευτικών Μονάδων .....	61
9.3.1	Ιστορία.....	62
9.3.2	Αντικείμενο – Σκοπός Μεταπτυχιακού Προγράμματος .....	62
9.3.3	Μεταπτυχιακός τίτλος που απονέμεται.....	63
9.3.4	Κατηγορίες Πτυχιούχων που γίνονται δεκτοί .....	64
9.3.5	Χρονική διάρκεια σπουδών.....	64
9.3.6	Πρόγραμμα Μαθημάτων ανά εξάμηνο .....	65
9.3.7	Αριθμός εισακτέων.....	67
9.3.8	Προσωπικό .....	67
9.4	Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στη Διοίκηση Μονάδων Υγείας & Πρόνοιας .....	68
9.4.1	Ιστορία.....	69
9.4.2	Αντικείμενο – Σκοπός Μεταπτυχιακού Προγράμματος .....	69
9.4.3	Μεταπτυχιακός τίτλος που απονέμεται.....	72
9.4.4	Κατηγορίες Πτυχιούχων που γίνονται δεκτοί .....	72
9.4.5	Χρονική διάρκεια σπουδών.....	73
9.4.6	Πρόγραμμα Μαθημάτων ανά εξάμηνο .....	73
9.4.7	Αριθμός εισακτέων.....	75
9.4.8	Προσωπικό .....	76

10. ΔΙΔΑΚΤΟΡΙΚΕΣ ΣΠΟΥΔΕΣ ΣΤΟ ΤΜΗΜΑ.....	78
11. ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΚΑΙ ΦΟΙΤΗΤΙΚΗ ΜΕΡΙΜΝΑ .....	80
11.1 Γραφείο Ευρωπαϊκών Προγραμμάτων (Erasmus) .....	80
11.2 Βιβλιοθήκη .....	80
11.3 Φοιτητική Λέσχη.....	80
11.4 Φοιτητική Εστία .....	81
11.5 Ιατροφαρμακευτική Περίθαλψη.....	81
11.6 Γυμναστήριο.....	82
11.7 Συνήγορος του Φοιτητή .....	82
11.8 Κέντρο Λειτουργίας Δικτύου – Ηλεκτρονικές Υπηρεσίες .....	83
11.9 Γραφείο Διασύνδεσης ΔΙΠΑΕ .....	83
11.10 Πρόγραμμα ΟΜΠΡΕΛΛΑ .....	83
12. ΔΙΕΘΝΗΣ ΔΙΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥ Π.Π.Σ. ΚΑΙ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ .....	84
13. ΠΑΡΑΠΟΜΠΗ ΣΤΟΥΣ ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΥΣ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΤΟΥ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ .....	85
14. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΑΝΑΛΥΤΙΚΟ ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ .....	86
14.1 Μαθήματα 1ου Εξαμήνου .....	87
14.2 Μαθήματα 2ου Εξαμήνου .....	100
14.3 Μαθήματα 3ου Εξαμήνου .....	113
14.4 Μαθήματα 4ου Εξαμήνου .....	127
14.5 Μαθήματα 5ου Εξαμήνου .....	139
14.6 Μαθήματα 6 <sup>ο</sup> Εξαμήνου .....	185
14.7 Μαθήματα 7 <sup>ο</sup> Εξαμήνου .....	229
14.8 Μαθήματα 8 <sup>ο</sup> Εξαμήνου .....	269



## ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Αγαπητοί φοιτητές / Αγαπητές φοιτήτριες,

**Σας καλωσορίζουμε στον Οδηγό Σπουδών** του Τμήματος Διοίκησης Οργανισμών, Μάρκετινγκ & Τουρισμού, όπου αποτυπώνονται όλες οι απαραίτητες πληροφορίες για το Τμήμα συνολικά και τα αντίστοιχα Προγράμματα Σπουδών σε Προπτυχιακό και Μεταπτυχιακό επίπεδο, τις Διδακτορικές Σπουδές, τον τρόπο οργάνωσης των σπουδών, το προσωπικό, τις υποδομές, τη διασύνδεση του Τμήματος με φορείς της αγοράς, δράσεις διεθνοποίησης, αναφορές στη δυναμική συμμετοχή στο πρόγραμμα Erasmus και συνεργασίες με πανεπιστήμια της Ελλάδας και του εξωτερικού καθώς και άλλες χρήσιμες υπηρεσίες για τη δυναμική ακαδημαϊκή και φοιτητική κοινότητα του Τμήματος.

Η **ιστορία** του Τμήματος ξεκινάει αρκετά έτη νωρίτερα και η **πορεία** που διανύει έχει ανταμείψει τις προσπάθειες όλων των ατόμων, ομάδων και φορέων που έχουν συνεργαστεί μαζί μας. Πράγματι, οι **διακρίσεις** πολλαπλασιάζονται και ενισχύουν το αποτύπωμά του στην τοπική, περιφερειακή, εθνική και διεθνή κοινότητα.

Η **εδραίωση** του Τμήματος ως το **μοναδικό στη χώρα** που θεραπεύει τα **τρία γνωστικά πεδία της Διοίκησης Οργανισμών, του Μάρκετινγκ & της Διοίκησης Τουρισμού και Φιλοξενίας** ενισχύεται μέσα από την πρωτοπορία στην έρευνα και την εκπαίδευση. Ακολουθώντας τις τελευταίες τάσεις σε τομείς αιχμής ανά τον κόσμο, η τελευταία επικαιροποίηση του προπτυχιακού προγράμματος σπουδών φιλοδοξεί να αναδείξει το Τμήμα στη θέση που αξίζει σε όλους εσάς, που επιθυμείτε να αποκτήσετε ένα ισχυρό υπόβαθρο στον χώρο της διοίκησης επιχειρήσεων, του μάρκετινγκ και του τουρισμού.

Στις σελίδες που ακολουθούν **θα γνωρίσετε και θα αναγνωρίσετε πτυχές της φοιτητικής σας ζωής**, οι οποίες ευελπιστούμε ότι θα διευκολύνουν την **ακαδημαϊκή σας εξέλιξη** και **επαγγελματική καταξίωση**, κατακτώντας με επιτυχία όλα τα ορόσημα που έχουμε θέσει με στόχο τη συνεχή αναβάθμιση της εμπειρίας σπουδών και τη δημιουργία προστιθέμενης αξίας με **επίκεντρο τη φοιτητική μας κοινότητα**.

*Θερμές ευχές για μια επιτυχημένη ολοκλήρωση των σπουδών σας και μια ακόμα πιο λαμπρή πορεία στη διοίκηση, το μάρκετινγκ και τον τουρισμό!*

**Ο Πρόεδρος του Τμήματος**

## 1. ΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ

### 1.1 Γενικές Πληροφορίες

Το Διεθνές Πανεπιστήμιο της Ελλάδος (Δι.ΠΑ.Ε.), με έδρα τη Θεσσαλονίκη, ιδρύθηκε με το άρθρο 1 του ν. 3391/2005 (Α' 240) οργανώνεται και λειτουργεί ως Ανώτατο Εκπαιδευτικό Ίδρυμα (Α.Ε.Ι.) πανεπιστημιακού τομέα σύμφωνα με την παράγραφο 1 και την περίπτωση α' της παρ. 2 του άρθρου 1 του ν. 4485/2017 (Α' 114).

Με τον Νόμο 4610/2019 (ΦΕΚ 70/Α'/7-5-2019) ιδρύθηκαν σε αυτό επτά (7) Σχολές με τα αντίστοιχα σε κάθε μία από αυτές Τμήματα.

Επίσης στο Δι.ΠΑ.Ε. λειτουργεί Πανεπιστημιακό Κέντρο Διεθνών Προγραμμάτων Σπουδών, με έδρα τη Θεσσαλονίκη, ως ακαδημαϊκή μονάδα του ιδρύματος.

Στο Πανεπιστημιακό Κέντρο Διεθνών Προγραμμάτων Σπουδών ιδρύονται τα εξής Τμήματα:

α) Ανθρωπιστικών, Κοινωνικών και Οικονομικών Επιστημών, το οποίο εντάσσεται στη Σχολή Ανθρωπιστικών, Κοινωνικών και Οικονομικών Επιστημών.

β) Επιστήμης και Τεχνολογίας, το οποίο εντάσσεται στη Σχολή Επιστήμης και Τεχνολογίας.

Τα παραπάνω Τμήματα έχουν έδρα σε διαφορετικές πόλεις της Βορείου Ελλάδος.

Τα περισσότερα βρίσκονται κυρίως συγκεντρωμένα σε τέσσερις πανεπιστημιούπολεις: της Θέρμης (όπου βρίσκεται και η έδρα του Πανεπιστημίου), της Σίνδου (Αλεξάνδρεια Πανεπιστημιούπολη Σίνδου), των Σερρών και της Καβάλας.

### 1.2 Δομή και Ακαδημαϊκή Οργάνωση

Σύμφωνα με την κείμενη νομοθεσία κάθε Πανεπιστήμιο υποδιαιρείται σε Σχολές, που καλύπτουν ένα σύνολο συγγενών επιστημονικών κλάδων, ώστε να εξασφαλίζεται ο απαραίτητος συντονισμός για τη διασφάλιση της ποιότητας της παρεχόμενης εκπαίδευσης. Μία Σχολή υποδιαιρείται σε επιμέρους Τμήματα που αποτελούν και τις βασικές ακαδημαϊκές μονάδες. Οι εν λόγω μονάδες, καλύπτουν το γνωστικό αντικείμενο ενός συγκεκριμένου επιστημονικού πεδίου και χορηγούν το αντίστοιχο πτυχίο/δίπλωμα. Οι Σχολές προπτυχιακών σπουδών του Διεθνούς Πανεπιστημίου της Ελλάδος - με τα Τμήματά τους - έχουν ως εξής:

Σχολή	Τμήματα
<b>Σχολή Οικονομίας και Διοίκησης, με έδρα τη Θεσσαλονίκη</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Διοίκησης Εφοδιαστικής Αλυσίδας, (Κατερίνη)</li><li>• Διοίκησης Οργανισμών, Μάρκετινγκ και Τουρισμού (Θεσσαλονίκη)</li><li>• Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας (Καβάλα)</li><li>• Λογιστικής και Πληροφοριακών Συστημάτων (Θεσσαλονίκη)</li><li>• Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής, (Καβάλα)</li><li>• Οικονομικών Επιστημών (Σέρρες)</li><li>• Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων (Σέρρες)</li></ul>
<b>Σχολή Κοινωνικών Επιστημών, με έδρα τη Θεσσαλονίκη</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Αγωγής και Φροντίδας στην Πρώιμη Παιδική Ηλικία (Θεσσαλονίκη)</li></ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Βιβλιοθηκονομίας, Αρχειονομίας και Συστημάτων Πληροφόρησης (Θεσσαλονίκη)</li> </ul>
<b>Σχολή Επιστημών Υγείας, με έδρα τη Θεσσαλονίκη</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Βιοϊατρικών Επιστημών (Θεσσαλονίκη)</li> <li>• Επιστημών Διατροφής και Διαιτολογίας (Θεσσαλονίκη)</li> <li>• Μαιευτικής (Θεσσαλονίκη)</li> <li>• Νοσηλευτικής (Θεσσαλονίκη) και Παράρτημα του Τμήματος (Διδυμότειχο)</li> <li>• Φυσικοθεραπείας (Θεσσαλονίκη)</li> </ul>
<b>Σχολή Μηχανικών, με έδρα τις Σέρρες</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Μηχανικών Παραγωγής και Διοίκησης (Θεσσαλονίκη)</li> <li>• Μηχανικών Περιβάλλοντος (Θεσσαλονίκη)</li> <li>• Μηχανικών Πληροφορικής και Ηλεκτρονικών Συστημάτων (Θεσσαλονίκη)</li> <li>• Μηχανικών Πληροφορικής, Υπολογιστών και Τηλεπικοινωνιών (Σέρρες)</li> <li>• Μηχανικών Τοπογραφίας και Γεωπληροφορικής (Σέρρες)</li> <li>• Μηχανολόγων Μηχανικών (Σέρρες)</li> <li>• Πολιτικών Μηχανικών (Σέρρες)</li> </ul>
<b>Σχολή Επιστημών Σχεδιασμού, με έδρα τις Σέρρες</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Δημιουργικού Σχεδιασμού και Ένδυσης (Κιλκίς)</li> <li>• Εσωτερικής Αρχιτεκτονικής (Σέρρες)</li> </ul>
<b>Σχολή Θετικών Επιστημών, με έδρα την Καβάλα</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Πληροφορικής (Καβάλα)</li> <li>• Φυσικής (Καβάλα)</li> <li>• Χημείας (Καβάλα)</li> </ul>
<b>Σχολή Γεωτεχνικών Επιστημών, με έδρα τη Δράμα</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Αγροτικής Βιοτεχνολογίας και Οινολογίας (Δράμα)</li> <li>• Γεωπονίας (Θεσσαλονίκη)</li> <li>• Δασολογίας και Φυσικού Περιβάλλοντος (Δράμα)</li> <li>• Επιστήμης και Τεχνολογίας Τροφίμων (Θεσσαλονίκη)</li> </ul>
<b>Σχολή Ανθρωπιστικών, Κοινωνικών και Οικονομικών Επιστημών, με έδρα τη Θεσσαλονίκη</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ανθρωπιστικών, Κοινωνικών και Οικονομικών Επιστημών (Θεσσαλονίκη)</li> </ul>
<b>Σχολή Επιστήμης και Τεχνολογίας με έδρα τη Θεσσαλονίκη</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Επιστήμης και Τεχνολογίας (Θεσσαλονίκη)</li> </ul>

Η διοίκηση της εκάστοτε Σχολής ασκείται από την Κοσμητεία και τον Κοσμήτορά της.

Η Κοσμητεία της Σχολής απαρτίζεται :

- ✓ από τον Κοσμήτορα της Σχολής,
- ✓ τους Προέδρους των Τμημάτων, και
- ✓ από εκπροσώπους των μελών Ε.ΤΕ.Π., Ε.ΔΙ.Π. και των φοιτητών.

Η διοίκηση του Τμήματος ασκείται από:

- τη Συνέλευση του Τμήματος,
- το Διοικητικό Συμβούλιο, και
- τον Πρόεδρο του Τμήματος.

Η Συνέλευση του Τμήματος απαρτίζεται από τα μέλη του Εκπαιδευτικού Προσωπικού του Τμήματος και εκπροσώπους του τεχνικού προσωπικού, των προπτυχιακών και μεταπτυχιακών φοιτητών.

Όργανα των (θεσμοθετημένων) κατευθύνσεων (Τομέων) των Τμημάτων (όπου υπάρχουν αυτές) είναι η Συνέλευση και ο Διευθυντής του Τομέα. Η Συνέλευση Τομέα απαρτίζεται από τα μέλη του Εκπαιδευτικού Προσωπικού της εκάστοτε κατεύθυνσης και εκπροσώπους των φοιτητών.

### 1.3 Η Αλεξάνδρεια Πανεπιστημιούπολη της Σίνδου

Το Τμήμα Διοίκησης Οργανισμών, Μάρκετινγκ και Τουρισμού βρίσκεται στις εγκαταστάσεις του Διεθνούς Πανεπιστημίου Ελλάδος στη Σίνδο της Θεσσαλονίκης, με εύκολη οδική πρόσβαση και απευθείας λεωφορειακή γραμμή του ΟΑΣΘ. Οι χώροι διδασκαλίας είναι ικανοποιητικότεροι και οι διαθέσιμες αίθουσες όπου πραγματοποιούνται οι διαλέξεις και εξετάσεις των μαθημάτων είναι πλήρως εξοπλισμένες με εποπτικά μέσα και έχουν χωρητικότητα 50-90 ατόμων (διατίθενται συνολικά 8 αίθουσες διδασκαλίας) ενώ επιπρόσθετα διατίθενται στο Τμήμα από το ίδρυμα δύο αμφιθέατρα χωρητικότητας 150 ατόμων το καθένα, και ένα αμφιθέατρο χωρητικότητας 500 ατόμων. Ο ηλεκτρονικός εξοπλισμός του Τμήματος είναι πολύ καλός και σύγχρονος. Το Τμήμα διαθέτει 6 σύγχρονα εργαστήρια ηλεκτρονικών υπολογιστών (25 θέσεων εργασίας Η/Υ το καθένα) τα οποία υπερκαλύπτουν τις ανάγκες των φοιτητών του, καθώς και ασύρματη πρόσβαση στο Διαδίκτυο στους χώρους διδασκαλίας (WiFi). Επιπλέον, το Τμήμα διαθέτει αναγνωστήριο για τους φοιτητές του. Η επάρκεια και η ποιότητα υποδομών ΑΜΕΑ είναι επαρκής στα κτήρια του Τμήματος αφού αφενός τα περισσότερα είναι ισόγεια και αφετέρου υπάρχουν κατάλληλες ράμπες, όπως επίσης μηχανισμός ανέλκυσης ώστε να υπάρχει πρόσβαση στον 1ο όροφο του κτιρίου (αίθουσες διδασκαλίας και βιβλιοθήκη).

Το Διεθνές Πανεπιστήμιο της Ελλάδος (ΔΙ.ΠΑ.Ε.),

Με τον Νόμο 4610/2019 (ΦΕΚ 70/Α'/7-5-2019) ιδρύθηκαν σε αυτό επτά (7) Σχολές με τα αντίστοιχα σε κάθε μία από αυτές Τμήματα.

Το Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Θεσσαλονίκης ξεκινά την ιστορική του πορεία με το Νομοθετικό Διάταγμα 652/1970 (ΦΕΚ 180/τ.Α'/ 29-08-1970) με το οποίο ιδρύονται τα Κέντρα Ανώτερης Τεχνολογικής Εκπαίδευσης (Κ.Α.Τ.Ε.).

Με το Νόμο 1404/1983 (ΦΕΚ173/τ.Α'/24-11-1983) ιδρύονται τα Τεχνολογικά Εκπαιδευτικά Ιδρύματα (ΤΕΙ), τα οποία ανήκουν στην Τριτοβάθμια Εκπαίδευση και είναι Νομικά Πρόσωπα Δημοσίου Δικαίου (ΝΠΔΔ).

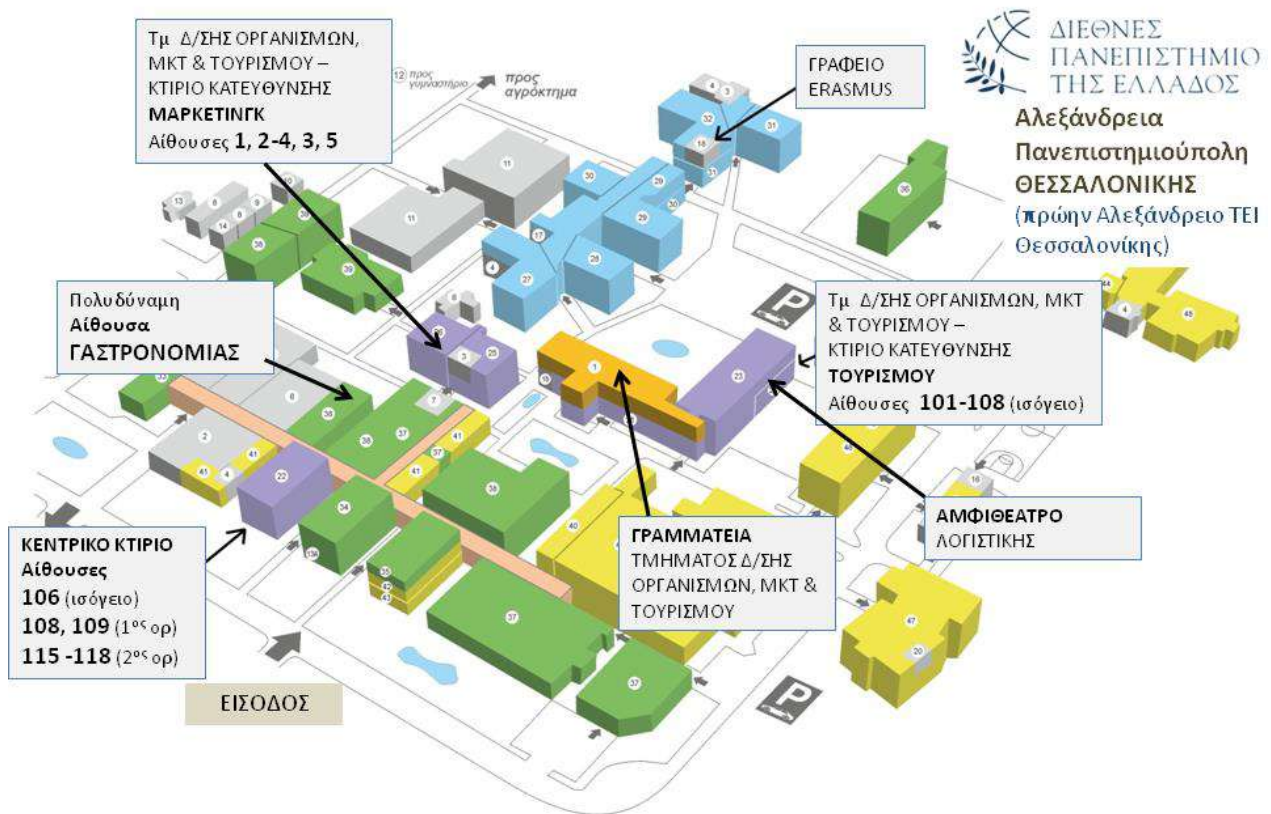
Το 2001 ο Νόμος 2916/2001 (ΦΕΚ 114/τ.Α'/11-06-2001) για την διάρθρωση της Ανώτατης Εκπαίδευσης, ορίζει τα ΤΕΙ ως πλήρως αυτοδιοικούμενα σύμφωνα με την παράγρ.5, του άρθρου 16 του Συντάγματος και τα τοποθετεί παράλληλα με τα Πανεπιστήμια στην Ανώτατη Εκπαίδευση της Ελλάδας.

Το 2005 με το Προεδρικό Διάταγμα 106/2005 (ΦΕΚ142/τ.Α'/23-06-2005) το ΤΕΙ Θεσσαλονίκης μετονομάζεται σε Αλεξάνδρειο ΤΕΙ Θεσσαλονίκης.

Το Διεθνές Πανεπιστήμιο της Ελλάδος βρίσκεται στο 15ο χιλιόμετρο της εθνικής οδού Θεσσαλονίκης – Αθήνας και στεγάζεται σε ιδιόκτητες εγκαταστάσεις καλύπτοντας μια έκταση 1600 στρεμμάτων, με συνολική επιφάνεια κτιρίων 35000 τ.μ.. Ξεχωριστή θέση καταλαμβάνει ένα αγρόκτημα 900 στρεμμάτων ανάμεσα στα οποία και ένα κλειστό γυμναστήριο.

Σήμερα, στο Διεθνές Πανεπιστήμιο της Ελλάδος φοιτούν περίπου 20.000 φοιτητές, οι οποίοι κατανέμονται σε τέσσερις (4) Σχολές και δεκαοκτώ (18) Τμήματα.

Οι εγκαταστάσεις του Διεθνούς Πανεπιστημίου της Ελλάδος – Αλεξάνδρεια Πανεπιστημιούπολη - βρίσκονται δυτικά της Θεσσαλονίκης στην περιοχή της Σίνδου του Δήμου Δέλτα, όπου βρίσκεται και η βιομηχανική ζώνη της πόλης. Οι ιδιόκτητες εγκαταστάσεις του Ιδρύματος βρίσκονται 17 χιλιόμετρα από το κέντρο τη Θεσσαλονίκης, στην έξοδο της εθνικής οδού Θεσσαλονίκης – Αθηνών προς τη Σίνδο. Απλώνονται σε μια έκταση 1.600 στρεμμάτων, το μεγαλύτερο μέρος της οποίας, περί τα 1000 στρέμματα, καταλαμβάνει το αγρόκτημα, με θερμοκήπια, καλλιέργειες, στάβλους, πτηνοτροφείο, εγκαταστάσεις προσωπικού, χώρους εκπαίδευσης και γραφεία υπηρεσίας αγροκτήματος. Η συνολική επιφάνεια των κτιρίων φθάνει τα 35.000 τμ, όπου φιλοξενούνται τα τμήματα σπουδών.



## 2. Η ΠΟΛΗ ΤΗΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

### 2.1 Γεωγραφικά και Δημογραφικά Στοιχεία

Η πόλη της Θεσσαλονίκης είναι η μεγαλύτερη σε έκταση και πληθυσμό πόλη της Μακεδονίας και δεύτερη μεγαλύτερη πόλη στην Ελλάδα. Αποτελεί την πρωτεύουσα του νομού Θεσσαλονίκης, την έδρα του Δήμου Θεσσαλονίκης και της μητροπολιτικής περιοχής της Θεσσαλονίκης, του πολεοδομικού συγκροτήματος Θεσσαλονίκης καθώς και την έδρα της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας και της Αποκεντρωμένης Διοίκησης Μακεδονίας - Θράκης. Πολιούχος της πόλης είναι ο μεγαλομάρτυρας Άγιος Δημήτριος ο Μυροβλύτης.

Ο πληθυσμός του πολεοδομικού συγκροτήματος υπολογίζεται σε 788.191 κατοίκους, κατά την απογραφή του 2021. Ο πληθυσμός της μητροπολιτικής περιοχής ανέρχεται σε 1.012.013 κατοίκους ενώ εκείνος της περιφερειακής ενότητας (πρώην νομού) σε 1.110.912 κατοίκους.

Το κλίμα της Θεσσαλονίκης είναι μεσογειακό μεταβατικό προς το θερμό ημίξηρο. Γενικότερα πάντως, η Θεσσαλονίκη απολαμβάνει αρκετές ηλιόλουστες μέρες κατά τη διάρκεια του έτους. Λόγω της θέσης της, η Θεσσαλονίκη καταγράφει κάτω από 450 χιλιοστά βροχής τον χρόνο, καθώς η Πίνδος σταματάει τους υγρούς δυτικούς ανέμους, από το να περάσουν στην ανατολική Ελλάδα. Η υψηλότερη και η χαμηλότερη θερμοκρασία που έχει καταγραφεί είναι 44,0°C και -14,2°C. Οι χειμώνες είναι ήπιοι έως κρύοι και βροχεροί με τη μέση ημερήσια θερμοκρασία να κυμαίνεται στο κέντρο της πόλης στους 8°C τον Ιανουάριο. Χιόνι πέφτει σχεδόν κάθε χειμώνα, ωστόσο συνήθως λιώνει μέσα σε λίγες μέρες. Εξαιρεση αποτελούν οι ιστορικοί χιονιάδες που έχουν χτυπήσει την πόλη το 1968, το 1988, το 2001, το 2017 και το 2019.

Την άνοιξη οι θερμοκρασίες είναι ακόμα χαμηλές τον Μάρτιο και αρχές Απριλίου, με τα χιόνια να είναι πιθανά μέχρι τα μέσα Μαρτίου. Ωστόσο από τον Μάιο, οι θερμοκρασίες αρχίζουν και ανεβαίνουν γρήγορα.

Τα καλοκαίρια είναι ζεστά και ξηρά, με τη μέση θερμοκρασία τον Αύγουστο να είναι στο κέντρο της πόλης σχεδόν 28 °C, ενώ κατά τη διάρκεια καυσώνων μπορεί να ξεπεράσει τους 40 °C. Το φθινόπωρο είναι δροσερό και βροχερό. Οι θερμοκρασίες είναι ακόμα σε υψηλά επίπεδα μέχρι και τις αρχές Οκτωβρίου, ενώ από τα μέσα του μήνα οι πρώτες κρύες μέρες κάνουν την εμφάνισή τους. Οι βροχές είναι αρκετές, ιδιαίτερα τον Νοέμβριο.

### 2.2 Ιστορικά Στοιχεία

Ιδρύθηκε το 315 π.Χ. από τον Μακεδόνα στρατηγό Κάσσανδρο, που προερχόταν από τη Δυναστεία των Αντιπατριδών και ήταν ένας από τους διαδόχους του Μεγάλου Αλεξάνδρου, μια από τις πρωταγωνιστικές φυσιογνωμίες στους πολέμους των Διαδόχων, ο οποίος της έδωσε το όνομα της συζύγου του και ετεροθαλούς αδελφής του Μεγάλου Αλεξάνδρου, Θεσσαλονίκης και προήλθε από τη συνένωση 26 πολιχνών που βρίσκονταν γύρω από τον Θερμαϊκό κόλπο. Ο Κάσσανδρος υπήρξε διοικητής της Μακεδονίας κατά τη διάρκεια της εκστρατείας του Μεγάλου Αλέξανδρου στην Ανατολή. Διαδραμάτισε σημαντικό ρόλο στην πολιτική ζωή της περιοχής μετά τον θάνατο του Μεγάλου Αλεξάνδρου και ανακηρύχθηκε βασιλιάς της Μακεδονίας το 306 π.Χ.

Τον 2ο π.Χ. αιώνα η πόλη κατακτήθηκε από τους Ρωμαίους και αποτέλεσε έδρα της ρωμαϊκής επαρχίας της Μακεδονίας. Η Θεσσαλονίκη εικάζεται πως ιδρύθηκε στη θέση της αρχαίας Θέρμης, η οποία αποτελούσε τον σημαντικότερο οικισμό της περιοχής. Από τη

Θέρμη πήρε το όνομα του ο Θερμαϊκός Κόλπος. Η ακριβής θέση του οικισμού δεν είναι γνωστή και δεν πρέπει να γίνεται σύνδεση με την περιοχή που σήμερα έχει την ίδια ονομασία. Η αρχαία Θέρμη βρισκόταν κοντά στη θάλασσα μιας και αποτελούσε σημαντικό λιμάνι εκείνης της εποχής και το πιθανότερο είναι να βρισκόταν στη θέση που βρίσκεται το σημερινό Καραμπουρνάκι.

Εξαιτίας της σημαντικής στρατηγικής της θέσης η πόλη αποτελούσε αυτοκρατορική πρωτεύουσα στα χρόνια της βασιλείας του Γαλέριου, ο οποίος έκτισε στη Θεσσαλονίκη ένα αυτοκρατορικό παλάτι. Με την ολοκλήρωση της Εγνατίας Οδού (120 π.Χ.), η Θεσσαλονίκη που ήταν η πολυπληθέστερη πόλη του δικτύου με διεθνή ακτινοβολία, έγινε ο σημαντικότερος κόμβος ανάμεσα στην Ανατολή και τη Δύση. Μετά τη διαίρεση της Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας ήταν μία από τις υποψήφιες πρωτεύουσες της Ανατολικής Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας, για να επιλεγεί τελικά το Βυζάντιο. Απέκτησε τον τίτλο της «συμβασιλεύουσας» πόλης κατά τη Βυζαντινή Αυτοκρατορία και αποτέλεσε σημαντικό διοικητικό και στρατιωτικό κέντρο, ενώ ταυτόχρονα έγινε κόμβος πνευματικής και πολιτιστικής ανάπτυξης με άνθηση της παιδείας, της τέχνης, της λογοτεχνίας, της φιλοσοφίας, της αρχιτεκτονικής και των επιστημών, με αποκορύφωμα την περίοδο του 14ου αιώνα, ο οποίος χαρακτηρίζεται ως ο βυζαντινός «χρυσός αιώνας της Θεσσαλονίκης».

Μετά την άλωση της από τους Οθωμανούς το 1432 παρέμεινε στην Οθωμανική Αυτοκρατορία για περίπου πέντε αιώνες. Μετά την εκδίωξη των Εβραίων κυρίως από την Ιβηρική Χερσόνησο το 1492 με την έκδοση του διατάγματος της Αλάμπρα, αλλά και από τη Βόρεια Ευρώπη, η Θεσσαλονίκη αποτέλεσε τον προορισμό τους, αποκτώντας έτσι τη δική της εβραϊκή κοινότητα. Η εγκατάσταση των Εβραίων στη Θεσσαλονίκη ανέδειξε την πόλη ως τη σημαντική εβραϊκή μητρόπολη μέχρι τουλάχιστον τις αρχές του 20ού αιώνα. Ιδιαίτερα από τα μέσα του 19ου αιώνα η πόλη υπήρξε το πλέον κοσμοπολίτικο και πολυπολιτισμικό αστικοποιημένο κέντρο της Οθωμανικής Αυτοκρατορίας και ο σημαντικότερος πόλος πολιτικών κινήσεων και κινημάτων που συνάντησε στη μακρόχρονη ιστορία της.

Μετά την ένταξή της στον κορμό του Ελληνικού Κράτους το 1912, ο πληθυσμός της πόλης παρουσίασε σημαντικές μεταβολές, όπως με τη Μικρασιατική Καταστροφή και την εγκατάσταση των Ελλήνων Μικρασιατών προσφύγων και ακολούθως - κατά την Ανταλλαγή Πληθυσμών - με την αποχώρηση του μουσουλμανικού πληθυσμού και την εγκατάσταση προσφυγικών πληθυσμών της Μικράς Ασίας και της Ανατολικής Θράκης. Αυτός είναι και ο λόγος που η Θεσσαλονίκη συχνά αναφέρεται ως "προσφυγομάνα". Οι πληθυσμιακές μεταβολές συντέιναν στην αλλαγή της πληθυσμιακής κατάστασης της πόλης, με ενίσχυση του ελληνικού στοιχείου. Η πολεοδομική και αρχιτεκτονική της αναδιοργάνωση επιταχύνθηκε από τη μεγάλη πυρκαγιά του 1917 και τις προσπάθειες της νέας ελληνικής διοίκησης να προσθέσει αρχαιοελληνικά και ευρωπαϊκά στοιχεία στο αρχιτεκτονικό ύφος της πόλης, γεγονός που οδήγησε στην καταστροφή αρκετών οθωμανικών λατρευτικών και λειτουργικών κτηρίων.

Από την ίδρυση της από τον Κάσσανδρο, η Θεσσαλονίκη ως μια ακμάζουσα ελληνιστική πόλη, μέχρι την εποχή της οθωμανικής κυριαρχίας, αξιοποιεί τη στρατηγική της θέση και αναπτύσσεται σε μια πολυπολιτισμική πόλη. Από το 1912, με τη λήξη των Βαλκανικών πολέμων και την ενσωμάτωση της περιοχής στο σύγχρονο Ελληνικό Κράτος, η Θεσσαλονίκη αποτελεί τη δεύτερη σε πληθυσμό πόλη της Ελλάδας.

## 2.3 Χρήσιμες πληροφορίες μετακινήσεων

### Με αυτοκίνητο

Για να έρθετε στο Διεθνές Πανεπιστήμιο της Ελλάδος (ΔΙ.ΠΑ.Ε.) στην Αλεξάνδρεια Πανεπιστημιούπολη της Σίνδου, με αυτοκίνητο θα πρέπει να ακολουθήσετε την Εθνική οδό Θεσσαλονίκης – Αθήνας. Στο 9 χλμ. της οδού στρίβετε δεξιά ακολουθώντας την οδό προς τη Βιομηχανική περιοχή της Σίνδου. Το ΔΙ.ΠΑ.Ε. βρίσκεται 1 χλμ μετά τη στροφή αυτή στα δεξιά σας.

Εάν έρχεστε από τη κατεύθυνση Αθήνας – Θεσ/νίκης, τότε στο 489 χλμ. θα δείτε μία αερογέφυρα που οδηγεί στο δρόμο προς Σίνδο και ΔΙ.ΠΑ.Ε.. Στρίψτε δεξιά και περάστε πάνω από τη γέφυρα. Μόλις κατεβείτε τη γέφυρα, το ΔΙ.ΠΑ.Ε. είναι 500 μέτρα στα δεξιά σας.

### Με αεροπλάνο

Το αεροδρόμιο της Θεσσαλονίκης βρίσκεται στην ανατολική πλευρά της πόλης (Η Αλεξάνδρεια Πανεπιστημιούπολη της Σίνδου βρίσκεται στη δυτική) και απέχει περίπου 35 χιλιόμετρα από το ΔΙ.ΠΑ.Ε. Η διαδρομή από το αεροδρόμιο προς την Αλεξάνδρεια Πανεπιστημιούπολη της Σίνδου με αυτοκίνητο μπορεί να διαρκέσει περίπου 45 λεπτά.

Αναλυτικές πληροφορίες για το αεροδρόμιο της Θεσσαλονίκης μπορείτε να βρείτε παρακάτω:

Διεθνές αεροδρόμιο «Μακεδονία»

<https://www.skg-airport.gr>

Χρησιμοποιώντας τη περιφερειακή οδό της Θεσσαλονίκης, θα πρέπει να ακολουθήσετε ολόκληρη τη διαδρομή της περιφερειακής οδού, μέχρι να καταλήξετε στη στροφή προς την Εθνική οδό Θεσ/νίκης – Αθήνας. Στρίψτε στη Εθνική οδό Θεσ/νίκης – Αθήνας και ακολουθήστε τις οδηγίες που υπάρχουν παραπάνω για πρόσβαση στην Αλεξάνδρεια Πανεπιστημιούπολη της Σίνδου με αυτοκίνητο.

### Σιδηροδρομικώς

Η Θεσσαλονίκη εξυπηρετείται σιδηροδρομικώς από τη Hellenic Train. Πληροφορίες για τα δρομολόγια προς και από τη Θεσσαλονίκη μπορείτε να βρείτε παρακάτω:

<https://www.hellenictrain.gr/>

Ο κεντρικός σιδηροδρομικός σταθμός της Θεσσαλονίκης βρίσκεται στο κέντρο της πόλης, κοντά στη Πλατεία Δημοκρατίας (περίπου 800 μέτρα). Το λεωφορείο του ΟΑΣΘ Νο. 52 εξυπηρετεί τη μετακίνηση από και προς το ίδρυμα:

<http://oasth.gr/#el/routeinfo/list/99/59/1/>

### **3. ΤΟ ΤΜΗΜΑ Διοίκησης Οργανισμών, Μάρκετινγκ και Τουρισμού**

Το Τμήμα Διοίκησης Οργανισμών, Μάρκετινγκ και Τουρισμού (Organisation Management, Marketing and Tourism - OMMT) της Σχολής Οικονομίας & Διοίκησης του Διεθνούς Πανεπιστημίου της Ελλάδος ιδρύθηκε τον Μάιο του 2019 με τον Ν. 4610 (ΦΕΚ 90/Α'/07-05-2019) «Συνέργειες Πανεπιστημίων και Τ.Ε.Ι., πρόσβαση στην τριτοβάθμια εκπαίδευση, πειραματικά σχολεία, Γενικά Αρχεία του Κράτους και λοιπές διατάξεις».

Πριν από αυτό υπήρχαν το Τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης (Μάρκετινγκ) και το Τμήμα Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων. Με το ΠΔ 82/31-05-2013 (ΦΕΚ 123/Α/3-6-2013) συγχωνεύονται τα δύο τμήματα και δημιουργείται το Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων με δύο εισαγωγικές κατευθύνσεις: (α) Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων και Μονάδων Φιλοξενίας (απορρόφησε τους φοιτητές του Τμήματος Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων) και (β) Διοίκησης Επιχειρήσεων, με δύο κατευθύνσεις σε προχωρημένο εξάμηνο (βα) Διοίκηση Επιχειρήσεων και (ββ) Μάρκετινγκ (απορρόφησε τους φοιτητές του Τμήματος Εμπορίας και Διαφήμισης).

Με το Ν. 4610/2019 δημιουργήθηκε το Διεθνές Πανεπιστήμιο της Ελλάδος. Τα μέλη ΔΕΠ και οι φοιτητές του Τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων εντάχθηκαν στο νεοσύστατο Τμήμα Διοίκησης Οργανισμών, Μάρκετινγκ και Τουρισμού με έδρα τη Θεσσαλονίκη.

Το Τμήμα Διοίκησης Οργανισμών, Μάρκετινγκ και Τουρισμού οργανώνεται στις ακόλουθες κατευθύνσεις:

- Διοίκησης Οργανισμών
- Μάρκετινγκ
- Διοίκησης Τουρισμού & Φιλοξενίας





## 4. ΤΟ ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ

### 4.1 Σκοπός του Π.Π.Σ. του Τμήματος

Σκοπός του Τμήματος Διοίκησης Οργανισμών, Μάρκετινγκ και Τουρισμού (Organisation Management, Marketing and Tourism - OMMT) είναι:

- Παρέχει υψηλής ποιότητας εκπαίδευση στους φοιτητές του στις επιστήμες που αφορούν τη διοίκηση, δημιουργώντας ένα μελλοντικό σώμα επιστημόνων με ευρεία επιστημονική γνώση και αναπτυγμένες δεξιότητες εφαρμογής της σε πρακτικά προβλήματα.
- Παράγει νέα γνώση στις επιστήμες που εξετάζουν τη διοίκηση οργανισμών, το μάρκετινγκ και τον τουρισμό, μέσω της έρευνας και της εμπειρικής εφαρμογής.
- Ενισχύει και υποστηρίζει το επιστημονικό και επαγγελματικό δυναμικό σε τοπικό, περιφερειακό, εθνικό και διεθνές επίπεδο.

Το κύριο γνωστικό αντικείμενο του Τμήματος εντάσσεται στις ευρύτερες επιστήμες της διοίκησης και οργάνωσης, του μάρκετινγκ και της επικοινωνίας, και της διεπιστημονικής προσέγγισης σπουδών του τουρισμού. Το Τμήμα Διοίκησης Οργανισμών, Μάρκετινγκ και Τουρισμού διασφαλίζει την παροχή υψηλής ποιότητας προπτυχιακής και μεταπτυχιακής εκπαίδευσης και την παραγωγή έρευνας στα γνωστικά αντικείμενα που θεραπεύει και προσφέρει τρεις εξειδικεύσεις σπουδών, δηλαδή Κατευθύνσεις προχωρημένου εξαμήνου (από το πέμπτο εξάμηνο):

- Κατεύθυνση Διοίκησης Οργανισμών
- Κατεύθυνση Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας
- Κατεύθυνση Διοίκησης Τουρισμού και Φιλοξενίας

### 4.2 Απονεμόμενος τίτλος και επίπεδο προσόντων

Το Πρόγραμμα Σπουδών του Τμήματος εξασφαλίζει στους αποφοίτους του γνώσεις πανεπιστημιακού επιπέδου υψηλού κύρους με την απονομή πτυχίου, κατόπιν επιτυχούς ολοκλήρωσης των μαθημάτων και της αντιστοίχισης των ανάλογων πιστωτικών μονάδων (ECTS). Οι σπουδές του Π.Π.Σ. διεξάγονται με το σύστημα των εξαμηνιαίων μαθημάτων, τα οποία αναπτύσσονται σε οκτώ (8) διδακτικά εξάμηνα για την απονομή του τίτλου σπουδών.

Οι σπουδές στο Τμήμα Διοίκησης Οργανισμών, Μάρκετινγκ και Τουρισμού έχουν οργανωθεί με βάση το Πλαίσιο Προσόντων του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανώτατης Εκπαίδευσης (ΕΧΑΕ) και το Ευρωπαϊκό Πλαίσιο Προσόντων Δια Βίου Μάθησης. Συγκεκριμένα, σύμφωνα με την ταξινόμηση ISCED-F2013, οι σπουδές στο Τμήμα εντάσσονται στον κωδικό: 0419 Business and Administration not elsewhere classified.

### 4.3 Επαγγελματικές Προοπτικές για τους Απόφοιτους

Οι απόφοιτοι του Τμήματος έχουν όλες τις γνώσεις και δεξιότητες που απαιτούνται προκειμένου να μετατρέψουν ανεπεξέργαστες πληροφορίες σε χρήσιμες κατευθυντήριες γραμμές για το στρατηγικό σχεδιασμό σε βάθος χρόνου και την θεραπεία προβλημάτων της διοίκησης οργανισμών, του μάρκετινγκ και της διοίκησης τουρισμού και φιλοξενίας. Ειδικότερα, οι πτυχιούχοι του Τμήματος:

- Κατανοούν την πολυπλοκότητα και την διεπιστημονικότητα της επιστήμης της διοίκησης.
- Κατανοούν το νομικό, κανονιστικό και ρυθμιστικό πλαίσιο που διέπει την διοίκηση οργανισμών και φορέων.
- Έχουν αποκτήσει εκτεταμένη και σε επαρκές βάθος γνώση της θεωρίας, που τους βοηθά να επεξεργάζονται δημιουργικά τα γενικά προβλήματα που ανακύπτουν κατά την άσκηση καθηκόντων σε θέσεις διοίκησης ενός οργανισμού.
- Μπορούν να σχεδιάσουν κατάλληλες στρατηγικές και πολιτικές ανάπτυξης για την αντιμετώπιση των εγχειρόμενων προβλημάτων λαμβάνοντας υπόψη τα πλεονεκτήματα και τις αδυναμίες της υφιστάμενης διάρθρωσης ενός οργανισμού, καθώς και τις ευκαιρίες και απειλές που παρουσιάζονται στον με βάση τις αλλαγές στο ευρύτερο οικονομικό, κοινωνικό, τεχνολογικό και πολιτικό περιβάλλον.
- Ανάλογα με την Κατεύθυνση προχωρημένου εξαμήνου που έχουν επιλέξει, έχουν αποκτήσει εκτεταμένη και σε επαρκές βάθος γνώση της θεωρίας, που τους βοηθά να επεξεργάζονται δημιουργικά τα γενικά προβλήματα που ανακύπτουν κατά την άσκηση καθηκόντων σε θέσεις διοίκησης ενός οργανισμού ή σε θέματα που αφορούν το μάρκετινγκ και την επικοινωνία, ή στον κλάδο της διοίκησης τουρισμού και φιλοξενίας.
- Τέλος, έχουν εμπεδώσει τις απαραίτητες πρακτικές, εμπειρικές γνώσεις και δεξιότητες προκειμένου να συνεχίσουν να μορφώνονται συνεχώς και να ανταποκριθούν άνετα στις απαιτήσεις ενός σχετικού μεταπτυχιακού προγράμματος σπουδών, εφόσον το επιθυμούν.

## 5. ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

### 5.1 Διάρκεια Σπουδών

Ο πρώτος κύκλος σπουδών στο Τμήμα Διοίκησης Οργανισμών, Μάρκετινγκ και Τουρισμού της Σχολής Οικονομίας & Διοίκησης του Διεθνούς Πανεπιστημίου της Ελλάδος συνίσταται στην παρακολούθηση Προγράμματος Προπτυχιακών Σπουδών (Π.Π.Σ.), το οποίο περιλαμβάνει μαθήματα που αντιστοιχούν σε τουλάχιστον 240 (300) πιστωτικές μονάδες (ECTS), διαρκεί τυπικά τέσσερα (4) «ή πέντε (5)» ακαδημαϊκά έτη και ολοκληρώνεται με την απονομή πτυχίου. Σε κάθε ακαδημαϊκό έτος ο/η φοιτητής/τρια επιλέγει εκπαιδευτικές δραστηριότητες που αντιστοιχούν σε 60 πιστωτικές μονάδες (ECTS) (Παρ.2β Άρθρο 30 ΝΟΜΟΣ 4009/2011).

Οι σπουδές του Π.Π.Σ. διεξάγονται με το σύστημα των εξαμηνιαίων μαθημάτων, τα οποία αναπτύσσονται σε οκτώ (8) διδακτικά εξάμηνα για την απονομή του τίτλου σπουδών. Ο χρόνος αυτός μπορεί να προσαυξηθεί κατά τέσσερα (4) ακαδημαϊκά εξάμηνα. Σε πρόγραμμα σπουδών του οποίου ο ελάχιστος χρόνος υπερβαίνει τα οκτώ (8) ακαδημαϊκά εξάμηνα, η ανώτατη διάρκεια φοίτησης είναι ο ελάχιστος χρόνος σπουδών, προσαυξημένος κατά έξι (6) ακαδημαϊκά εξάμηνα. Μετά από τη συμπλήρωση της ανώτατης διάρκειας φοίτησης, με την επιφύλαξη των επόμενων παραγράφων, το Διοικητικό Συμβούλιο του Τμήματος εκδίδει πράξη διαγραφής (άρθρο 76, παρ 1, Ν. 4957/2022).

Οι φοιτητές που δεν έχουν υπερβεί το ανώτατο όριο φοίτησης δύνανται, μετά από αίτησή τους προς τη Γραμματεία του Τμήματος, να διακόψουν τη φοίτησή τους για χρονική περίοδο που δεν υπερβαίνει τα δύο (2) έτη. Το δικαίωμα διακοπής της φοίτησης δύναται να ασκηθεί άπαξ ή τμηματικά για χρονικό διάστημα κατ' ελάχιστον ενός (1) ακαδημαϊκού εξαμήνου, αλλά η διάρκεια της διακοπής δεν δύναται να υπερβαίνει αθροιστικά τα δύο (2) έτη αν χορηγείται τμηματικά. Η φοιτητική ιδιότητα αναστέλλεται κατά τον χρόνο διακοπής της φοίτησης και δεν επιτρέπεται η συμμετοχή σε καμία εκπαιδευτική διαδικασία (άρθρο 76, παρ 4, Ν. 4957/2022).

### 5.2 Εγγραφή

Φοιτητές καθίστανται όσοι εγγράφονται στο Τμήμα Διοίκησης Οργανισμών, Μάρκετινγκ και Τουρισμού του ΔΙ.ΠΑ.Ε. μετά από επιτυχία στις εισαγωγικές εξετάσεις στην τριτοβάθμια εκπαίδευση, από μετεγγραφή ή από κατάταξη (ως πτυχιούχοι άλλων Τμημάτων ή Σχολών) σύμφωνα με τις κείμενες διατάξεις.

Οι εγγραφές των νεοεισαχθέντων φοιτητών γίνονται στη Γραμματεία του Τμήματος μέσα στα χρονικά όρια που ορίζονται κάθε φορά με τις Υπουργικές Αποφάσεις.

Οι επιτυχόντες των Πανελλαδικών εξετάσεων που ολοκλήρωσαν την εγγραφή τους μέσω της ηλεκτρονικής εφαρμογής του ΥΠ.Π.Ε.Θ. πρέπει να πραγματοποιήσουν τον έλεγχο της ταυτοπροσωπίας στις Γραμματείες των Τμημάτων τους, καταθέτοντας τα παρακάτω δικαιολογητικά:

1. Αίτηση εγγραφής (εκτύπωση από το site του Υπουργείου Παιδείας),
2. Φωτοτυπία ταυτότητας (ΑΔΤ),
3. Μια (1) φωτογραφία (τύπου ταυτότητας),

Για τις υπόλοιπες κατηγορίες νεοεισαχθέντων ανακοινώνονται τα απαιτούμενα δικαιολογητικά κατα περίπτωση.

### 5.3 Ακαδημαϊκό ημερολόγιο και ωρολόγιο πρόγραμμα μαθημάτων

Το ακαδημαϊκό έτος αρχίζει την 1η Σεπτεμβρίου κάθε έτους και λήγει την 31η Αυγούστου του επόμενου. Το εκπαιδευτικό έργο κάθε ακαδημαϊκού έτους διαρθρώνεται χρονικά σε δύο εξάμηνα, το χειμερινό και το εαρινό. Κάθε εξάμηνο περιλαμβάνει 13 εβδομάδες για διδασκαλία και έχει μία εξεταστική περίοδο. Τον Σεπτέμβριο πριν την έναρξη των μαθημάτων του χειμερινού εξαμήνου υπάρχει εξεταστική περίοδος για το σύνολο των μαθημάτων εαρινού και χειμερινού εξαμήνου. Για μαθήματα ή εργαστήρια που κατά την κανονική διάρκεια του ακαδημαϊκού έτους εξετάζονται με προόδους ή/και εργασίες δεν υπάρχει υποχρέωση για επαναληπτική εξέταση τον Σεπτέμβριο.

Η φοίτηση στο Τμήμα Διοίκησης Οργανισμών, Μάρκετινγκ και Τουρισμού διαρκεί 8 εξάμηνα.

Δεν πραγματοποιούνται μαθήματα κατά τις παρακάτω αργίες, εορτές και επετείους:

- α) Από τις 24 Δεκεμβρίου έως τις 6 Ιανουαρίου.
- β) Των Τριών Ιεραρχών (30η Ιανουαρίου)
- γ) Του Ευαγγελισμού (25η Μαρτίου)
- δ) Την Καθαρά Δευτέρα
- ε) Από την Μεγάλη Δευτέρα μέχρι και την Κυριακή του Θωμά
- στ) Την Εργατική Πρωτομαγιά (1η Μαΐου)
- ζ) Του Αγίου Πνεύματος
- η) Από την 1η Ιουλίου μέχρι και την 31η Αυγούστου.
- θ) Την Εθνική Εορτή της 28ης Οκτωβρίου
- ι) ) Την Επέτειο του Πολυτεχνείου (17η Νοεμβρίου)
- ια) Την 26<sup>η</sup> Οκτωβρίου εορτή του πολιούχου της πόλης της Θεσσαλονίκης

Οι ακριβείς ημερομηνίες έναρξης και λήξης των μαθημάτων και οι ημερομηνίες των εξετάσεων καθορίζονται από την Διοικούσα Επιτροπή του Δι.Πα.Ε.

### 5.4 Ειδικές ρυθμίσεις για αναγνώριση της πρότερης μάθησης

Οι φοιτητές που εισάγονται στο τμήμα μέσω κατακτηρίων εξετάσεων έχουν δικαίωμα με αίτηση προς τη Συνέλευση του Τμήματος να αιτηθούν αναγνώρισης μαθημάτων μόνο του πτυχίου που κατέθεσαν για να συμμετάσχουν στις κατακτήριες εξετάσεις και κανενός άλλου τίτλου σπουδών που κατέχουν.

### 5.5 Δήλωση μαθημάτων - Ανανέωση εγγραφής

Τον Οκτώβριο οι φοιτητές/τριες δηλώνουν τα μαθήματα που διδάσκονται στο χειμερινό εξάμηνο σπουδών και τον Φεβρουάριο τα μαθήματα που διδάσκονται στο εαρινό εξάμηνο σπουδών. Οι φοιτητές/τριες έχουν δικαίωμα να δηλώσουν μαθήματα που αντιστοιχούν σε 36 μονάδες ECTS.

Όσον αφορά στις εγγραφές των πρωτοετών φοιτητών, τις μετεγγραφές και τις κατατάξεις στο Τμήμα Διοίκησης Οργανισμών, Μάρκετινγκ και Τουρισμού του Δι.Πα.Ε., ισχύουν τα εξής :

Οι Ανανέωσεις Εγγραφών – Δηλώσεις Μαθημάτων πραγματοποιούνται μέσω της Ηλεκτρονικής Γραμματείας με την έναρξη των μαθημάτων του εκάστοτε Εξαμήνου, και για διάστημα περίπου

δεκαπέντε (15) ημερών. Κάθε φοιτητής έχει δικό του προσωπικό κωδικό<sup>1</sup>, που παίρνει από τη Γραμματεία του Τμήματος, με τον οποίον δηλώνει τα μαθήματά του ηλεκτρονικά.

Μετά την αποστολή των πινάκων των επιτυχόντων στις Πανελλαδικές Εξετάσεις από το Υπουργείο Παιδείας και Θρησκευμάτων, ορίζεται η προθεσμία εγγραφών για τους νεοεισαχθέντες, η οποία είναι κοινή για όλα τα Α.Ε.Ι. της χώρας. Η προθεσμία αυτή είναι μη ανατρεπτική, πράγμα που σημαίνει ότι, οι εκπρόθεσμοι χάνουν το δικαίωμα εγγραφής. Οι εγγραφές των νεοεισαχθέντων πραγματοποιούνται τον Σεπτέμβριο.

Από 1 έως 15 Νοεμβρίου υποβάλλονται οι σχετικές αιτήσεις για:

- Μετεγγραφές για λόγους οικονομικούς, κοινωνικούς, υγείας, κλπ., καθώς και των τέκνων των πολυτέκνων οικογενειών, εάν και εφόσον δεν ορίζεται διαφορετικά βάσει νόμου.

- Κατατάξεις των Πτυχιούχων Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης και Ανωτέρων Σχολών, μέσω του θεσμού των κατατακτηρίων εξετάσεων, οι οποίες διεξάγονται κάθε έτος, στις αρχές Δεκεμβρίου.

#### **5.5.1 Δήλωση Προτίμησης για την Τοποθέτηση σε Εργαστηριακά Τμήματα**

Ο φοιτητές που παρακολουθούν εργαστηριακά μαθήματα θα πρέπει στην αρχή κάθε εξαμήνου να εγγραφούν διαδικτυακά, σύμφωνα με τις ανακοινώσεις των διδασκόντων. Η παρακολούθηση είναι υποχρεωτική .

#### **5.6 Ακαδημαϊκή Ταυτότητα - Φοιτητικό Πάσο**

Από τις 24/09/2012 οι προπτυχιακοί, μεταπτυχιακοί και διδακτορικοί φοιτητές όλων των Πανεπιστημίων της χώρας μπορούν να υποβάλλουν ηλεκτρονικά την αίτησή τους για έκδοση ακαδημαϊκής ταυτότητας στην ιστοσελίδα

[Ηλεκτρονική Υπηρεσία Απόκτησης Ακαδημαϊκής Ταυτότητας - Informational Portal \(minedu.gov.gr\)](http://minedu.gov.gr)

#### **5.7 Διδακτικά Βοηθήματα**

Το εκπαιδευτικό έργο υποστηρίζεται με τα αντίστοιχα διδακτικά συγγράμματα τα οποία χορηγούνται δωρεάν στους φοιτητές, μέσω της ηλεκτρονικής υπηρεσίας διαχείρισης συγγραμμάτων "ΕΥΔΟΞΟΣ". Κάθε φοιτητής, μετά την ηλεκτρονική δήλωση μαθημάτων που υποβάλει κάθε εξάμηνο, πραγματοποιεί και την αντίστοιχη δήλωση συγγραμμάτων στη διαδικτυακή πύλη του συστήματος "ΕΥΔΟΞΟΣ" (<http://eudoxus.gr/>), με την οποία δηλώνει τα συγγράμματα των μαθημάτων που επιθυμεί να λάβει.

Για να μπορέσει να πραγματοποιηθεί η δήλωση των συγγραμμάτων από έναν φοιτητή, απαιτούνται οι κωδικοί πρόσβασης (username - password) που χορηγούνται από τη Γραμματεία του Τμήματος και χρησιμοποιούνται και για τις λοιπές ηλεκτρονικές υπηρεσίες του Ιδρύματος. Ο φοιτητής εισέρχεται σε μία κεντρική ιστοσελίδα του Κεντρικού Πληροφοριακού

---

<sup>1</sup> Προσοχή! Τα συνθηματικά αυτά ταυτοποιούν τον χρήστη όχι μόνο στην Ηλεκτρονική Γραμματεία του Πανεπιστημίου αλλά και στις υπόλοιπες Ηλεκτρονικές Υπηρεσίες που προσφέρονται είτε από το Ίδρυμα είτε σε ολόκληρη την ακαδημαϊκή κοινότητα από το GUnet (Ακαδημαϊκό Διαδίκτυο) και το Εθνικό Δίκτυο Υποδομών Τεχνολογίας και Έρευνας – ΕΔΥΤΕ Α.Ε. (GRNET). Για τους παραπάνω λόγους τα συνθηματικά, που εκδίδει το Σύστημα για κάθε φοιτητή είναι αυστηρά προσωπικά. Δεν πρέπει να δοθούν ποτέ για κανέναν λόγο σε οποιονδήποτε τρίτο (πρόσωπο ή εφαρμογή).

Συστήματος (ΚΠΣ) από όπου γίνεται η πιστοποίησή του. Εκεί ενημερώνεται για τα εγκεκριμένα συγγράμματα των μαθημάτων του Τμήματος και επιλέγει αυτά που δικαιούται (ένα σύγγραμμα ανά μάθημα που έχει δηλώσει). Ο διδάσκων κάθε μαθήματος έχει ήδη προτείνει ένα ή περισσότερα συγγράμματα κατάλληλα για τη μελέτη του μαθήματος. Στη συνέχεια, ο φοιτητής λαμβάνει άμεσα από το ΚΠΣ ένα SMS και ένα e-mail με τον κωδικό PIN, με τον οποίο παραλαμβάνει τα συγγράμματα που επέλεξε είτε από το Βιβλιοστάσιο της Πανεπιστημιούπολης Σερρών ή Καβάλας ή Θεσσαλονίκης, είτε άλλο συμβεβλημένο βιβλιοπωλείο που θα του υποδειχθεί, είτε με όποια άλλη διαδικασία προκριθεί από το Υπουργείο Παιδείας και την υπηρεσία Εύδοξος (π.χ. μέσω υπηρεσιών ταχυμεταφοράς), τις εργάσιμες ημέρες και ώρες με την επίδειξη της ταυτότητας του.

## 5.8 Μαθήματα Σπουδών

Το Πρόγραμμα Σπουδών υποστηρίζει 130 μοναδικά μαθήματα και θέτει ως προϋπόθεση για την απόκτηση του πτυχίου ως ελάχιστο αριθμό τα 46 μαθήματα, η κατανομή των οποίων παρουσιάζεται στα διαγράμματα παρακάτω.

Κατεύθυνση	Αριθμός μαθημάτων ανά κατηγορία				
	Κορμού	Υποχρεωτικά Κατεύθυνσης	Προσφερόμενα κατ' επιλογήν υποχρεωτικά	Προσφερόμενα κατ' επιλογήν υποχρεωτικά κοινά για όλες τις κατευθύνσεις	Προαιρετικά (Προσφέρουν πιστοποίηση κοινά για όλες τις κατευθύνσεις)
Μάρκετινγκ	28 (61%)	14 (30%)	10	10	2
Διοίκησης Οργανισμών		13 (28%)	10		
Διοίκησης Τουρισμού και Φιλοξενίας		12 (26%)	31		

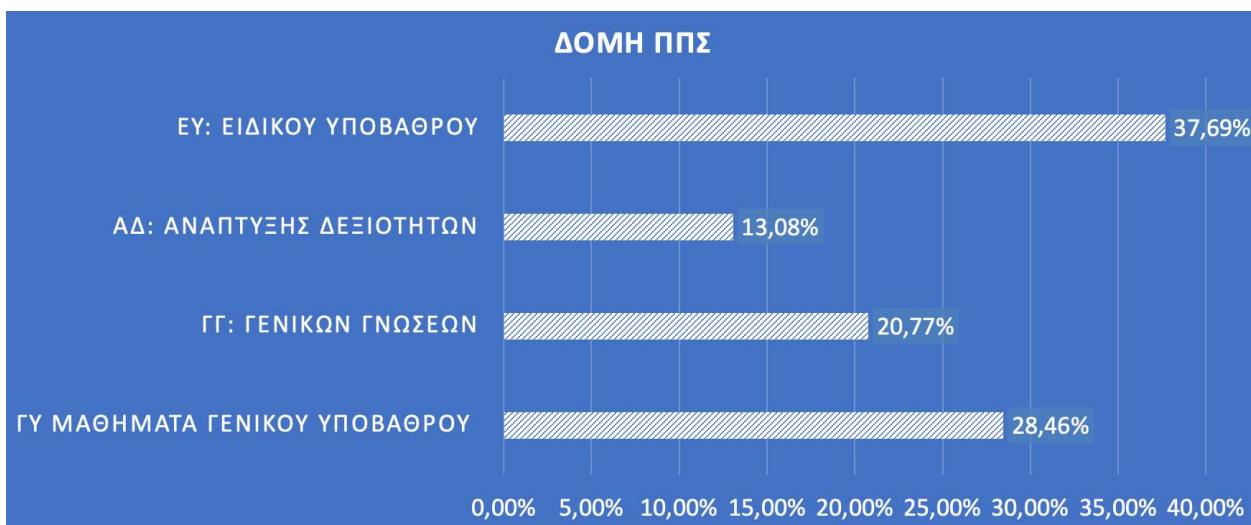
Το προπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών αναπτύσσεται σε οκτώ (8) εξάμηνα σπουδών και περιλαμβάνει δύο έτη σπουδών (εξάμηνα 1 έως και 4) κοινά για όλους τους φοιτητές του Τμήματος και δύο έτη (από το 5ο εξάμηνο έως και το 8ο εξάμηνο) με διαφοροποιήσεις στα μαθήματα ανάλογα με τις Κατευθύνσεις:

- (1) Κατεύθυνση Μάρκετινγκ,
- (2) Κατεύθυνση Διοίκησης Οργανισμών και
- (3) Κατεύθυνση Διοίκησης Τουρισμού και Φιλοξενίας

Πρόκειται για ένα ευέλικτο πρόγραμμα σπουδών με τα παρακάτω χαρακτηριστικά:

- Βασικός κορμός μαθημάτων τα 2 πρώτα έτη για όλους
- Επιλογή μίας από τις 3 κατευθύνσεις στο τρίτο έτος
- Μαθήματα «υποχρεωτικά κατεύθυνσης»
- Επιλογή από μαθήματα «επιλογής υποχρεωτικά» σε κάθε κατεύθυνση

- Διαμόρφωση του ατομικού προγράμματος σπουδών σύμφωνα με τις ανάγκες και τις προσδοκίες
- Υποστήριξη των θεωρητικών μαθημάτων με ασκήσεις πράξης



**Η εκπαιδευτική διαδικασία** κάθε μαθήματος δύναται να περιλαμβάνει μορφές άμεσης διδασκαλίας (direct instruction), διδασκαλία με βάση έρευνα (inquiry-based learning) και συνεργαστική μάθηση (cooperative learning).

Ο διδάσκων καθηγητής εφόσον το κρίνει απαραίτητο, έχει την δυνατότητα να πραγματοποιεί εργαστηριακές διαλέξεις με υποχρεωτικές παρουσίες και αξιολογήσεις. Όλα τα μαθήματα θα εμφανίζονται στην αναλυτική βαθμολογία με έναν ενιαίο βαθμό. Ύστερα από εισήγηση του διδάσκοντος και με απόφαση της Συνέλευσης του Τμήματος είναι δυνατόν να υπάρξουν ενδιάμεσες αξιολογήσεις (εργασίες, θέματα, γραπτές δοκιμασίες κ.λπ.), των οποίων ο συντελεστής βαρύτητας δεν μπορεί συνολικά να υπερβαίνει το 40% του τελικού βαθμού. Η καταχώρηση βαθμού στην ηλεκτρονική γραμματεία επιτρέπεται μόνο εάν ο φοιτητής έχει δηλώσει το εξεταζόμενο μάθημα. Για κάθε άλλη περίπτωση αποφασίζει η Συνέλευση του Τμήματος. Ο διδάσκων δύναται να αναθέτει στους φοιτητές την ανάθεση απαλλακτικής εργασίας για το 100% της βαθμολογίας του μαθήματος. Σε αυτήν την περίπτωση, η απαλλακτική εργασία πρέπει να έχει ημερομηνία κατάθεσης μέσα στο διάστημα της εξεταστικής περιόδου. Η περιγραφή της εργασίας και η επιμέρους βαθμολόγηση των θεμάτων θα πρέπει να ανακοινώνεται στους φοιτητές το αργότερο μέχρι τη λήξη της πέμπτης εβδομάδας του εξαμήνου. Η κατάθεση της απαλλακτικής εργασίας θα γίνεται αποκλειστικά μέσω της εκπαιδευτικής πλατφόρμας moodle και θα πρέπει να διατηρείται εκεί μέχρι την έναρξη του επόμενου ακαδημαϊκού εξαμήνου. Ο διδάσκων του μαθήματος οφείλει να τηρεί ηλεκτρονικό αρχείο των απαλλακτικών εργασιών για ένα έτος.

**Πιστωτικές μονάδες:** Κάθε μάθημα του Προγράμματος Σπουδών του Τμήματος χαρακτηρίζεται από έναν αριθμό πιστωτικών μονάδων (ECTS) – αντιστοιχεί σε 5 ECTS, που αθροίζουν σε 30 ECTS/εξάμηνο.

Οι πιστωτικές μονάδες, οι οποίες κατανέμονται σε κάθε μάθημα, αποτελούν ένα μέτρο του φόρτου εργασίας (ΦΕ) που απαιτείται για την ολοκλήρωση των στόχων ενός Ακαδημαϊκού Προγράμματος από τον εκάστοτε φοιτητή.

Οι πτυχιούχοι του Προγράμματος πρέπει να έχουν συγκεντρώσει 240 ECTS και 7200 ΦΕ



**Βαθμολογία Μαθημάτων:** Η βαθμολογία σε όλα τα μαθήματα εκφράζεται με την αριθμητική κλίμακα από μηδέν έως δέκα (0 - 10), με βάση επιτυχίας το βαθμό πέντε (5).

Η βαθμολογία σε όλα τα μαθήματα εκφράζεται με την αριθμητική κλίμακα μηδέν έως δέκα (0 έως 10), με βάση επιτυχίας τον βαθμό πέντε (5). Ο χαρακτηρισμός της επίδοσης των φοιτητών κατά μάθημα, καθορίζεται ως εξής:

- από 0 - 4,99: «κακώς»,
- από 5 - 6,49: «καλώς»,
- από 6,50 - 8,49: «λίαν καλώς»,
- από 8,50 - 10 : «άριστα».

Οι επιδόσεις των φοιτητών και ο βαθμός του πτυχίου τους αποτελούν δείκτη αξιολόγησης της ποιότητας του συνολικού εκπαιδευτικού έργου του Τμήματος.

## 5.9 Εξετάσεις

Μετά τη λήξη των μαθημάτων κάθε διδακτικού εξαμήνου ακολουθεί η εξεταστική περίοδος, διάρκειας έως τριών (3) εβδομάδων, κατά τη διάρκεια των οποίων οι φοιτητές εξετάζονται γραπτά, σε όλη τη διδακτέα ύλη κάθε μαθήματος που έχουν δηλώσει και προβλέπεται από το αναλυτικό πρόγραμμα. Στις εξετάσεις περιόδου μπορούν να συμμετέχουν μόνο οι φοιτητές που έχουν δηλώσει τα αντίστοιχα μαθήματα και είναι υποχρεωτικές για την επιτυχή εξέτασή τους. Οι εξετάσεις στο εργαστηριακό μέρος μικτών μαθημάτων πραγματοποιούνται την ενδιάμεση εβδομάδα από το τέλος των διδακτικών εβδομάδων έως την έναρξη των εξετάσεων. Το εργαστηριακό μέρος μαθήματος, όταν δεν προβλέπεται τελική εξέταση, είναι δυνατόν να εξεταστεί μέσω εργαστηριακών και άλλων ασκήσεων, με απόφαση της Γενικής Συνέλευσης, η οποία λαμβάνεται πριν την έναρξη του εξαμήνου. Οι φοιτητές δικαιούνται να εξεταστούν στα μαθήματα και των δύο (2) εξαμήνων πριν από την έναρξη του χειμερινού εξαμήνου, κατά την εξεταστική περίοδο που αρχίζει την πρώτη Δευτέρα του Σεπτεμβρίου. Επίσης, οι φοιτητές δικαιούνται να εξεταστούν στο εργαστηριακό μέρος μικτών μαθημάτων και των δύο εξαμήνων πριν από την έναρξη του χειμερινού εξαμήνου ή αμέσως μετά την εξεταστική περίοδο του χειμερινού ή του εαρινού εξαμήνου, αντίστοιχα, και η επιλογή του χρόνου της εξέτασης αυτής γίνεται με απόφαση της Γενικής Συνέλευσης, η οποία λαμβάνεται πριν την έναρξη του αντίστοιχου εξαμήνου. Στην περίπτωση κατά την οποία στο εργαστηριακό μέρος του μαθήματος ο βαθμός προκύπτει από τη συνολική επίδοση των φοιτητών καθ' όλη τη διάρκεια του εξαμήνου (π.χ. εβδομαδιαία τεστ, ή ασκήσεις), ο τρόπος της επαναληπτικής εξεταστικής



ορίζεται με απόφαση της Γενικής Συνέλευσης και ενδεικτικά μπορεί να περιλαμβάνει ανάθεση σχετικής εργασίας, ασκήσεις κ.λπ. Δικαίωμα συμμετοχής στην επαναληπτική εξεταστική εργαστηριακού μέρους μικτών μαθημάτων έχουν οι φοιτητές, οι οποίοι έχουν ανταποκριθεί στις υποχρεώσεις τους (παρουσίες, παράδοση αποδεκτών από τον διδάσκοντα εργασιών κ.λπ.). Η εξέταση μικτών μαθημάτων μπορεί να είναι ενιαία κατά την εξεταστική περίοδο, με αιτιολογημένη εισήγηση του διδάσκοντα και έγκριση της Συνέλευσης του Τμήματος. Οι εξετάσεις διεξάγονται με βάση το πρόγραμμα που συντάσσεται από τη Συνέλευση του Τμήματος και ανακοινώνεται με ευθύνη του Προέδρου του Τμήματος, τουλάχιστον δέκα (10) ημέρες πριν την έναρξη της εξεταστικής περιόδου. Το πρόγραμμα εξετάσεων περιλαμβάνει: το εξεταζόμενο μάθημα, τον εισηγητή των θεμάτων, την ημερομηνία, την ώρα και την αίθουσα εξετάσεων.

Τη γενική ευθύνη της εύρυθμης διεξαγωγής των εξετάσεων του Τμήματος έχει ο Πρόεδρος του Τμήματος, ο οποίος μεριμνά έγκαιρα για τον ορισμό επιτηρητών, την καταλληλότητα των χώρων, τη διαθεσιμότητα των υλικών και μέσων και γενικότερα για το αδιάβλητο των εξετάσεων. Ως επιτηρητές των εξετάσεων ορίζονται από τη Συνέλευση του Τμήματος μέλη ΔΕΠ, ΕΔΙΠ, μέλη του Έκτακτου Εκπαιδευτικού Προσωπικού και υποψήφιοι Διδάκτορες, στα πλαίσια των ωρών απασχόλησής τους κατά βαθμίδα και με συνεκτίμηση του χρόνου που απαιτείται για την προετοιμασία των εισηγήσεων και για τις διορθώσεις των γραπτών δοκιμίων. Σε περίπτωση έλλειψης του προαναφερόμενου προσωπικού, ως επιτηρητές ορίζονται και μέλη ΕΤΕΠ και Διοικητικού Προσωπικού με ευθύνη του Προέδρου του Τμήματος. Ως επιτηρητές είναι δυνατόν να ορίζονται και μεταπτυχιακοί φοιτητές, σύμφωνα με τον Κανονισμό του ΠΜΣ.

Τα θέματα των εξετάσεων εισηγείται αυτός ή αυτοί που δίδαξαν το μάθημα κατά το εξάμηνο που έληξε και σε περίπτωση απουσίας του ή κωλύματος, τα θέματα εισηγείται άλλος διδάσκων, που ορίζεται με απόφαση της Γενικής Συνέλευσης. Η διάρκεια επεξεργασίας των θεμάτων κατά τη γραπτή εξέταση κάθε μαθήματος ορίζεται στις δύο (2) ώρες και για κάθε άλλη περίπτωση αποφασίζει σχετικά η Συνέλευση του Τμήματος κατά την έγκριση του προγράμματος των εξετάσεων. Οι εξετάσεις κάθε μαθήματος διεξάγονται με την ευθύνη του διδάσκοντα το μάθημα, σε συνεργασία με τους επιτηρητές, οι οποίοι από κοινού διαχειρίζονται οποιοδήποτε πρόβλημα προκύψει κατά τη διάρκεια της εξέτασης και σε περίπτωση αδυναμίας τους, το πρόβλημα αντιμετωπίζεται με ευθύνη του Προέδρου του Τμήματος.

Ειδική μέριμνα λαμβάνεται για την προφορική εξέταση φοιτητών με αποδεδειγμένη πριν από την εισαγωγή τους στο Ίδρυμα δυσλεξία, η οποία πιστοποιείται με έγγραφο δημόσιου νοσοκομείου ή άλλου δημόσιου υγειονομικού ιδρύματος. Ο ενδιαφερόμενος φοιτητής υποβάλλει σχετική αίτηση μαζί με το πιστοποιητικό δυσλεξίας στη Γραμματεία του Τμήματος και αποφασίζει σχετικά η Συνέλευση του Τμήματος. Οι εν λόγω φοιτητές θα πρέπει να ενημερώνουν με e-mail τους διδάσκοντες για την επιλογή της προφορικής εξέτασης στο μάθημά τους, τρεις (3) ημέρες πριν την εξέταση του μαθήματος. Σε περίπτωση μη αποστολής του σχετικού e-mail, οι φοιτητές εξετάζονται γραπτώς.

#### 5.10 Πτυχιακή / Διπλωματική Εργασία

Σκοπός της πτυχιακής εργασίας είναι η εξοικείωση των φοιτητών με την επιστημονική μέθοδο για την εμπειρική μελέτη των φαινομένων διοίκησης. Με την ολοκλήρωση της πτυχιακής εργασίας, οι φοιτήτριες/οι φοιτητές αναμένεται να έχουν ασκήσει τις δεξιότητές τους όσον αφορά τους εξής τομείς: (α) βιβλιογραφική ανασκόπηση, (β) διατύπωση ερευνητικού προβλήματος με τη μορφή ερωτημάτων ή/και υποθέσεων, (β) επιλογή, σχεδιασμός και

εφαρμογή ερευνητικών μεθόδων, (γ) συλλογή, επεξεργασία και παρουσίαση εμπειρικών δεδομένων, (δ) συγγραφή ερευνητικής μελέτης, (ε) τήρηση του κώδικα δεοντολογίας στην κοινωνική έρευνα. Αναλυτικές πληροφορίες για την εκπόνηση της πτυχιακής εργασίας αναφέρονται στον κανονισμό εκπόνησης πτυχιακής εργασίας τον οποίο οι φοιτητές και φοιτήτριες καλούνται να μελετήσουν εκτενώς.

### 5.11 Πρακτική άσκηση

Οι φοιτητές του 8<sup>ου</sup> τυπικού εξαμήνου θα πρέπει να πραγματοποιήσουν 3μηνη Πρακτική Άσκηση μέσω του προγράμματος ΕΣΠΑ ή του προγράμματος Πρακτικής Άσκησης του Πανεπιστημίου σύμφωνα με την ισχύουσα νομοθεσία για τη λειτουργία του θεσμού της ΠΑ. Κατά τη διάρκεια της Πρακτικής Άσκησης οι φοιτητές ασκούνται στα αντικείμενα και στις δραστηριότητες της μονάδας ή της υπηρεσίας, που σχετίζονται με την ειδικότητά τους.

Σκοπός της Πρακτικής Άσκησης είναι η εμπέδωση και πρακτική εφαρμογή των γνώσεων των προηγούμενων εξαμήνων, η παροχή δυνατότητας ανάπτυξης πρωτοβουλιών, η δυνατότητα ανάπτυξης ικανοτήτων επίλυσης και διαχείρισης προβλημάτων και σύνθετων τεχνικών ή επαγγελματικών δραστηριοτήτων σε περιβάλλον ομαδικής εργασίας και καλλιέργειας δεξιοτήτων για την επίλυση σύνθετων και απρόβλεπτων προβλημάτων σε εξειδικευμένο πεδίο εργασίας, εκ μέρους των φοιτητών. Η Πρακτική Άσκηση των φοιτητών διεξάγεται σε φορείς του ιδιωτικού και του δημόσιου τομέα της οικονομίας.

### 5.12 Βαθμός Πτυχίου - Ανακήρυξη Πτυχιούχου

Ο βαθμός πτυχίου εξάγεται με προσέγγιση δύο (2) δεκαδικών ψηφίων και προκύπτει από τον τύπο:  $B = \delta_1\beta_1 + \delta_2\beta_2 + \dots + \delta_n\beta_n$ ,  $\delta_1 + \delta_2 + \dots + \delta_n = 100$  όπου  $\beta_1, \beta_2, \beta_n$  είναι οι βαθμοί όλων των μαθημάτων που παρακολούθησε ο Φοιτητής και  $\delta_1, \delta_2, \delta_n$ , οι αντίστοιχες διδακτικές μονάδες, σύμφωνα με το πρόγραμμα σπουδών του Τμήματος.

Ο/Η τελειόφοιτος/η ανακηρύσσεται Πτυχιούχος του Τμήματος Διοίκησης Οργανισμών, Μάρκετινγκ και Τουρισμού της Σχολής Οικονομίας και Διοίκησης του Διεθνούς Πανεπιστημίου της Ελλάδος, εφόσον συμπληρωθούν όλες οι απαιτούμενες προϋποθέσεις, όπως αυτές ορίζονται στον παρόντα Κανονισμό και στον Κανονισμό του Ιδρύματος. Ο τύπος του πτυχίου καθορίζεται σύμφωνα με τα όσα ο νόμος ορίζει κάθε φορά.

Στους πτυχιούχους του Τμήματος Διοίκησης Οργανισμών, Μάρκετινγκ και Τουρισμού χορηγούνται οι ακόλουθοι τίτλοι σπουδών: α) Βεβαίωση αναλυτικής βαθμολογίας, β) Αντίγραφο πτυχίου και γ) Παράρτημα διπλώματος.

### 5.13 Πιστοποιητικό Αποφοίτησης - Αναλυτική Βαθμολογία – Παράρτημα Διπλώματος

Οι φοιτητές κατά την αποφοίτησή τους από το Τμήμα λαμβάνουν από την Γραμματεία του Τμήματος την ημέρα της Ορκωμοσίας τα παρακάτω έντυπα:

1. Πιστοποιητικό Αποφοίτησης
2. Αναλυτική Βαθμολογία
3. Παράρτημα Διπλώματος (Ελληνικά) -Diploma Supplement- (English)
4. Πάπυρο

#### 5.14 Πιστοποίηση Ψηφιακών Δεξιοτήτων

Οι απόφοιτοι του τμήματος σύμφωνα με το άρθρο 100 Πιστοποιητικό ψηφιακών δεξιοτήτων ([ΦΕΚ 141/21-7-2022, Ν. 4957 "Νέοι Ορίζοντες στα Ανώτατα Εκπαιδευτικά Ιδρύματα: Ενίσχυση της ποιότητας, της λειτουργικότητας και της σύνδεσης των Α.Ε.Ι. με την κοινωνία και λοιπές διατάξεις"](#)), έχουν δυνατότητα κατόπιν αίτησης τους στην Γραμματεία του Τμήματος να λάβουν Πιστοποίηση Ψηφιακών Δεξιοτήτων η οποία εκδίδεται εφόσον έχουν ολοκληρώσει επιτυχώς συγκεκριμένα μαθήματα σύμφωνα με το ισχύον πρόγραμμα σπουδών.

## 6. ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ

### 6.1 Το προσωπικό του Τμήματος

Το προσωπικό του Τμήματος Διοίκησης Οργανισμών, Μάρκετινγκ και Τουρισμού διακρίνεται σε Διδακτικό Εκπαιδευτικό Προσωπικό (Δ.Ε.Π.), Εργαστηριακό Διδακτικό Προσωπικό (Ε.ΔΙ.Π.) και Διοικητικό Προσωπικό (Δ.Π.) με αντίστοιχες αρμοδιότητες.

Το Τμήμα Διοίκησης Οργανισμών, Μάρκετινγκ και Τουρισμού είναι στελεχωμένο με 20 μέλη ΔΕΠ και 3 μέλη ΕΔΙΠ.

Τα μέλη Δ.Ε.Π. εντάσσονται σε τέσσερις βαθμίδες: Καθηγητές, Αναπληρωτές Καθηγητές, Επίκουροι Καθηγητές και Λέκτορες Εφαρμογών, ενώ το διδακτικό τους έργο υποστηρίζεται από τα μέλη Ε.ΔΙ.Π.. Παράλληλα, το εκπαιδευτικό έργο του Τμήματος υποστηρίζεται και από έκτακτο εκπαιδευτικό προσωπικό, το οποίο απαρτίζεται από Επιστημονικούς Συνεργάτες, Εργαστηριακούς Συνεργάτες και Ακαδημαϊκούς Υπότροφους.

#### ΠΙΝΑΚΑΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΥ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ

A/A	ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ	ΒΑΘΜΙΔΑ	ΓΝΩΣΤΙΚΟ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ / ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ
1.	Δρ Θεόδωρος Καργίδης	Καθηγητής	Χρηματοοικονομική Διοίκηση των Επιχειρήσεων
2.	Δρ Φώτιος Κιλιπέρης	Καθηγητής	Οργάνωση και Διοίκηση τουριστικών οικονομικών μονάδων
3.	Δρ Γεώργιος Σταλίδης	Καθηγητής	Τεχνολογίες πληροφορικής για εξαγωγή και μοντελοποίηση γνώσης με μεθόδους ανάλυσης δεδομένων
4.	Δρ Ευάγγελος Χρήστου	Καθηγητής	Τουριστικό Μάρκετινγκ
5	Δρ Χρυσούλα Χατζηγεωργίου	Καθηγήτρια	Διοίκηση ποιότητας υπηρεσιών και μοντελοποίηση της ικανοποίησης του πελάτη σε ειδικές μορφές τουρισμού και στον αγροτουρισμό
6	Δρ Σπυρίδων Αβδημιώτης	Αναπληρωτής Καθηγητής	Συστήματα Διαχείρισης Γνώσης σε Επιχειρήσεις Φιλοξενίας και Τουρισμού
7	Δρ Κωνσταντίνος Ασημακόπουλος	Αναπληρωτής Καθηγητής	Εφαρμογές μάρκετινγκ στο διαδίκτυο και τις κινητές επικοινωνίες με γνώση και

			προσαρμογή, προγραμματιστικά και συμπεριφορικά, στα μέσα μετάδοσης
8	Δρ Αντωνία Δελησταύρου	Αναπληρώτρια Καθηγήτρια	Μάρκετινγκ με έμφαση στην Έρευνα και τη Στρατηγική με Κοινωνικό Προσανατολισμό
9	Δρ Παναγιώτης Κασσιανίδης	Αναπληρωτής Καθηγητής	Διοίκηση και λειτουργία τουριστικών γραφείων με έμφαση στα κανάλια διανομής τουριστικών προϊόντων αεροδρομίων
10	Δρ Γεώργιος Κοκκίνης	Αναπληρωτής Καθηγητής	Μάρκετινγκ και στρατηγική με έμφαση στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις
11	Δρ Γεώργιος Σκούφας	Αναπληρωτής Καθηγητής	Προστατευόμενοι θαλάσσιοι Φυτικοί και Ζωικοί Οργανισμοί
12	Δρ Θεοδόσιος Τσιάκης	Αναπληρωτής Καθηγητής	Οικονομικά και Διοίκηση Ασφάλειας Πληροφοριακών συστημάτων
13	Δρ Αντώνιος Γιαννόπουλος	Επίκουρος Καθηγητής	Διοίκηση και μάρκετινγκ τουριστικών προορισμών και επιχειρήσεων φιλοξενίας
14	Μουρατίδου Αθηνά	Επίκουρη Καθηγήτρια	Πολιτιστική Κληρονομιά, Αθλητισμός και Τουρισμός
15	Δρ Ευγενία Παπαϊωάννου	Επίκουρη Καθηγήτρια	Ηλεκτρονικό Επιχειρείν με έμφαση στην αξιολόγηση της ποιότητας ηλεκτρονικών υπηρεσιών και πληροφοριακών συστημάτων διοίκησης και μάρκετινγκ
16	Δρ Ιωάννα Σιμέλη	Επίκουρη Καθηγήτρια	Δημόσια Διοίκηση, Διαφθορά και Τεχνολογίες Πληροφοριών και Επικοινωνιών στον Τουρισμό
17	Δρ Γεώργιος Τσεκουρόπουλος	Επίκουρος Καθηγητής	Μέθοδοι προώθησης τροφίμων και ποτών, επιχειρηματικά σχέδια και επικοινωνία με έμφαση στη συμπεριφορά καταναλωτών
18	Δρ Αθανάσιος Γκούνας	Επίκουρος Καθηγητής	Μάρκετινγκ με εξειδίκευση στην διαφήμιση
19	Σωτήριος Βλαχάκης	Λέκτορας	Μάρκετινγκ

		Εφαρμογών	
20	Ανθία Μπακάλμπαση	Λέκτορας Εφαρμογών	Υπηρεσίες Υποδοχής και Τήρησης Λογαριασμών Πελατών

**ΠΙΝΑΚΑΣ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΑΚΟΥ ΔΙΔΑΚΤΙΚΟΥ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ ΚΑΙ  
ΕΙΔΙΚΟΥ ΤΕΧΝΙΚΟΥ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ**

A/A	ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ	ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	ΓΝΩΣΤΙΚΟ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ / ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΣΗ
1.	Αστέριος Κουταλής	Ε.Δι.Π.	Οργάνωση και διοίκηση επισιτιστικών τμημάτων
2.	Ευδοκία Κωνσταντινίδου	Ε.Δι.Π.	Διοίκηση διαδικτυακών εφαρμογών στο μαρκετινγκ
3.	Κωνσταντίνος Νεράντζης	Ε.Δι.Π.	Πληροφοριακά συστήματα και εφαρμογές σε επιχειρήσεις φιλοξενίας

**ΠΙΝΑΚΑΣ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟΥ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ**

A/A	ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ	ΙΔΙΟΤΗΤΑ
1)	Μαρία Κώττα	Προϊσταμένη Γραμματείας
2)	Ευστάθιος Κιρκιλίδης	Γραμματέας

Τμήμα: Διοίκησης Οργανισμών, Μάρκετινγκ  
και Τουρισμού  
Ταχ. Δ/νση: 17<sup>ο</sup> χλμ. Θεσσαλονίκης - Σίνδου  
Αλεξάνδρεια Πανεπιστημιούπολη Σίνδου  
Τ.Κ.: 57400 «Θεσσαλονίκη»

Τηλ.: 2310013564  
e-mail : info@ommt.ihu.gr  
URL:  
<https://www.ommt.ihu.gr>

## 6.2 Αρμοδιότητες και Λειτουργία Γραμματείας



Η Γραμματεία του Τμήματος είναι αρμόδια για φοιτητικά και διοικητικά θέματα.

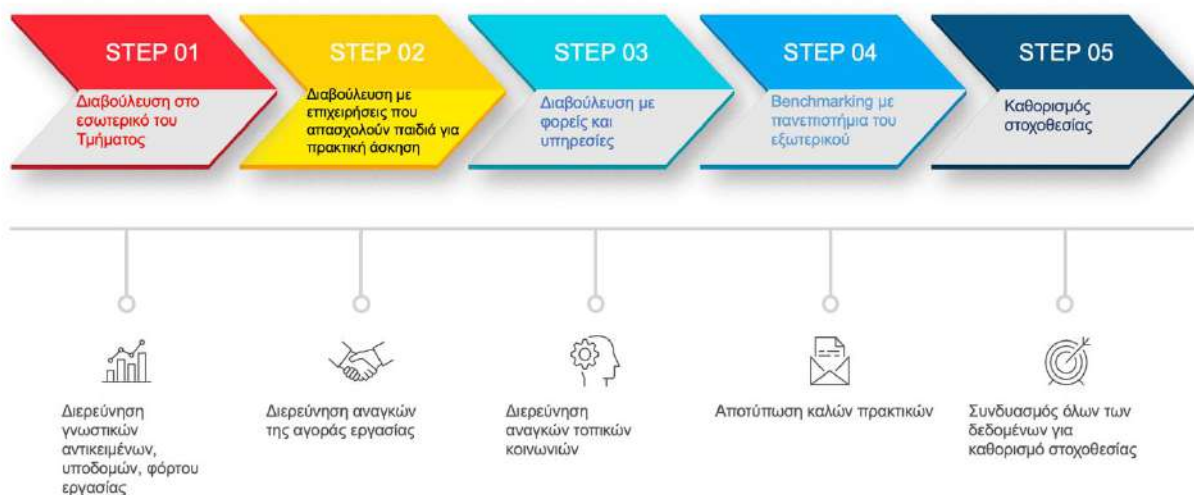
Η εξυπηρέτηση των φοιτητών γίνεται όλες τις εργάσιμες ημέρες, και κατά τις ώρες 11.00 πμ. έως 13.00 μμ., στα γραφεία της

Γραμματείας του Τμήματος, που βρίσκονται στο κεντρικό κτήριο της Σχολής Οικονομίας και Διοίκησης.

Στα φοιτητικά θέματα περιλαμβάνονται:

- εγγραφές των φοιτητών,
- τήρηση αρχείου των φοιτητών, στο οποίο περιλαμβάνονται η βαθμολογία, οι ανανεώσεις εγγραφών κάθε Εξάμηνο, και στοιχεία σχετικά με τις υποτροφίες,
- χορήγηση Πιστοποιητικών και Πτυχίου,
- χορήγηση βεβαιώσεων για κάθε νόμιμη χρήση,
- χορήγηση εντύπων που απαιτούνται για την Πρακτική Άσκηση των φοιτητών,
- η σύνταξη καταστάσεων φοιτητών, σύμφωνα με τη δήλωση επιλογής εκ μέρους τους, των μαθημάτων που επιθυμούν να παρακολουθήσουν,
- διαγραφές φοιτητών που έχουν δύο συνεχείς μη ανανεώσεις εγγραφής ή τρεις μη συνεχείς μη ανανεώσεις εγγραφής

Για την καλύτερη δυνατή λειτουργία του Τμήματος και υλοποίηση του Προγράμματος Σπουδών, ακολουθείται συγκεκριμένη διαδικασία, που περιγράφεται στο παρακάτω σχήμα:



### 6.3 Ο Θεσμός του Ακαδημαϊκού Συμβούλου

Το Τμήμα Διοίκησης Οργανισμών, Μάρκετινγκ και Τουρισμού έχει θεσμοθετήσει εδώ και χρόνια τον θεσμό του Ακαδημαϊκού Συμβούλου (Tutor). Κάθε χρόνο, με απόφαση του Τμήματος, ορίζεται για κάθε πρωτοετή φοιτήτρια /ή ένα μέλος ΔΕΠ που αναλαμβάνει τον ρόλο του ακαδημαϊκού συμβούλου για καθοδήγηση σε θέματα σπουδών. Ο ακαδημαϊκός σύμβουλος ενημερώνει τους φοιτητές για το ρόλο του και τους καλεί σε συνάντηση γνωριμίας. Οι φοιτήτριες/ές επιβάλλεται κι ενθαρρύνονται να επικοινωνούν τακτικά με τον / την ακαδημαϊκό σύμβουλό τους και να συζητούν ζητήματα που αφορούν τις σπουδές τους.

### 6.4 Αξιολόγηση Εκπαιδευτικού Έργου

Το ΠΠΣ Διοίκησης Οργανισμών, Μάρκετινγκ και Τουρισμού διασφαλίζει την εξαμηνιαία αξιολόγηση των διδασκόντων από τους φοιτητές/τριες μέσω πιστοποιημένης διαδικασίας.

Συγκεκριμένα, κατά την 8<sup>η</sup>-12<sup>η</sup> εβδομάδα εκάστου εξαμήνου, καλούνται οι φοιτητές/τριες να αξιολογήσουν τα μαθήματα που παρακολουθούν. Ο φοιτητής,

-Λαμβάνει το αρχείο PDF με τους κωδικούς ανώνυμης αξιολόγησης μίας χρήσης κατά τη διάρκεια καθενός μαθήματος από το διδάσκοντα.

-Συνδέεται στο <https://modip.ihu.edu.gr/> με τον ιδρυματικό λογαριασμό του.

-Χρησιμοποιώντας έναν τυχαίο κωδικό από το αρχείο PDF που έλαβε, κάνει την αξιολόγηση του μαθήματος.

-Επιπλέον, ο φοιτητής συμπληρώνει την αξιολόγηση των διοικητικών υπηρεσιών του Πανεπιστημίου που εμφανίζεται στο <https://modip.ihu.edu.gr/> αφού συνδεθεί.

Η αξιολόγηση είναι διαθέσιμη για συγκεκριμένη χρονική διάρκεια και είναι ανώνυμη.

Τα αποτελέσματα της αξιολόγησης κοινοποιούνται στους διδάσκοντες ώστε να βελτιώσουν το παρεχόμενο έργο τους.



## 7. ΥΠΟΔΟΜΕΣ ΤΜΗΜΑΤΟΣ

### 7.1 Εργαστηριακοί Χώροι και Εξοπλισμός

Στο Τμήμα λειτουργούν τρία (3) θεσμοθετημένα εργαστήρια με τον κατάλληλο εξοπλισμό (βλ. παρακάτω 7.4) και διεξάγονται εργαστηριακά μαθήματα στο πλαίσιο συγκεκριμένων μαθημάτων. Οι τεχνικές υποδομές του Τμήματος παραμένουν σε γενικές γραμμές ικανοποιητικές για τις ανάγκες του προγράμματος.

### 7.2 Αίθουσες Διδασκαλίας

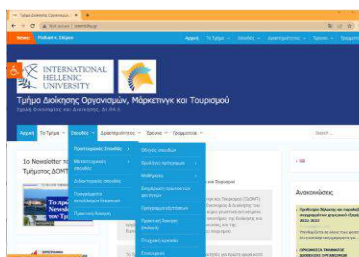
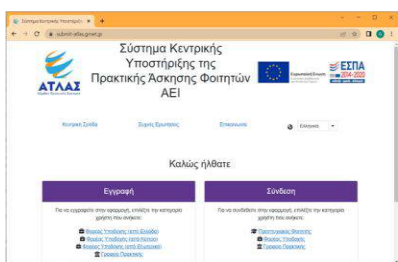
- Αναπτύσσονται σε τρία κτίρια: το κτίριο Σχολής Διοίκησης και Οικονομίας (ΣΔΟ), το Κτίριο Μάρκετινγκ και το Κεντρικό κτίριο (βλ. σχετικό χάρτη/κάτοψη)
  - Οι χώροι διδασκαλίας και οι διαθέσιμες αίθουσες όπου πραγματοποιούνται οι διαλέξεις και εξετάσεις του Π.Π.Σ. είναι πλήρως εξοπλισμένες και έχουν χωρητικότητα 50-90 ατόμων (διατίθενται συνολικά 12 αίθουσες).
  - Υπάρχουν περιθώρια βελτίωσης σχετικά με τη συντήρηση των κτιριακών εγκαταστάσεων, την ανανέωση των επίπλων σε ορισμένες αίθουσες και τη βελτίωση των εγκαταστάσεων θέρμανσης-κλιματισμού.
  - Αξιολογώντας τα αποτελέσματα της εσωτερικής αξιολόγησης και τις επισημάνσεις των φοιτητών:
- ✓ το Τμήμα έχει προχωρήσει σε αίτημα ενοποίησης αιθουσών ώστε να επαρκούν οι χώροι για τον μεγάλο αριθμό των φοιτητών στα πρώτα τέσσερα εξάμηνα του ΠΠΣ.

### 7.3 Ηλεκτρονική Μάθηση

Η βασική πλατφόρμα πλατφόρμα σύγχρονης και ασύγχρονης εκπαίδευσης (moodle) χρησιμοποιείται ως κεντρικός κόμβος πληροφόρησης από και προς το φοιτητικό κοινό για κάθε μάθημα ξεχωριστά και είναι προσβάσιμη μέσω του link: <https://exams-sod.the.ihu.gr/>

Πρόσθετες χρήσιμες ιστοσελίδες είναι οι παρακάτω:

- <https://submit-atlas.grnet.gr/> Πλατφόρμα υποστήριξης πρακτικής άσκησης
- <http://ommt.ihu.gr/> Ιστοσελίδα Τμήματος προσβάσιμη σε AMEA
- <https://uniportal.ihu.gr/> Πύλη φοιτητολογίου



Τίτλος	Περιγραφή	Κατηγορία	Αξιολόγηση	Αρμόδιος
Εισαγωγή	Εισαγωγή στην Εργασία	Εισαγωγή	0%	Δρ. Κ. Καραγιάννης
Εργασία	Εργασία για την Εργασία	Εργασία	0%	Δρ. Κ. Καραγιάννης
Εργασία	Εργασία για την Εργασία	Εργασία	0%	Δρ. Κ. Καραγιάννης
Εργασία	Εργασία για την Εργασία	Εργασία	0%	Δρ. Κ. Καραγιάννης
Εργασία	Εργασία για την Εργασία	Εργασία	0%	Δρ. Κ. Καραγιάννης

## 7.4 Θεσμοθετημένα και Ερευνητικά Εργαστήρια

Το Τμήμα Διοίκησης Οργανισμών, Μάρκετινγκ και Τουρισμού διαθέτει 3 θεσμοθετημένα Ερευνητικά Εργαστήρια, μέσω των οποίων υλοποιεί την ερευνητική πολιτική του και διασφαλίζει την διαρκή βελτίωση της παρεχόμενης προπτυχιακής και μεταπτυχιακής εκπαίδευσης:

1. Ερευνητικό Εργαστήριο Τουρισμού & Διοίκησης Υπηρεσιών (TourLab) το οποίο καλύπτει το ευρύ διεπιστημονικό φάσμα έρευνας της διοίκησης τουρισμού και υπηρεσιών.
2. Ερευνητικό Εργαστήριο Μάρκετινγκ & Διοίκησης Επιχειρήσεων το οποίο εστιάζει σε θέματα επικοινωνίας και μάρκετινγκ αλλά και γενικότερης διοίκησης επιχειρήσεων και οργανισμών.
3. Ερευνητικό Εργαστήριο Ανάλυσης Δεδομένων και Επιχειρηματικής Ευφυΐας, το οποίο εστιάζει σε τεχνολογίες πληροφορικής και ποσοτικών μεθόδων για την εξαγωγή γνώσης από δεδομένα και την αξιοποίησή τους στη διοίκηση και το μάρκετινγκ.

## 8. ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

Το Πρόγραμμα Σπουδών περιλαμβάνει τα δύο πρώτα έτη (εξάμηνα 1 έως και 4) κοινά για όλους τους φοιτητές του Τμήματος. Από το 5ο εξάμηνο έως και το 8ο εξάμηνο υπάρχουν διαφοροποιήσεις στα μαθήματα ανάλογα με τις Κατευθύνσεις.

ΕΙΔΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ:

- Κορμού = Κ
- Υποχρεωτικό Κατεύθυνσης = ΥΚ
- Επιλογής Κατεύθυνσης = ΕΚ

## 8.1 Πίνακας Ι. Συνοπτική παρουσίαση Προπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών

Εξάμηνο								ECTS	ECTS
1ο	2ο	3ο	4ο	5ο	6ο	7ο	8ο		
Αρχές Μάνατζμεντ	Μίγμα Μάρκετινγκ	Κοινωνιολογία	Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση	Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης	Ποσοτικές Μέθοδοι Ανάλυσης Στοιχείων Έρευνας	Μάθημα Υποχρεωτικό Κορμού	Πτυχιακή Εργασία ή 2 ΕΚ	5	30
Μικροοικονομική Θεωρία	Μακροοικονομική Θεωρία	Διοίκηση Ανθρώπινων Πόρων και Οργανωσιακή Συμπεριφορά	Ηλεκτρονικό Επιχειρείν	Καινοτομία και Επιχειρηματικότητα	Στρατηγική Διοίκηση	Μάθημα Υποχρεωτικό Κορμού	Πρακτική Άσκηση	5	
Εισαγωγή στην Πληροφορική	Δημόσια Διοίκηση	Μίγμα Επικοινωνίας και Διαφήμιση	Χρηματοοικονομική Διοίκηση	Μάθημα Υποχρεωτικό Κορμού	Μάθημα Υποχρεωτικό Κορμού	Μάθημα Υποχρεωτικό Κορμού	Μάθημα Υποχρεωτικό Κορμού	5	
Μαθηματικά	Στατιστική	Αγγλικά Ι	Τουριστικό Μάρκετινγκ	Μάθημα Υποχρεωτικό Κορμού	Μάθημα Υποχρεωτικό Κορμού	Μάθημα Υποχρεωτικό Κορμού	Μάθημα Υποχρεωτικό Κορμού	5	
Αρχές Γενικής Λογιστικής	Ψυχολογία	Διαχείριση Δεδομένων και Πληροφοριών	Διοίκηση Τουριστικών & Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων	Μάθημα Υποχρεωτικό Κορμού	Μάθημα Υποχρεωτικό Κορμού	Μάθημα Υποχρεωτικό Κορμού	Μάθημα Υποχρεωτικό Κορμού	5	
Αρχές Μάρκετινγκ	Εισαγωγή στον Τουρισμό	Ερευνητικές Μεθοδολογίες	Συμπεριφορά Καταναλωτή	Μάθημα Επιλογής	Μάθημα Επιλογής	Μάθημα Επιλογής	Μάθημα Επιλογής	5	
					Προαιρετικό Μάθημα		Προαιρετικό Μάθημα		

Κατεύθυνση	Μαθήματα Κορμού	Μαθήματα Υποχρεωτικά Κορμού	Μαθήματα Επιλογής Κορμού	Συνολικώς Απαιτούμενα Μαθήματα	Ποιαιρετικά Μαθήματα
Μάρκετινγκ	30	14	4	48	3
Διοίκησης Οργανισμών	30	15	3	48	3
Διοίκησης Τουρισμού και Φιλοξενίας	30	14	4	48	3

Μαθήματα Κορμού  
 Μαθήματα Υποχρεωτικά Κορμού  
 Μαθήματα Επιλογής Κορμού  
 Προαιρετικά Μαθήματα

## 8.2 Πίνακας II. Μαθήματα Υποχρεωτικά Κορμού

εξάμηνο	Κατεύθυνση Μάρκετινγκ	Κατεύθυνση Διοίκησης Οργανισμών	Κατεύθυνση Διοίκησης Τουρισμού και Φιλοξενίας
5ο	Έρευνα Μάρκετινγκ	Διαχείριση Γνώσης	Αειφόρος – Βιώσιμος Τουρισμός και Πολιτική
	Οργάνωση και Διοίκηση Πωλήσεων	Διοικητική Λογιστική	Έρευνα Τουριστικής Αγοράς
	Μάρκετινγκ Χονδρικού και Λιανικού Εμπορίου	Εργατικό και Εμπορικό Δίκαιο	Εργατικό και Εμπορικό Δίκαιο
6ο	Βιομηχανικό Μάρκετινγκ	Θέματα Διαφθοράς και Διαφάνειας στη Δημόσια Διοίκηση	Διοίκηση Ταξιδιωτικών Οργανισμών & Πρακτορείων
	Σχεδιασμός και Οργάνωση Διαφημιστικής Εκστρατείας	Οικονομική των Επιχειρήσεων	Τουρισμός Ειδικού Ενδιαφέροντος
	Στρατηγική Μάρκετινγκ	Λήψη Αποφάσεων	Επιχειρηματικός Σχεδιασμός και Διαχείριση Κέρδους Επιχειρήσεων Φιλοξενίας
7ο	Μάρκετινγκ Υπηρεσιών	Διοίκηση και Διαχείριση Έργων	Κανάλια Διανομής στον Τουρισμό και στις Αερομεταφορές
	Ψηφιακό Μάρκετινγκ	Διεθνές Μάνατζμεντ	Διοίκηση Λειτουργιών Καταλυμάτων
	Διοίκηση και Διαχείριση Έργων	Επιχειρηματική Ευφυΐα και Αναλυτική	Πληροφοριακά Συστήματα & Εφαρμογές Η/Υ στον Τουρισμό και τη Φιλοξενία
	Επιχειρηματική Ευφυΐα και Αναλυτική	Επιχειρηματικά Μοντέλα	Γεωγραφικά Συστήματα στον Τουρισμό
	Διαχείριση Σχέσεων με τους Πελάτες (CRM)	Διοίκηση Ποιότητας	Διοίκηση Ποιότητας

		Ασφάλεια Πληροφοριακών Συστημάτων και Προστασία Ιδιωτικότητας	
8ο	Διεθνές Μάρκετινγκ	Διοίκηση και Οργάνωση Εκπαιδευτικών Μονάδων	Διοίκηση Τουριστικών Προορισμών
	Διοίκηση Μάρκετινγκ	Διοίκηση Μονάδων Υγείας και Πρόνοιας	Διοίκηση Φιλοξενίας
	Διοίκηση Επωνύμων Προϊόντων	Ειδικές Μέθοδοι Ανάλυσης Δεδομένων	Διοίκηση και Οργάνωση Αερομεταφορών και Εμπορευμάτων

### 8.3 Πίνακας III. Μαθήματα Επιλογής Κορμού

εξάμηνο	Κατεύθυνση Μάρκετινγκ	Κατεύθυνση Διοίκησης Οργανισμών	Κατεύθυνση Διοίκησης Τουρισμού και Φιλοξενίας	Τρόπος επιλογής
5ο	Οικολογικό Μάρκετινγκ	Διοίκηση Εφοδιαστικής Αλυσίδας	Λειτουργίες και Διοίκηση Επισιτισμού	1 από τα προσφερόμενα
	Εφαρμογές Πολυμέσων στο Μάρκετινγκ	Ερευνα Τουριστικής Αγοράς	Οργάνωση και Λειτουργία Αεροδρομίων	
	Εργατικό και Εμπορικό Δίκαιο	Αγγλικά II	Αγγλικά II	
	Αγγλικά II		Γαλλικά I	
			Γερμανικά I	
			Διοίκηση Υπηρεσιών Εδάφους	
			Τουριστική Διαχ. Θαλάσσιων Προστατευόμενων Περιοχών	

6ο	Πολιτικό Μάρκετινγκ	Βιομηχανική Οργάνωση	Τουριστική Γεωγραφία	1 από τα προσφερόμενα
	Μάρκετινγκ Εκδηλώσεων	Μάρκετινγκ Μονάδων Υγείας και Πρόνοιας	Συστήματα Διαχείρισης Ξενοδοχείων - PMS	
	Μάρκετινγκ Μονάδων Υγείας και Πρόνοιας	Λογιστική σύμφωνα με ΕΛΠ	Διοίκηση και Κοστολόγηση Τροφοδοσίας	
	Θέματα Διαφθοράς και Διαφάνειας στη Δημόσια Διοίκηση		Διοίκηση και Λειτουργίες Υποδοχής	
			Τουρισμός Πολιτιστικής Κληρονομιάς	
			Γαλλικά II	
			Γερμανικά II	
			Θέματα Διαφθοράς και Διαφάνειας στη Δημόσια Διοίκηση	
			Διαχείριση Στοιχείων Βελτιστοποίησης Εσόδων στις Αερομεταφορές	
7ο	Δημόσιες Σχέσεις		Ελληνικός Πολιτισμός και Τουρισμός	1 από τα προσφερόμενα
	Προσωπικές Πωλήσεις		Αθλητικός Τουρισμός	
			Ασφάλεια Πληροφοριακών Συστημάτων και Προστασία Ιδιωτικότητας	
			Διοίκηση Εκδηλώσεων και Οργάνωση Συνεδρίων	
			Αειφορία στο Σύστημα Διακίνησης και Φιλοξενίας Τουριστών	

8ο	Μάρκετινγκ Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων	Μάρκετινγκ Εκπαιδευτικών Μονάδων	Θαλάσσιος και Καταδυτικός Τουρισμός	1 από τα προσφερόμενα
	Μάρκετινγκ Εκπαιδευτικών Μονάδων	Διοίκηση Λειτουργιών	Οινοτουρισμός Γαστρονομικός Τουρισμός	
	Αγγλική Ορολογία	Αγγλική Ορολογία	Επιχειρηματικότητα στον Τουρισμό	
	Ειδικές Μέθοδοι Ανάλυσης Δεδομένων	Διοίκηση Τουριστικών Προορισμών	Αγγλική Ορολογία	
			Γαλλική Τουριστική Ορολογία και Πολιτισμός	
			Γερμανική Τουριστική Ορολογία και Πολιτισμός	

#### 8.4 Πίνακας IV. Προαιρετικά Μαθήματα για όλες τις κατευθύνσεις

εξάμηνο	Προαιρετικά Μαθήματα για όλες τις κατευθύνσεις
6ο	Πρακτική Άσκηση
8ο	PADI Επιχειρηματική Ακαδημία Καταδύσεων
	IATA Εξυπηρέτηση Επιβατών – Λειτουργίες Αεροδρομίων



## 8.5 Προπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών ανά Εξάμηνο

### 1ο Εξάμηνο

A/A	ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Μάθημα	Χαρακτηρισμός	Θ	ΑΠ	ΕΡΓ.	ΩΡΕΣ	Φ.Ε	ECTS
1	230101	Αρχές Μάνατζμεντ	Κ	2	1		3	150	5
2	230102	Μικροοικονομική Θεωρία	Κ	3			3	150	5
3	230103	Εισαγωγή στην Πληροφορική	Κ	2	1		3	150	5
4	230104	Μαθηματικά	Κ	2	1		3	150	5
5	230105	Αρχές Γενικής Λογιστικής	Κ	2	1		3	150	5
6	230106	Αρχές Μάρκετινγκ	Κ	3			3	150	5

### 2ο Εξάμηνο

A/A	ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Μάθημα	Χαρακτηρισμός	Θ	ΑΠ	ΕΡΓ.	ΩΡΕΣ	Φ.Ε	ECTS
1	230201	Μίγμα Μάρκετινγκ	Κ	3			3	150	5
2	230202	Μακροοικονομική Θεωρία	Κ	3			3	150	5
3	230203	Δημόσια Διοίκηση	Κ	3			3	150	5
4	230204	Στατιστική	Κ	2	1		3	150	5
5	230205	Ψυχολογία	Κ	3			3	150	5
6	230206	Εισαγωγή στον Τουρισμό	Κ	3			3	150	5

#### ΥΠΟΜΝΗΜΑ

Θ, ΑΠ, Εργ : Ώρες Θεωρίας, Ασκήσεων Πράξης, Εργαστηριακής Εξάσκησης  
 ΦΕ : Φόρτος εργασίας για το σύνολο του ακαδημαϊκού εξαμήνου

Κ: Κορμού

ΥΚ: Υποχρεωτικό Κατεύθυνσης

ΕΚ: Επιλογής Κατεύθυνσης

ECTS: Πιστωτικές Μονάδες



**3ο Εξάμηνο**

A/A	ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Μάθημα	Χαρακτηρισμός	Θ	ΑΠ	ΕΡΓ.	ΩΡΕΣ	Φ.Ε	ECTS
1	230301	Κοινωνιολογία	Κ	3			3	150	5
2	230302	Διοίκηση Ανθρώπινων Πόρων και Οργανωσιακή Συμπεριφορά	Κ	3			3	150	5
3	230303	Μίγμα Επικοινωνίας και Διαφήμιση	Κ	3			3	150	5
4	230304	Αγγλικά Ι	Κ	3			3	150	5
5	230305	Διαχείριση Δεδομένων και Πληροφοριών	Κ	2		1	3	150	5
6	230306	Ερευνητικές Μεθοδολογίες	Κ	2		1	3	150	5

**4ο Εξάμηνο**

A/A	ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Μάθημα	Χαρακτηρισμός	Θ	ΑΠ	ΕΡΓ.	ΩΡΕΣ	Φ.Ε	ECTS
1	230401	Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση	Κ	3			3	150	5
2	230402	Ηλεκτρονικό Επιχειρείν	Κ	2	2		3	150	5
3	230403	Χρηματοοικονομική Διοίκηση	Κ	3			3	150	5
4	230404	Τουριστικό Μάρκετινγκ	Κ	3			3	150	5
5	230405	Διοίκηση Τουριστικών & Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων	Κ	3			3	150	5
6	230406	Συμπεριφορά Καταναλωτή	Κ	2	1		3	150	5

**ΥΠΟΜΝΗΜΑ**

Θ, ΑΠ, Εργ : Ώρες Θεωρίας, Ασκήσεων Πράξης, Εργαστηριακής Εξάσκησης  
ΦΕ : Φόρτος εργασίας για το σύνολο του ακαδημαϊκού εξαμήνου

Κ: Κορμού

ΥΚ: Υποχρεωτικό Κατεύθυνσης

ΕΚ: Επιλογής Κατεύθυνσης

ECTS: Πιστωτικές Μονάδες



**5ο Εξάμηνο**

A/A	ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Μάθημα	Χαρακτηρισμός	Θ	ΑΠ	ΕΡΓ.	ΩΡΕΣ	Φ.Ε	ECTS
1	230501	Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης	Κ	3			3	150	5
2	230502	Καινοτομία και Επιχειρηματικότητα	Κ	2	1		3	150	5
<b>Κατεύθυνση Μάρκετινγκ</b>									
3	230503	Έρευνα Μάρκετινγκ	ΥΚ	2	2		4	150	5
4	230504	Οργάνωση και Διοίκηση Πωλήσεων	ΥΚ	2	1		3	150	5
5	230505	Μάρκετινγκ Χονδρικού και Λιανικού Εμπορίου	ΥΚ	3			3	150	5
<i>Μάθημα επιλογής (1 από τα παρακάτω):</i>									
6	230506	Οικολογικό Μάρκετινγκ	ΕΚ	3			3	150	5
7	230507	Εφαρμογές Πολυμέσων στο Μάρκετινγκ	ΕΚ	1		2	3	150	5
8	230508	Εργατικό και Εμπορικό Δίκαιο	ΕΚ	3			3	150	5
9	230509	Αγγλικά II	ΕΚ	3			3	150	5
<b>Κατεύθυνση Διοίκησης Οργανισμών</b>									
10	230510	Διαχείριση Γνώσης	ΥΚ	3			3	150	5
11	230511	Διοικητική Λογιστική	ΥΚ	3			3	150	5
12	230512	Εργατικό και Εμπορικό Δίκαιο	ΥΚ	3			3	150	5
<i>Μαθήματα επιλογής (1 από τα παρακάτω):</i>									
13	230513	Διοίκηση Εφοδιαστικής Αλυσίδας	ΕΚ	3			3	150	5
14	230514	Έρευνα Τουριστικής Αγοράς	ΕΚ	3	1		4	150	5
15	230515	Αγγλικά II	ΕΚ	3			3	150	5
<b>Κατεύθυνση Διοίκησης Τουρισμού και Φιλοξενίας</b>									
16	230516	Αειφόρος – Βιώσιμος Τουρισμός και Πολιτική	ΥΚ	2	1		3	150	5
17	230517	Έρευνα Τουριστικής Αγοράς	ΥΚ	3	1		4	150	5
18	230518	Εργατικό και Εμπορικό Δίκαιο	ΥΚ	3			3	150	5
<i>Μαθήματα επιλογής (1 από τα παρακάτω):</i>									
19	230519	Λειτουργίες και Διοίκηση Επισιτισμού	ΕΚ	1	2		3	150	5
20	230520	Οργάνωση και Λειτουργία Αεροδρομίων	ΕΚ	1	2		3	150	5
21	230521	Αγγλικά II	ΕΚ	3			3	150	5
22	230522	Γαλλικά I	ΕΚ	3			3	150	5

23	230523	Γερμανικά Ι	ΕΚ	3			3	150	5
24	230524	Διοίκηση Υπηρεσιών Εδάφους	ΕΚ	3			3	150	5
25	230525	Τουριστική Διαχ. Θαλάσσιων Προστατευόμενων Περιοχών	ΕΚ	3			3	150	5

#### **ΥΠΟΜΝΗΜΑ**

Θ, ΑΠ, Εργ : Ώρες Θεωρίας, Ασκήσεων Πράξης, Εργαστηριακής Εξάσκησης  
ΦΕ : Φόρτος εργασίας για το σύνολο του ακαδημαϊκού εξαμήνου

Κ: Κορμού

ΥΚ: Υποχρεωτικό Κατεύθυνσης

ΕΚ: Επιλογής Κατεύθυνσης

ECTS: Πιστωτικές Μονάδες

**6ο Εξάμηνο**

A/A	ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Μάθημα	Χαρακτηρισμός	Θ	ΑΠ	ΕΡΓ.	ΩΡΕ Σ	Φ.Ε	ECTS
1	230601	Ποσοτικές Μέθοδοι Ανάλυσης Στοιχείων Έρευνας	Κ	2	1		3	150	5
2	230602	Στρατηγική Διοίκηση	Κ	3			3	150	5
<b>Κατεύθυνση Μάρκετινγκ</b>									
3	230603	Βιομηχανικό Μάρκετινγκ	ΥΚ	3			3	150	5
4	230604	Σχεδιασμός και Οργάνωση Διαφημιστικής Εκστρατείας	ΥΚ	2	1		3	150	5
5	230605	Στρατηγική Μάρκετινγκ	ΥΚ	2	2		4	150	5
<b><u>Μάθημα επιλογής (1 από τα παρακάτω):</u></b>									
6	230606	Πολιτικό Μάρκετινγκ	ΕΚ	3			3	150	5
7	230607	Μάρκετινγκ Εκδηλώσεων	ΕΚ	1	2		3	150	5
8	230608	Μάρκετινγκ Μονάδων Υγείας και Πρόνοιας	ΕΚ	3			3	150	5
9	230609	Θέματα Διαφθοράς και Διαφάνειας στη Δημόσια Διοίκηση	ΕΚ	3			3	150	5
<b>Κατεύθυνση Διοίκησης Οργανισμών</b>									
10	230610	Θέματα Διαφθοράς και Διαφάνειας στη Δημόσια Διοίκηση	ΥΚ	3			3	150	5
11	230611	Οικονομική των Επιχειρήσεων	ΥΚ	3			3	150	5
12	230612	Λήψη Αποφάσεων	ΥΚ	3			3	150	5
<b><u>Μαθήματα επιλογής (1 από τα παρακάτω):</u></b>									
13	230613	Βιομηχανική Οργάνωση	ΕΚ	3			3	150	5
14	230614	Μάρκετινγκ Μονάδων Υγείας και Πρόνοιας	ΕΚ	3			3	150	5
15	230615	Λογιστική σύμφωνα με ΕΛΠ	ΕΚ	3	1		4	150	5
<b>Κατεύθυνση Διοίκησης Τουρισμού και Φιλοξενίας</b>									
16	230616	Διοίκηση Ταξιδιωτικών Οργανισμών & Πρακτορείων	ΥΚ	2		1	3	150	5
17	230617	Τουρισμός Ειδικού Ενδιαφέροντος	ΥΚ	3			3	150	5
18	230618	Επιχειρηματικός Σχεδιασμός και Διαχείριση Κέρδους Επιχειρήσεων Φιλοξενίας	ΥΚ	3			3	150	5
<b><u>Μαθήματα επιλογής (1 από τα παρακάτω):</u></b>									
19	230619	Τουριστική Γεωγραφία	ΕΚ	2	1		3	150	5

20	230620	Συστήματα Διαχείρισης Ξενοδοχείων - PMS	EK	1		2	3	150	5
21	230621	Διοίκηση και Κοστολόγηση Τροφοδοσίας	EK	1		2	3	150	5
22	230622	Διοίκηση και Λειτουργίες Υποδοχής	EK	1		2	3	150	5
23	230623	Τουρισμός Πολιτιστικής Κληρονομιάς	EK	1	2		3	150	5
24	230624	Γαλλικά II	EK	3			3	150	5
25	230625	Γερμανικά II	EK	3			3	150	5
26	230626	Θέματα Διαφθοράς και Διαφάνειας στη Δημόσια Διοίκηση	EK	3			3	150	5
27	230627	Διαχείριση Στοιχείων Βελτιστοποίησης Εσόδων στις Αερομεταφορές	EK	2	1		3	150	5
<b>Προαιρετικά (για όλες τις κατευθύνσεις)</b>									
28	230628	Πρακτική Άσκηση	Προαιρετικό						5

#### ΥΠΟΜΝΗΜΑ

Θ, ΑΠ, Εργ : Ώρες Θεωρίας, Ασκήσεων Πράξης, Εργαστηριακής Εξάσκησης  
ΦΕ : Φόρτος εργασίας για το σύνολο του ακαδημαϊκού εξαμήνου

Κ: Κορμού

ΥΚ: Υποχρεωτικό Κατεύθυνσης

ΕΚ: Επιλογής Κατεύθυνσης

ECTS: Πιστωτικές Μονάδες



**7ο Εξάμηνο**

A/A	ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Μάθημα	Χαρακτηρισμός	Θ	ΑΠ	ΕΡΓ.	ΩΡΕ Σ	Φ.Ε	ECTS
<b>Κατεύθυνση Μάρκετινγκ</b>									
1	230701	Μάρκετινγκ Υπηρεσιών	ΥΚ	3			3	150	5
2	230702	Ψηφιακό Μάρκετινγκ	ΥΚ	3			3	150	5
3	230703	Διοίκηση και Διαχείριση Έργων	ΥΚ	3			3	150	5
4	230704	Επιχειρηματική Ευφυΐα και Αναλυτική	ΥΚ	2		1	3	150	5
5	230705	Διαχείριση Σχέσεων με τους Πελάτες (CRM)	ΥΚ	2		2	4	150	5
<i>Μάθημα επιλογής (1 από τα παρακάτω):</i>									
6	230706	Δημόσιες Σχέσεις	ΕΚ	3			3	150	5
7	230707	Προσωπικές Πωλήσεις	ΕΚ	3			3	150	5
<b>Κατεύθυνση Διοίκησης Οργανισμών</b>									
8	230708	Διοίκηση και Διαχείριση Έργων	ΥΚ	3			3	150	5
9	230709	Διεθνές Μάνατζμεντ	ΥΚ	3			3	150	5
10	230710	Επιχειρηματική Ευφυΐα και Αναλυτική	ΥΚ	2		1	3	150	5
11	230711	Επιχειρηματικά Μοντέλα	ΥΚ	3			3	150	5
12	230712	Διοίκηση Ποιότητας	ΥΚ	3			3	150	5
13	230713	Ασφάλεια Πληροφοριακών Συστημάτων και Προστασία Ιδιωτικότητας	ΥΚ	3			3	150	5
<b>Κατεύθυνση Διοίκησης Τουρισμού και Φιλοξενίας</b>									
14	230714	Κανάλια Διανομής στον Τουρισμό και στις Αερομεταφορές	ΥΚ	1		2	3	150	5
15	230715	Διοίκηση Λειτουργιών Καταλυμάτων	ΥΚ	1		2	3	150	5
16	230716	Πληροφοριακά Συστήματα & Εφαρμογές Η/Υ στον Τουρισμό και τη Φιλοξενία	ΥΚ	2		2	4	150	5
17	230717	Γεωγραφικά Συστήματα Πληροφοριών στον Τουρισμό	ΥΚ	3			3	150	5
18	230718	Διοίκηση Ποιότητας	ΥΚ	3			3	150	5
<i>Μαθήματα επιλογής (1 από τα παρακάτω):</i>									
19	230719	Ελληνικός Πολιτισμός και Τουρισμός	ΕΚ	1	2		3	150	5
20	230720	Αθλητικός Τουρισμός	ΕΚ	1	2		3	150	5
21	230721	Ασφάλεια Πληροφοριακών Συστημάτων και Προστασία	ΕΚ	3			3	150	5

		Ιδιωτικότητας							
22	230722	Διοίκηση Εκδηλώσεων και Οργάνωση Οργάνωση Συνεδρίων	EK	3			3	150	5
23	230723	Αειφορία στο Σύστημα Διακίνησης και Φιλοξενίας Τουριστών	EK	2	1		3	150	5

#### ΥΠΟΜΝΗΜΑ

Θ, ΑΠ, Εργ : Ώρες Θεωρίας, Ασκήσεων Πράξης, Εργαστηριακής Εξάσκησης

ΦΕ : Φόρτος εργασίας για το σύνολο του ακαδημαϊκού εξαμήνου

Κ: Κορμού

ΥΚ: Υποχρεωτικό Κατεύθυνσης

EK: Επιλογής Κατεύθυνσης

ECTS: Πιστωτικές Μονάδες

**8ο Εξάμηνο**

A/A	ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Μάθημα	Χαρακτηρισμός	Θ	ΑΠ	ΕΡΓ.	ΩΡΕΣ	Φ.Ε	ECTS
1		Τρίμηνη Πρακτική Άσκηση	Κ						5
2	230801	Πτυχιακή Εργασία ή δύο μαθήματα ΕΚ (διαφορετικά από όσα έχει ήδη επιλέξει να παρακολουθήσει ο φοιτητής/τρια)	Κ						5
<b>Κατεύθυνση Μάρκετινγκ</b>									
3	230802	Διεθνές Μάρκετινγκ	ΥΚ	2	1		3	150	5
4	230803	Διοίκηση Μάρκετινγκ	ΥΚ	3			3	150	5
5	230804	Διοίκηση Επωνύμων Προϊόντων	ΥΚ	3			3	150	5
<i>Μάθημα επιλογής (1 από τα παρακάτω):</i>									
6	230805	Μάρκετινγκ Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων	ΕΚ	3			3	150	5
7	230806	Μάρκετινγκ Εκπαιδευτικών Μονάδων	ΕΚ	3			3	150	5
8	230807	Αγγλική Ορολογία	ΕΚ	3			3	150	5
9	230808	Ειδικές Μέθοδοι Ανάλυσης Δεδομένων	ΕΚ	2		1	3	150	5
<b>Κατεύθυνση Διοίκησης Οργανισμών</b>									
10	230809	Διοίκηση και Οργάνωση Εκπαιδευτικών Μονάδων	ΥΚ	3			3	150	5
11	230810	Διοίκηση Μονάδων Υγείας και Πρόνοιας	ΥΚ	3			3	150	5
12	230811	Ειδικές Μέθοδοι Ανάλυσης Δεδομένων	ΥΚ	2		1	3	150	5
<i>Μαθήματα επιλογής (1 από τα παρακάτω):</i>									
13	230812	Μάρκετινγκ Εκπαιδευτικών Μονάδων	ΕΚ	3			3	150	5
14	230813	Διοίκηση Λειτουργιών	ΕΚ	3			3	150	5
15	230814	Αγγλική Ορολογία	ΕΚ	3			3	150	5
16	230815	Διοίκηση Τουριστικών Προορισμών	ΕΚ	2	1		3	150	5
<b>Κατεύθυνση Διοίκησης Τουρισμού και Φιλοξενίας</b>									
17	230816	Διοίκηση Τουριστικών Προορισμών	ΥΚ	2	1		3	150	5
18	230817	Διοίκηση Φιλοξενίας	ΥΚ	3			3	150	5
19	230818	Διοίκηση και Οργάνωση Αερομεταφορών και Εμπορευμάτων	ΥΚ	3			3	150	5
<i>Μαθήματα επιλογής (1 από τα παρακάτω):</i>									
20	230819	Θαλάσσιος και	ΕΚ	3			3	150	5

Καταδυτικός Τουρισμός									
21	230820	Οινοτουρισμός Γαστρονομικός Τουρισμός	ΕΚ	3			3	150	5
22	230821	Επιχειρηματικότητα στον Τουρισμό	ΕΚ	3			3	150	5
23	230822	Αγγλική Ορολογία	ΕΚ	3			3	150	5
24	230823	Γαλλική Τουριστική Ορολογία και Πολιτισμός	ΕΚ	3			3	150	5
25	230824	Γερμανική Τουριστική Ορολογία και Πολιτισμός	ΕΚ	3			3	150	5
Προαιρετικά (για όλες τις κατευθύνσεις)									
26	230825	PADI Επιχειρηματική Ακαδημία Καταδύσεων	Προαιρετικό	3			3	150	5
27	230826	IATA Εξυπηρέτηση Επιβατών – Λειτουργίες Αεροδρομίων	Προαιρετικό	3			3	150	5

#### ΥΠΟΜΝΗΜΑ

Θ, ΑΠ, Εργ : Ώρες Θεωρίας, Ασκήσεων Πράξης, Εργαστηριακής Εξάσκησης  
ΦΕ : Φόρτος εργασίας για το σύνολο του ακαδημαϊκού εξαμήνου

Κ: Κορμού

ΥΚ: Υποχρεωτικό Κατεύθυνσης

ΕΚ: Επιλογής Κατεύθυνσης

ECTS: Πιστωτικές Μονάδες

## 9. ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΟ ΤΜΗΜΑ

Στο Τμήμα Τμήμα Διοίκησης Οργανισμών, Μάρκετινγκ και Τουρισμού της Σχολής Σχολής Οικονομίας & Διοίκησης του του ΔΙ.ΠΑ.Ε. λειτουργούν σήμερα 4 μεταπτυχιακά προγράμματα σπουδών.

- Μεταπτυχιακό στη Διοίκηση των Επιχειρήσεων – MBA (<http://www.mba.teithe.gr/>)
- Μεταπτυχιακό στη Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων & Οργανισμών (<http://www.tourism-master.gr>)
- Μεταπτυχιακό στη Διοίκηση & Οργάνωση Εκπαιδευτικών Μονάδων (<http://www.education-master.gr>)
- Μεταπτυχιακό στη Διοίκηση Μονάδων Υγείας & Πρόνοιας (<http://www.health-master.gr>)

### 9.1 Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στη Διοίκηση των Επιχειρήσεων – MBA

Το Π.Μ.Σ. στη Διοίκηση των Επιχειρήσεων (MBA) αποτελεί το πλέον δημοφιλές μεταπτυχιακό δίπλωμα στην Ελλάδα και παγκοσμίως, διότι παρέχει το απαραίτητο γνωστικό υπόβαθρο για την κατανόηση του τρόπου λειτουργίας της αγοράς και των επιχειρήσεων και τις αναγκαίες δεξιότητες για την ορθολογικότερη και αποτελεσματικότερη άσκηση διοίκησης μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού.

Το Μεταπτυχιακό στη Διοίκηση των Επιχειρήσεων του ΔΙΠΑΕ με έδρα τη Σίνδο, έχει τα παρακάτω πλεονεκτήματα:

- Παρέχει ένα σύγχρονο πρόγραμμα σπουδών σύμφωνα με τα διεθνή δεδομένα και τις ανάγκες της ελληνικής πραγματικότητας.
- Εφαρμόζει σύγχρονες και πρωτοποριακές μεθόδους εκπαίδευσης.
- Διαθέτει εξαιρετικό εκπαιδευτικό προσωπικό με πλούσια ερευνητική και διδακτική δραστηριότητα και επαγγελματική εμπειρία.
- Δίνει τη δυνατότητα εξόφλησης των διδάκτρων σε δόσεις.
- Εφαρμόζει τις αρχές διασφάλισης ποιότητας που καθορίζονται από την Α.ΔΙ.Π. (Αρχή Διασφάλισης Ποιότητας).
- Υποστηρίζει τις προσπάθειες των αξιόλογων αποφοίτων για ανεύρεση εργασίας.

#### 9.1.1 Ιστορία

Το μεταπτυχιακό στη Διοίκηση των Επιχειρήσεων (MBA) ιδρύθηκε το ακαδημαϊκό έτος 2015-2016 και λειτουργεί από το Τμήμα Διοίκησης Οργανισμών, Μάρκετινγκ και Τουρισμού του Διεθνούς Πανεπιστημίου της Ελλάδος (πρώην Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων του ΑΤΕΙ Θεσσαλονίκης).

Είναι επίσημα αναγνωρισμένο από το ελληνικό κράτος (ΦΕΚ 1396/7-7-2015, ΦΕΚ 2582/3-7-2018 και ΦΕΚ 3470/20-08-2020) και είναι ισότιμο με τα αντίστοιχα διπλώματα μεταπτυχιακών σπουδών που απονέμονται από όλα τα Πανεπιστήμια στην Ελλάδα και στον κόσμο.

### 9.1.2 Αντικείμενο – Σκοπός Μεταπτυχιακού Προγράμματος

Αντικείμενο του ΠΜΣ είναι η παραγωγή μεν γνώσης στον επιστημονικό χώρο της Διοίκησης των Επιχειρήσεων, αφετέρου δε η μετάδοσή της στους μεταπτυχιακούς φοιτητές που θα το παρακολουθούν, αλλά και στην ευρύτερη ακαδημαϊκή κοινότητα.

Το Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στη Διοίκηση των Επιχειρήσεων αποσκοπεί στην περαιτέρω προαγωγή της επιστημονικής γνώσης και στην προώθηση της έρευνας, με συνεκτίμηση των αναγκών ανάπτυξης σε επίπεδο Περιφέρειας αλλά και της Χώρας γενικότερα.

Στόχοι του ΠΜΣ:

- Η εμπάθυνση και προαγωγή των γνώσεων στο γνωστικό αντικείμενο της Διοίκησης των Επιχειρήσεων, αλλά και σε συναφείς γνωστικές περιοχές, όπως η Διεθνής Δραστηριοποίηση των Επιχειρήσεων, το Μάρκετινγκ, η Επιχειρηματικότητα κλπ. και η προώθηση της ανάπτυξης της έρευνας, της θεωρίας και των εφαρμογών της στο αντικείμενο της Διοίκησης των Επιχειρήσεων.
- Η εξειδίκευση και η διαμόρφωση στελεχών ικανών να ανταποκριθούν με επιτυχία στον επαγγελματικό χώρο των επιχειρήσεων και των οργανισμών του ιδιωτικού αλλά και του δημόσιου τομέα.
- Η προετοιμασία στελεχών με εξειδίκευση στην εξωστρέφεια των επιχειρήσεων και των οργανισμών, πράγμα που είναι και σημερινό ζητούμενο για την τόνωση και την ανάπτυξη της Ελληνικής Οικονομίας.

### 9.1.3 Μεταπτυχιακός τίτλος που απονέμεται

Το Π.Μ.Σ. απονέμει το Μεταπτυχιακό Δίπλωμα Ειδίκευσης (Μ.Δ.Ε.) στη «Διοίκηση των Επιχειρήσεων» («Master in Business Administration») με τις ακόλουθες κατευθύνσεις:

- Διοίκηση Επιχειρήσεων με γενική Κατεύθυνση (General MBA)
- Διεθνείς Επιχειρηματικές Δραστηριότητες (MBA in International Business)

### 9.1.4 Κατηγορίες Πτυχιούχων που γίνονται δεκτοί

Στο Π.Μ.Σ. γίνονται δεκτοί πτυχιούχοι Τμημάτων πανεπιστημίων και ΤΕΙ της ημεδαπής και αναγνωρισμένων ομοταγών ιδρυμάτων της αλλοδαπής (αναγνώριση πτυχίου από ΔΟΑΤΑΠ).

Προϋπόθεση για την επιλογή, αποτελεί και η επαρκής γνώση (τουλάχιστον επίπεδο Β2) μιας τουλάχιστον ξένης γλώσσας, πέραν αυτής της Ελληνικής. Μπορούν επίσης να υποβάλουν αίτηση στο ΠΜΣ και φοιτητές που έχουν περατώσει επιτυχώς τις εξετάσεις όλων των μαθημάτων τους και εκκρεμεί μόνο η ορκωμοσία τους. Για να συμμετέχουν στη διαδικασία επιλογής οι φοιτητές αυτοί απαιτείται να καταθέσουν πιστοποιητικό από την γραμματεία του Τμήματός τους, στο οποίο θα αναφέρεται η ημερομηνία ολοκλήρωσης των σπουδών τους καθώς και ο βαθμός του πτυχίου τους. Η μόνη εκκρεμότητα μπορεί να είναι η ορκωμοσία. Η οριστικοποίηση της εγγραφής τους θα γίνεται μετά από την προσκόμιση αντιγράφου του πτυχίου τους.

### 9.1.5 Χρονική διάρκεια σπουδών

Η ελάχιστη διάρκεια για την απονομή του Διπλώματος Μεταπτυχιακών Σπουδών ορίζεται σε τρία (3) εξάμηνα, στα οποία περιλαμβάνεται και ο χρόνος που απαιτείται για την εκπόνηση και υποβολή προς κρίση διπλωματικής εργασίας.

### 9.1.6 Πρόγραμμα Μαθημάτων ανά εξάμηνο

Κάθε διδακτικό εξάμηνο περιλαμβάνει 13 πλήρεις διδακτικές εβδομάδες.

Τα μαθήματα του MBA διδάσκονται κατά τις παρακάτω ημέρες και ώρες:

- Τετάρτη 16:45-21:30
- Παρασκευή 16:45-21:30
- Σάββατο 10:00-14:45

Μαθήματα Α' Εξαμήνου

- [101] ΟΡΓΑΝΩΣΙΑΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ, ΗΓΕΣΙΑ ΚΑΙ ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ
- [102] ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ
- [103] ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ
- [104] ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ
- [201] ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ
- [301] ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Μαθήματα Β' Εξαμήνου κατεύθυνση: Γενική

- [202] ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ ΚΑΙ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΩΝ
- [203] ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ
- [302(A)] ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ
- [303(A)] ΕΙΔΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ
- [304(A)] ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ
- [401(A)] ΑΛΛΑΓΗ, ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ, ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Μαθήματα Β' Εξαμήνου κατεύθυνση: Διεθνείς Επιχειρηματικές Δραστηριότητες

- [202] ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ ΚΑΙ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΩΝ
- [203] ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ
- [302(B)] ΔΙΕΘΝΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΜΠΟΡΙΟ
- [303(B)] ΔΙΕΘΝΕΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ
- [304(B)] ΣΥΣΤΗΜΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ
- [401(B)] ΔΙΕΘΝΕΣ ΔΙΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ (B2B) ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΗΣ ΕΦΟΔΙΑΣΤΙΚΗ ΑΛΥΣΙΔΑ

Γ' Εξάμηνο

Κάθε μεταπτυχιακός φοιτητής στο πλαίσιο των υποχρεώσεών του για την απόκτηση του Μεταπτυχιακού Διπλώματος Ειδίκευσης (Μ.Δ.Ε.) εκπονεί μεταπτυχιακή διπλωματική εργασία.

Η διάρκεια εκπόνησης της διπλωματικής εργασίας σε καμία περίπτωση δεν μπορεί να είναι μικρότερη του ενός ημερολογιακού τριμήνου. Ο χρόνος εκπόνησης της εργασίας συνυπολογίζεται στο συνολικό χρόνο φοίτησης και επομένως υπόκειται (αθροιστικά) στους αντίστοιχους περιορισμούς.

Κάθε μεταπτυχιακός φοιτητής επιλέγει ένα θέμα για διπλωματική και συμπληρώνει μια δήλωση στην οποία καταγράφει με σειρά προτίμησης τους διδάσκοντες που θεωρεί σχετικούς με το αντικείμενο και που μπορούν να αναλάβουν το ρόλο του επιβλέποντος καθηγητή.

Η πρόταση για το θέμα της εργασίας, τους στόχους της και του ορισμού του επιβλέποντος καθηγητή αποφασίζονται και επικυρώνονται από τη συνέλευση του Τμήματος.

Για την εξέταση της διπλωματικής εργασίας ορίζεται τριμελής επιτροπή, στην οποία συμμετέχουν ο επιβλέπων και δύο άλλα μέλη ΔΕΠ του ΔΙΠΑΕ ή άλλων Ανωτάτων Εκπαιδευτικών Ιδρυμάτων ή ΔΕΠ Πανεπιστημίων ή ερευνητές βαθμίδων Α', Β' ή Γ', οι οποίοι είναι κάτοχοι διδακτορικού διπλώματος.

Μετά την εξέταση και την έγκρισή της, η διπλωματική εργασία κατατίθεται από τον φοιτητή σε ηλεκτρονική μορφή στη Γραμματεία και στη Βιβλιοθήκη του Τμήματος.

#### 9.1.7 Αριθμός εισακτέων

Ο αριθμός των εισακτέων στο ΠΜΣ είναι 40 φοιτητές.

#### 9.1.8 Προσωπικό

Στους διδάσκοντες του MBA περιλαμβάνονται τα παρακάτω μέλη ΔΕΠ του Τμήματος Διοίκησης Οργανισμών, Μάρκετινγκ και Τουρισμού του ΔΙΠΑΕ:

- **Σαρμανιώτης Χρήστος**, Ομότιμος Καθηγητής
- **Ασημακόπουλος Κωνσταντίνος**, Αναπληρωτής Καθηγητής
- **Σταλίδης Γεώργιος**, Καθηγητής
- **Παπαϊωάννου Ευγενία**, Αναπληρώτρια Καθηγήτρια
- **Δελησταύρου Αντωνία**, Αναπληρώτρια Καθηγήτρια
- **Αβδημιώτης Σπύρος**, Αναπληρωτής Καθηγητής
- **Γκούνας Αθανάσιος**, Επίκουρος Καθηγητής
- **Βλαχάκης Σωτήρης**, Λέκτορας

Επιπλέον στο MBA διδάσκουν μέλη ΔΕΠ άλλων τμημάτων του ΔΙΠΑΕ, άλλων ΑΕΙ, καθώς και επιστημονικοί συνεργάτες:

- **Στεφάνου Κωνσταντίνος**, Καθηγητής ΔΙΠΑΕ
- **Δασίλας Απόστολος**, Αναπληρωτής Καθηγητής ΠΑΜΑΚ
- **Κοτσαϊβάζογλου Ιορδάνης**, Αναπληρωτής Καθηγητής ΔΙΠΑΕ



- **Γκρος Χρήστος**, Επίκουρος Καθηγητής ΔΙΠΑΕ
- **Γκούνα Ουρανία**, Επιστημονικός Συνεργάτης ΔΙΠΑΕ
- **Νάνος Ιωάννης**, Επιστημονικός Συνεργάτης ΔΙΠΑΕ

## 9.2 Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στη Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων & Οργανισμών

Το Τμήμα Διοίκησης Οργανισμών, Μάρκετινγκ & Τουρισμού του Διεθνούς Πανεπιστημίου Ελλάδος, οργανώνει και λειτουργεί το Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών (Π.Μ.Σ.) με τίτλο «Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στη Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων και Οργανισμών» («Master of Science in Tourism Management & Business Administration») χωρίς τέλη φοίτησης.

### 9.2.1 Ιστορία

Το μεταπτυχιακό στη Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων & Οργανισμών ιδρύθηκε το ακαδημαϊκό έτος 2015-2016 και λειτουργεί από το Τμήμα Διοίκησης Οργανισμών, Μάρκετινγκ και Τουρισμού του Διεθνούς Πανεπιστημίου της Ελλάδος (πρώην Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων εισαγωγικής κατεύθυνσης Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων και Επιχειρήσεων Φιλοξενίας, της Σχολής Διοίκησης και Οικονομίας, του ΑΤΕΙ Θεσσαλονίκης).

Είναι επίσημα αναγνωρισμένο από το ελληνικό κράτος και είναι ισότιμο με τα αντίστοιχα διπλώματα μεταπτυχιακών σπουδών που απονέμονται από όλα τα Πανεπιστήμια στην Ελλάδα και στον κόσμο.

Η λειτουργία του Π.Μ.Σ. στη Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων & Οργανισμών ρυθμίζεται από :

1. Το θεσμικό πλαίσιο μεταπτυχιακών σπουδών ([v. 3685/τ.Α' 148/16-7-2008](#))
2. Το Νόμο σχετικά με την οργάνωση και λειτουργία της ανώτατης εκπαίδευσης ([v. 4485/τ.Α' 114/4-8-2017](#))
3. Το ΦΕΚ ίδρυσης του Π.Μ.Σ. ([ΦΕΚ τ.Β' 2299/23-10-2015](#))
4. Το ΦΕΚ τροποποίησης του Π.Μ.Σ. ([ΦΕΚ τ.Β' 4409/30-12-2016](#))
5. Το ΦΕΚ επανίδρυσης του Π.Μ.Σ. ([ΦΕΚ τ.Β' 1535/4-5-2018](#))
6. Τον κανονισμό σπουδών του Π.Μ.Σ. ([ΦΕΚ 5086/14-11-2018](#))
7. Το ΦΕΚ μετεξέλιξης του Αλεξάνδρειου ΤΕΙ Θεσσαλονίκης σε Διεθνές Πανεπιστήμιο Ελλάδος ([ΦΕΚ τ.Α' 4610/7-5-2019](#))
8. Την απόφαση επανίδρυσης του Π.Μ.Σ. από το Διεθνές Πανεπιστήμιο Ελλάδος σύμφωνα με την παρ.1 του άρθρου 12, το άρθρο 8, και την παρ.10 του άρθρου 55, του Ν.4610/2019 ([ΑΔΑ: Ω5ΖΞ46ΨΖ3Π-ΑΛΟ](#))
9. Το ΦΕΚ επανίδρυσης του ΠΜΣ ([3463/Β'/13-9-2019](#))
10. Το ΦΕΚ του Κανονισμού Σπουδών ([3530/Β'/26-8-2020](#))

## 9.2.2 Αντικείμενο – Σκοπός Μεταπτυχιακού Προγράμματος

Αντικείμενο του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών (Π.Μ.Σ.) είναι η παραγωγή αφενός μεν γνώσης στον επιστημονικό χώρο της Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων & Οργανισμών και αφετέρου η μετάδοσή της στους μεταπτυχιακούς φοιτητές που θα το παρακολουθούν, επιτυγχάνοντας έτσι τον ευρύτερο σκοπό του Π.Μ.Σ. που είναι η παροχή στην τουριστική βιομηχανία στελεχών υψηλού επιπέδου που μπορούν να ικανοποιήσουν τις απαιτήσεις των τουριστικών επιχειρήσεων και οργανισμών, αλλά και η παροχή με ειδικευμένους ανθρώπινους πόρους στους δημόσιους και στους μη κρατικούς φορείς του τουρισμού για να συμβάλουν στη βιώσιμη τουριστική και οικονομική ανάπτυξη της χώρας.

Σκοποί του Π.Μ.Σ. στη Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων & Οργανισμών είναι:

- Η εμπάθυνση και προαγωγή των γνώσεων στο γνωστικό αντικείμενο της Διοίκησης των Τουριστικών Επιχειρήσεων και Οργανισμών αλλά και σε συναφείς επιστημονικές περιοχές, όπως η διεθνής δραστηριοποίηση μιας τουριστικής επιχείρησης, το μάρκετινγκ και η προώθηση, η διοίκηση των ανθρώπινων πόρων, η αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών,
- Η προώθηση της θεωρίας και η ανάπτυξη της έρευνας και των εφαρμογών, της σε επιμέρους κλάδους του τουρισμού, όπως: τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις και επιχειρήσεις φιλοξενίας, τις αεροπορικές επιχειρήσεις, τις επιχειρήσεις ταξιδιών, τις επιχειρήσεις ακτοπλοΐας και κρουαζιέρας, τη βιώσιμη ανάπτυξη τουριστικών προορισμών, την διαχείριση τουριστικών προορισμών, και τη διαχείριση πολιτιστικών πόρων και πολιτιστικού τουρισμού.
- Η εξειδίκευση των πτυχιούχων του Τμήματος και των ομόλογων Τμημάτων άλλων Α.Ε.Ι. και η διαμόρφωση υψηλού επιπέδου στελεχών ικανών να ανταποκριθούν στον επαγγελματικό χώρο των τουριστικών επιχειρήσεων, φορέων και οργανισμών.
- Η προετοιμασία ανθρώπινων πόρων υψηλού επιπέδου με εξειδίκευση στην καινοτομία, στην ανταγωνιστικότητα και στην εξωστρέφεια των τουριστικών επιχειρήσεων, οργανισμών και φορών των τουριστικών προορισμών, κάτι το οποίο είναι αναγκαίο ζητούμενο για την τόνωση και τη βιώσιμη ανάπτυξη της Ελληνικής οικονομίας και της τουριστικής βιομηχανίας στο σύνολό της.

## 9.2.3 Μεταπτυχιακός τίτλος που απονέμεται

Το Π.Μ.Σ. απονέμει το Μεταπτυχιακό Δίπλωμα Ειδίκευσης (Μ.Δ.Ε.) στη «Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων και Οργανισμών» με τις ακόλουθες κατευθύνσεις:

1. Διοίκηση Ξενοδοχειακών & Ταξιδιωτικών Επιχειρήσεων.
2. Μάρκετινγκ & Διοίκηση Τουριστικών Προορισμών
3. Διοίκηση Ειδικών Μορφών Τουρισμού

Ο τίτλος της κατεύθυνσης που επιλέγει ο κάθε φοιτητής, αναγράφεται στο Μεταπτυχιακό Δίπλωμα Ειδίκευσης (Μ.Δ.Ε.) που του απονέμεται.

#### 9.2.4 Κατηγορίες Πτυχιούχων που γίνονται δεκτοί

Στο Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών γίνονται δεκτοί πτυχιούχοι Τμημάτων Α.Ε.Ι. (πανεπιστημίων και Τ.Ε.Ι.) της ημεδαπής και της αλλοδαπής, όπως προβλέπεται από την ισχύουσα νομοθεσία.

Το Π.Μ.Σ. στη Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων & Οργανισμών δεν έχει τέλη φοίτησης. Οι μεταπτυχιακοί φοιτητές του σπουδάζουν καθ' όλη τη διάρκεια των σπουδών τους χωρίς καμία οικονομική επιβάρυνση.

#### 9.2.5 Χρονική διάρκεια σπουδών

Το Π.Μ.Σ. «Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων και Οργανισμών» αναπτύσσεται σε 3 εξάμηνα σπουδών, διάρκειας 13 εβδομάδων το κάθε ένα. Τα δύο πρώτα εξάμηνα οι φοιτητές παρακολουθούν συνολικά 10 μαθήματα (δηλαδή, 5 μαθήματα κάθε εξάμηνο), ενώ το τρίτο εξάμηνο εκπονούν τη μεταπτυχιακή διπλωματική τους εργασία. Κάθε μάθημα είναι διάρκειας 3 διδακτικών ωρών και αντιστοιχεί σε 6 πιστωτικές μονάδες του συστήματος ECTS. Η μεταπτυχιακή διπλωματική εργασία αντιστοιχεί σε 30 πιστωτικές μονάδες του συστήματος ECTS. Το σύνολο των σπουδών στο Π.Μ.Σ. αντιστοιχεί σε 90 πιστωτικές μονάδες του συστήματος ECTS.

#### 9.2.6 Πρόγραμμα Μαθημάτων ανά εξάμηνο

Το Π.Μ.Σ. περιλαμβάνει υποχρεωτικά μαθήματα «**κορμού**», υποχρεωτικά μαθήματα «**κατεύθυνσης**» και μαθήματα «**επιλογής**». Τα μαθήματα και η κατανομή τους ανά εξάμηνο παρουσιάζονται ακολούθως:

##### **Α' εξάμηνο σπουδών:**

Στο Α' εξάμηνο, όλοι οι φοιτητές παρακολουθούν τα παρακάτω 5 υποχρεωτικά μαθήματα «κορμού»:

- Εισαγωγή στον Τουρισμό, τη Φιλοξενία και τα Ταξίδια (6 ECTS)
- Μάνατζμεντ Τουριστικών Επιχειρήσεων (6 ECTS)
- Μεθοδολογίες Έρευνας (6 ECTS)
- Τουριστικό Μάρκετινγκ & Διοίκηση Εμπειριών (6 ECTS)
- Τουριστική Επιχειρηματικότητα & Καινοτομία (6 ECTS)

##### **Β' εξάμηνο σπουδών:**

Το Β' εξάμηνο αποτελεί σύνθεση υποχρεωτικών μαθημάτων «κορμού», υποχρεωτικών μαθημάτων «κατεύθυνσης» και μαθημάτων «επιλογής». Όλοι οι φοιτητές παρακολουθούν υποχρεωτικά τα παρακάτω δύο μαθήματα «κορμού»:

- Πολιτική και Στρατηγική Τουριστικών Επιχειρήσεων & Οργανισμών (6 ECTS)
- Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης και Ηλεκτρονικό Επιχειρείν στον Τουρισμό (6 ECTS)

Φοιτητές της Κατεύθυνσης «*Διοίκηση Ξενοδοχειακών & Ταξιδιωτικών Επιχειρήσεων*» παρακολουθούν υποχρεωτικά τα παρακάτω δύο μαθήματα «κατεύθυνσης»:

- Διοίκηση Υπηρεσιών Φιλοξενίας & Ξενοδοχειακών Λειτουργιών (6 ECTS)

- Διοίκηση Ταξιδιωτικών Υπηρεσιών & Αεροπορικών Επιχειρήσεων (6 ECTS)

Επίσης, φοιτητές της ίδιας κατεύθυνσης επιλέγουν ένα από τα παρακάτω μαθήματα «επιλογής»:

- Ηλεκτρονικά Συστήματα & Κανάλια Διανομής στον Τουρισμό (6 ECTS)
- Επενδυτικές Μελέτες και Χρηματοδότηση στον Τουρισμό (6 ECTS)

Φοιτητές της Κατεύθυνσης «*Μάρκετινγκ & Διοίκηση Τουριστικών Προορισμών*» παρακολουθούν υποχρεωτικά τα παρακάτω δύο μαθήματα «κατεύθυνσης»:

- Βιώσιμη Τουριστική Πολιτική & Ανάπτυξη (6 ECTS)
- Διοίκηση & Μάρκετινγκ Τουριστικών Προορισμών (6 ECTS)

Επίσης, φοιτητές της ίδιας κατεύθυνσης επιλέγουν ένα από τα παρακάτω μαθήματα «επιλογής»:

- Ηλεκτρονικά Συστήματα & Κανάλια Διανομής στον Τουρισμό (6 ECTS)
- Επενδυτικές Μελέτες και Χρηματοδότηση στον Τουρισμό (6 ECTS)

Φοιτητές της Κατεύθυνσης «*Διοίκηση Ειδικών Μορφών Τουρισμού*» παρακολουθούν υποχρεωτικά τα παρακάτω δύο μαθήματα «κατεύθυνσης»:

- Τουρισμός Πολιτιστικής Κληρονομιάς (6 ECTS)
- Θεματικές Μορφές Τουρισμού (6 ECTS)

Επίσης, φοιτητές της ίδιας κατεύθυνσης επιλέγουν ένα από τα παρακάτω μαθήματα «επιλογής»:

- Ηλεκτρονικά Συστήματα & Κανάλια Διανομής στον Τουρισμό (6 ECTS)
- Επενδυτικές Μελέτες και Χρηματοδότηση στον Τουρισμό (6 ECTS)

Με αποφάσεις των οργάνων μπορεί να γίνει τροποποίηση του προγράμματος των μαθημάτων και ανακατανομή των μαθημάτων μεταξύ των εξαμήνων.

### **Γ' εξάμηνο σπουδών:**

Το Γ' εξάμηνο προορίζεται για την εκπόνηση μεταπτυχιακής Διπλωματικής Εργασίας από τους φοιτητές. Το θέμα της μεταπτυχιακής Διπλωματικής Εργασίας του κάθε φοιτητή πρέπει να είναι ενταγμένο στο ευρύτερο γνωστικό αντικείμενο της «Κατεύθυνσης» εξειδίκευσης που επέλεξε ο φοιτητής.

### **9.2.7 Αριθμός εισακτέων**

Ο αριθμός των εισακτέων ανά κύκλο εισαγωγής (το χειμερινό ή/και το εαρινό εξάμηνο) προβλέπεται να είναι κατ' ανώτατο όριο είκοσι-οκτώ (28). Κατ' εξαίρεση, μπορεί να αυξηθεί ο αριθμός των εισακτέων έως 15% επί του συνόλου, εφόσον υπάρχουν υποψήφιοι μεταπτυχιακοί φοιτητές που ισοβαθμούν στην τελευταία (28<sup>η</sup>) θέση κατάταξης κατά τη διαδικασία επιλογής. Η επιλογή τους γίνεται σύμφωνα με την κείμενη νομοθεσία και τις σχετικές προβλέψεις του Κανονισμού Σπουδών του Π.Μ.Σ. Επιπλέον, γίνεται δεκτός ένας υπότροφος του ΙΚΥ που πέτυχε στο σχετικό διαγωνισμό μεταπτυχιακών σπουδών εσωτερικού του γνωστικού αντικειμένου του ΠΜΣ και ένας αλλοδαπός υπότροφος του Ελληνικού κράτους όπως προβλέπει ο Νόμος 3685/2008 άρθρο 4 παρ. 3.

### 9.2.8 Προσωπικό

Για την υλοποίηση του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών (Π.Μ.Σ.) στη Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων & Οργανισμών απασχολούνται διδάσκοντες ιδιαίτερα υψηλού επιπέδου, με μακρά διδακτική, ερευνητική και επιστημονική εμπειρία σε γνωστικά αντικείμενα του τουρισμού και της φιλοξενίας, καθώς και διακεκριμένα στελέχη τουριστικών επιχειρήσεων, φορέων και οργανισμών, τόσο από την Ελλάδα όσο και από το εξωτερικό:

**Σπύρος Αβδημιώτης**, Αναπληρωτής Καθηγητής, Διεθνές Πανεπιστήμιο Ελλάδος

**Βλάσιος Βλασιδης**, Αναπληρωτής Καθηγητής, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας

**Αντώνιος Γιαννόπουλος**, Επίκουρος Καθηγητής, Διεθνές Πανεπιστήμιο της Ελλάδος

**Παναγιώτης Κασσιανίδης**, Αναπληρωτής Καθηγητής, Διεθνές Πανεπιστήμιο Ελλάδος

**Φώτης Κιλιπέρης**, Καθηγητής, Διεθνές Πανεπιστήμιο Ελλάδος

**Νίκος Κωνσταντόπουλος**, Ομ. Καθηγητής, Πανεπιστήμιο Αιγαίου

**Ανθία Μπακάλμπαση**, Λέκτορας, Διεθνές Πανεπιστήμιο Ελλάδος

**Ανδρέας Παπαθεοδώρου**, Καθηγητής, Πανεπιστήμιο Αιγαίου

**Ιωάννα Σιμέλη**, Επίκουρη Καθηγήτρια, Διεθνές Πανεπιστήμιο Ελλάδος

**Γεώργιος Σκούφας**, Αναπληρωτής Καθηγητής, Διεθνές Πανεπιστήμιο Ελλάδος

**Θεόδωρος Σταυρινούδης**, Καθηγητής, Πανεπιστήμιο Αιγαίου

**Χρυσούλα Χατζηγεωργίου**, Καθηγήτρια, Διεθνές Πανεπιστήμιο Ελλάδος

**Ευάγγελος Χρήστου**, Καθηγητής, Διεθνές Πανεπιστήμιο Ελλάδος

### 9.3 Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στη Διοίκηση και Οργάνωση Εκπαιδευτικών Μονάδων

Το Τμήμα Διοίκησης Οργανισμών, Μάρκετινγκ και Τουρισμού του Διεθνούς Πανεπιστημίου της Ελλάδος διοργανώνει Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στη Διοίκηση και Οργάνωση Εκπαιδευτικών Μονάδων (ΦΕΚ επανίδρυσης 3472/Β'/13-9-2019). Το πρόγραμμα μεταπτυχιακών σπουδών (Π.Μ.Σ.) διέπεται από τις διατάξεις του Ν. 4485/2017, όπως αυτές τροποποιήθηκαν και ισχύουν και από τις διατάξεις του Ν.4610/2019.

Το Π.Μ.Σ. απονέμει Δίπλωμα Μεταπτυχιακών Σπουδών (Δ.Μ.Σ.) με τίτλο «Διοίκηση και Οργάνωση Εκπαιδευτικών Μονάδων» («Master of Science in Education Management & Organisation») με 3 ειδικεύσεις:

1. Διοίκηση και Αξιολόγηση Εκπαιδευτικών και Εκπαιδευτικών Ιδρυμάτων
2. Ψηφιακές Τεχνολογίες στην Εκπαίδευση
3. Εκπαίδευση Ενηλίκων

### 9.3.1 Ιστορία

Το μεταπτυχιακό στη Διοίκηση & Οργάνωση Εκπαιδευτικών Μονάδων ιδρύθηκε το ακαδημαϊκό έτος 2015-2016 και λειτουργεί από το Τμήμα Διοίκησης Οργανισμών, Μάρκετινγκ και Τουρισμού του Διεθνούς Πανεπιστημίου της Ελλάδος (πρώην Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων εισαγωγικής κατεύθυνσης Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων και Επιχειρήσεων Φιλοξενίας, της Σχολής Διοίκησης και Οικονομίας, του ΑΤΕΙ Θεσσαλονίκης).

Είναι επίσημα αναγνωρισμένο από το ελληνικό κράτος και είναι ισότιμο με τα αντίστοιχα διπλώματα μεταπτυχιακών σπουδών που απονέμονται από όλα τα Πανεπιστήμια στην Ελλάδα και στον κόσμο.

Η λειτουργία του Π.Μ.Σ. στη Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων & Οργανισμών ρυθμίζεται από :

Η λειτουργία του Π.Μ.Σ. στη Διοίκηση & Οργάνωση Εκπαιδευτικών Μονάδων ρυθμίζεται από:

- Το Θεσμικό πλαίσιο μεταπτυχιακών σπουδών ([v. 3685/τ.Α' 148/16-7-2008](#)) ([v.4485/τ.Α' 114/04-08-2017](#))
- Το ΦΕΚ ίδρυσης του Π.Μ.Σ. ([ΦΕΚ 2226/19-07-2016](#))
- Το ΦΕΚ επανίδρυσης του Π.Μ.Σ. ([ΦΕΚ 4160/21-09-2018](#))
- Τον κανονισμό σπουδών του Π.Μ.Σ. ([ΦΕΚ 5191/20-11-2018](#))
- Το ΦΕΚ μετεξέλιξης του Αλεξάνδρειου ΤΕΙ Θεσσαλονίκης σε Διεθνές Πανεπιστήμιο Ελλάδος ([ΦΕΚ τ.Α' 4610/7-5-2019](#))
- Το ΦΕΚ επανίδρυσης του Π.Μ.Σ. από το Διεθνές Πανεπιστήμιο Ελλάδος σύμφωνα με την παρ.1 του άρθρου 12, το άρθρο 8, και την παρ.10 του άρθρου 55, του Ν.4610/2019 ([pdf](#))
- Το ΦΕΚ ίδρυσης των ειδικοτήσεων ([ΦΕΚ τ.Β' 3609/29-08-2020](#))
- Το ΦΕΚ του κανονισμού σπουδών του Π.Μ.Σ. στο πλαίσιο του Διεθνούς Πανεπιστημίου της Ελλάδος ([ΦΕΚ 1131/ 23-3-2021](#))
- Το ΦΕΚ ([3238/τ.Β'/22-7-2021](#)) των διδασκομένων μαθημάτων του ΠΜΣ ανα κατεύθυνση
- Το ΦΕΚ ([6074/Β/29.11.2022](#)) έγκρισης υλοποίησης του προγράμματος με μεθόδους εξ' αποστάσεως διδασκαλίας

### 9.3.2 Αντικείμενο – Σκοπός Μεταπτυχιακού Προγράμματος

Αντικείμενο του Π.Μ.Σ. είναι η παραγωγή αφενός μεν γνώσης στον επιστημονικό χώρο της Διοίκησης και Οργάνωσης Εκπαιδευτικών Μονάδων και αφετέρου η μετάδοσή της στους μεταπτυχιακούς φοιτητές που θα το παρακολουθούν, επιτυγχάνοντας έτσι τον ευρύτερο σκοπό του Π.Μ.Σ. που είναι η παροχή σε όλες τις βαθμίδες της εκπαίδευσης στελεχών υψηλού επιπέδου που μπορούν να ικανοποιήσουν τις απαιτήσεις των δημόσιων και ιδιωτικών εκπαιδευτικών μονάδων για ειδικευμένους ανθρώπινους πόρους σε θέματα εκπαιδευτικής διοίκησης, οργάνωσης και στρατηγικής, εκπαιδευτικής πολιτικής και σχεδιασμού, εκπαιδευτικής αξιολόγησης και πιστοποίησης, αλλά και να συμβάλουν στη

αναβάθμιση της λειτουργίας των εκπαιδευτικών μονάδων της χώρας και κατά συνέπεια στη βιώσιμη κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη της Ελλάδας.

Το συγκεκριμένο μεταπτυχιακό έχει σκοπό να παρέχει σε πτυχιούχους Α.Ε.Ι. (πανεπιστημίων και Τ.Ε.Ι.) μεταπτυχιακή εκπαίδευση στον τομέα της Διοίκησης και Οργάνωσης των Εκπαιδευτικών Μονάδων μέσω ενός προγράμματος σπουδών ευέλικτου και διαρκώς προσαρμοσμένου στις ανάγκες των δημόσιων και ιδιωτικών εκπαιδευτικών μονάδων όλων των βαθμίδων της εκπαίδευσης, των εργαζομένων (διδασκτικού προσωπικού αλλά και διοικητικού, τεχνικού και διαχειριστικού προσωπικού) των εκπαιδευτικών μονάδων της Ελλάδας και της εθνικής οικονομίας, που θα προσφέρει τις απαραίτητες εξειδικευμένες γνώσεις και δεξιότητες που απαιτούνται προκειμένου να επιτευχθεί η βιώσιμη και χωρίς περιορισμούς ανάπτυξη και αποτελεσματική διοίκηση και διαχείριση των εκπαιδευτικών μονάδων και ιδρυμάτων της χώρας μας.

Το κύριο γνωστικό αντικείμενο του προτεινόμενου Π.Μ.Σ. ταυτίζεται με την επιστήμη της διοίκησης και οργάνωσης οργανισμών, φορέων και επιχειρήσεων, με εξειδικευμένη εστίαση στις δημόσιες και ιδιωτικές εκπαιδευτικές μονάδες όλων των βαθμίδων.

Ο προσανατολισμός του προγράμματος σπουδών περιλαμβάνει τη μεταφορά επιστημονικής γνώσης περί τη διοίκηση στον χώρο της εκπαίδευσης όλων των βαθμίδων, με παράλληλη ανάπτυξη προσωπικών δεξιοτήτων στο ίδιο αντικείμενο.

Ειδικότερα, εξειδικευμένοι σκοποί του Π.Μ.Σ. είναι:

- Η εμπάθунση και προαγωγή των γνώσεων στο γνωστικό αντικείμενο της Διοίκησης και Οργάνωσης των Εκπαιδευτικών μονάδων, αλλά και σε συναφείς επιστημονικές περιοχές, όπως η διεθνής δραστηριοποίηση μιας εκπαιδευτικής μονάδας, το εκπαιδευτικό μάρκετινγκ και η επικοινωνία, η προώθηση της ανάπτυξης και της έρευνας στην εκπαίδευση, η διοίκηση και η ανάπτυξη των ανθρωπίνων πόρων στην εκπαίδευση, η αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών στην εκπαίδευση, και τέλος η εμπάθунση της θεωρίας και των εφαρμογών της σε επιμέρους βαθμίδες της εκπαίδευσης, όπως: την προσχολική εκπαίδευση, την πρωτοβάθμια εκπαίδευση, την δευτεροβάθμια εκπαίδευση, την μετα-δευτεροβάθμια μη ανώτατη εκπαίδευση, την τεχνική εκπαίδευση, τη συνεχιζόμενη και δια βίου εκπαίδευση, και την τριτοβάθμια εκπαίδευση.
- Η εξειδίκευση των πτυχιούχων του Τμήματος Διοίκησης Οργανισμών, Μάρκετινγκ & Τουρισμού και λοιπών Τμημάτων άλλων Α.Ε.Ι. της Ελλάδας και του εξωτερικού και η διαμόρφωση στελεχών ικανών να ανταποκριθούν στον επαγγελματικό χώρο της εκπαίδευσης και της διοίκησης της εκπαίδευσης.

Η προετοιμασία ανώτερων και ανώτατων στελεχών υψηλού επιπέδου με εξειδίκευση στην εξωστρέφεια αλλά και στη βιώσιμη ανάπτυξη των εκπαιδευτικών μονάδων και οργανισμών, κάτι το οποίο είναι αναγκαίο ζητούμενο για την τόνωση και ανάπτυξη των φορέων της Ελληνικής εκπαίδευσης στο σύνολό της.

### **9.3.3 Μεταπτυχιακός τίτλος που απονέμεται**

Το Π.Μ.Σ. απονέμει το “Μεταπτυχιακό Δίπλωμα Ειδίκευσης (Μ.Δ.Ε.) στη Διοίκηση και Οργάνωση Εκπαιδευτικών Μονάδων” από το Διεθνές Πανεπιστήμιο της Ελλάδος με 3 ειδιεύσεις:

1. Διοίκηση και Αξιολόγηση Εκπαιδευτικών και Εκπαιδευτικών Ιδρυμάτων
2. Ψηφιακές Τεχνολογίες στην Εκπαίδευση
3. Εκπαίδευση Ενηλίκων

Ο τίτλος είναι πλήρως αναγνωρισμένος ως πανεπιστημιακός τίτλος Α.Ε.Ι. (Ιδρύματος Ανώτατης Εκπαίδευσης) τόσο στην Ελλάδα όσο και διεθνώς.

Στην Αγγλική γλώσσα, ο μεταπτυχιακός τίτλος που απονέμεται έχει την παρακάτω ονομασία:

“Master of Science in Management & Organization of Educational Units”

Το πρόγραμμα αυτό αναγνωρίζεται και μοριοδοτείται από το ΑΣΕΠ ως ισότιμο με όλα τα μεταπτυχιακά προγράμματα της χώρας. Εντάσσεται στο ευρύτερο πεδίο της διοίκησης και δεν παρέχει παιδαγωγική επάρκεια.

#### **9.3.4 Κατηγορίες Πτυχιούχων που γίνονται δεκτοί**

Στο Π.Μ.Σ., όπως προβλέπεται από την ισχύουσα νομοθεσία, γίνονται δεκτοί πτυχιούχοι Α.Ε.Ι. (πανεπιστημίων και Τ.Ε.Ι.) της ημεδαπής ή ομοταγών αναγνωρισμένων ιδρυμάτων της αλλοδαπής (για πτυχιούχους της αλλοδαπής απαιτείται αναγνώριση πτυχίου από ΔΙΚΑΤΣΑ/ΔΟΑΤΑΠ).

#### **9.3.5 Χρονική διάρκεια σπουδών**

Το Π.Μ.Σ. «Διοίκηση και Οργάνωση Εκπαιδευτικών Μονάδων» αναπτύσσεται σε 3 ακαδημαϊκά εξάμηνα σπουδών, διάρκειας 13 εβδομάδων το κάθε ένα. Τα δύο πρώτα εξάμηνα οι φοιτητές παρακολουθούν συνολικά 10 μαθήματα, διάρκειας 3 διδακτικών ωρών το καθένα, ενώ το τρίτο εξάμηνο επιλέγουν ανάμεσα στην εκπόνηση της μεταπτυχιακής διπλωματικής εργασίας, ή εναλλακτικά την παρακολούθηση δύο μαθημάτων αυξημένης βαρύτητας. Κάθε μάθημα είναι διάρκειας 3 ακαδημαϊκών ωρών και αντιστοιχεί σε 6 πιστωτικές μονάδες του συστήματος ECTS εκτός από τα δύο μαθήματα αυξημένης βαρύτητας του Γ' εξαμήνου που αντιστοιχούν σε 15 πιστωτικές μονάδες έκαστο. Η μεταπτυχιακή διπλωματική εργασία αντιστοιχεί σε 30 πιστωτικές μονάδες του συστήματος ECTS. Το σύνολο των σπουδών στο Π.Μ.Σ. αντιστοιχεί σε 90 πιστωτικές μονάδες του συστήματος ECTS. Το διδακτικό έργο (όπως αυτό ορίζεται στις διατάξεις του Νόμου 2530/1997) πραγματοποιείται με ευέλικτες μορφές εκπαίδευσης και μάθησης. Μέρος του διδακτικού έργου δύναται να διεξάγεται έως ποσοστό 35% με εξ αποστάσεως εκπαίδευση μέσω σύγχρονων ή/και ασύγχρονων εκπαιδευτικών μεθόδων και τεχνολογιών, σύμφωνα με την κείμενη νομοθεσία και με τις αρχές και πρακτικές της εξ αποστάσεως εκπαίδευσης.

Ως κύρια γλώσσα διδασκαλίας των μαθημάτων σε κάθε τους μορφή (θεωρία, ασκήσεις, εργαστήρια, εργασίες, σεμινάρια, εξετάσεις κ.λ.π.) ορίζεται η Ελληνική. Το αυτό ισχύει και για τη Διπλωματική Εργασία. Παρέχεται εντούτοις η δυνατότητα διδασκαλίας ολόκληρων ή μεμονωμένων μαθημάτων στην Αγγλική γλώσσα, καθώς και η εκπόνηση εργασιών και τελικών γραπτών εξετάσεων στην ίδια γλώσσα. Επίσης, παρέχεται η δυνατότητα εκπόνησης Διπλωματικής Εργασίας στην Αγγλική γλώσσα είτε στο σύνολό της είτε εν μέρει, εφόσον οι φοιτητές το επιθυμούν. Κατά συνέπεια, οι υποψήφιοι φοιτητές του Π.Μ.Σ. πρέπει να γνωρίζουν καλά την Αγγλική γλώσσα (επίπεδο B1 και άνω).



### 9.3.6 Πρόγραμμα Μαθημάτων ανά εξάμηνο

Τα μαθήματα και η κατανομή των μαθημάτων ανα κατεύθυνση ανά εξάμηνο παρουσιάζονται στη συνέχεια:

#### **Κατεύθυνση: Διοίκηση και Αξιολόγηση Εκπαιδευτικών και Εκπαιδευτικών Ιδρυμάτων**

##### **Α' εξάμηνο**

- Αρχές Εκπαιδευτικής Ερευνητικής Μεθοδολογίας (6 πιστωτικές μονάδες E.C.T.S.)
- Μάνατζμεντ Εκπαιδευτικών Μονάδων (6 πιστωτικές μονάδες E.C.T.S.)
- Μάρκετινγκ Εκπαιδευτικών Μονάδων (6 πιστωτικές μονάδες E.C.T.S.)
- Ευρωπαϊκή Ένωση και Εκπαίδευση (6 πιστωτικές μονάδες E.C.T.S.)
- Δίκαιο της Εκπαίδευσης (6 πιστωτικές μονάδες E.C.T.S.)

##### **Β' εξάμηνο**

- Διοίκηση Ανθρώπινων Πόρων στην Εκπαίδευση (6 πιστωτικές μονάδες E.C.T.S.)
- Αξιολόγηση Εκπαιδευτικής Διαδικασίας και Εκπαιδευτικών Ιδρυμάτων (6 πιστωτικές μονάδες E.C.T.S.)
- Εκπαιδευτική Ψυχολογία (6 πιστωτικές μονάδες E.C.T.S.)
- Σχεδιασμός και Τεχνικές Αξιολόγησης Μαθήματος (6 πιστωτικές μονάδες E.C.T.S.)
- Εκπαιδευτικές Τεχνικές για εξ' αποστάσεως εκπαίδευση (6 πιστωτικές μονάδες E.C.T.S.)

#### **Κατεύθυνση: Ψηφιακές Τεχνολογίες στην Εκπαίδευση**

##### **Α' εξάμηνο**

- Αρχές Εκπαιδευτικής Ερευνητικής Μεθοδολογίας (6 πιστωτικές μονάδες E.C.T.S.)
- Μάνατζμεντ Εκπαιδευτικών Μονάδων (6 πιστωτικές μονάδες E.C.T.S.)
- Μάρκετινγκ Εκπαιδευτικών Μονάδων (6 πιστωτικές μονάδες E.C.T.S.)
- Εισαγωγή στα Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης (6 πιστωτικές μονάδες E.C.T.S.)
- Ηλεκτρονική Μάθηση, Ψηφιακό Μάρκετινγκ και Εκπαίδευση (6 πιστωτικές μονάδες E.C.T.S.)

##### **Β' εξάμηνο**

- Εκπαιδευτικές Τεχνικές για εξ' Αποστάσεως Εκπαίδευση (6 πιστωτικές μονάδες E.C.T.S.)
- Εργαλεία Παραγωγής Πολυμεσικού Περιεχομένου (6 πιστωτικές μονάδες E.C.T.S.)
- Ασφάλεια Πληροφοριακών Συστημάτων και GDPR (6 πιστωτικές μονάδες E.C.T.S.)
- Ανοικτοί Εκπαιδευτικοί Πόροι – OER (Open Educational Resources) (6 πιστωτικές μονάδες E.C.T.S.)
- Σχεδιασμός και Τεχνικές Αξιολόγησης Μαθήματος (6 πιστωτικές μονάδες E.C.T.S.)

#### **Κατεύθυνση Εκπαίδευση Ενηλίκων**

### **Α' εξάμηνο**

- Αρχές Εκπαιδευτικής Ερευνητικής Μεθοδολογίας (6 πιστωτικές μονάδες E.C.T.S.)
- Μάνατζμεντ Εκπαιδευτικών Μονάδων (6 πιστωτικές μονάδες E.C.T.S.)
- Μάρκετινγκ Εκπαιδευτικών Μονάδων (6 πιστωτικές μονάδες E.C.T.S.)
- Εκπαιδευτική Ψυχολογία
- Κατάρτιση Προγράμματος – Εκπαιδευτικές Τεχνικές (6 πιστωτικές μονάδες E.C.T.S.)

### **Β' εξάμηνο**

- Εκπαιδευτικές Τεχνικές για εξ' Αποστάσεως Εκπαίδευση (6 πιστωτικές μονάδες E.C.T.S.)
- Σχεδιασμός και Υλοποίηση Μικροδιδασκαλίας (6 πιστωτικές μονάδες E.C.T.S.)
- Η Δυναμική της Ομάδας και Τεχνικές Επικοινωνίας (6 πιστωτικές μονάδες E.C.T.S.)
- Ανοικτοί Εκπαιδευτικοί Πόροι – OER (Open Educational Resources) (6 πιστωτικές μονάδες E.C.T.S.)
- Ευρωπαϊκή Ένωση και Εκπαίδευση (6 πιστωτικές μονάδες E.C.T.S.)

### **Γ' εξάμηνο σπουδών:**

Στο Γ' εξάμηνο οι φοιτητές και οι φοιτήτριες μπορούν να επιλέξουν ανάμεσα στην εκπόνηση μεταπτυχιακής Διπλωματικής Εργασίας ή στην παρακολούθηση και εξέταση δύο επιπλέον μαθημάτων αυξημένης βαρύτητας. Με την ολοκλήρωση της εξεταστικής του Β' εξαμήνου, οι φοιτητές και οι φοιτήτριες καλούνται να δηλώσουν στην γραμματεία εάν επιθυμούν να εκπονήσουν την μεταπτυχιακή διπλωματική εργασία ή την παρακολούθηση και εξέταση των δύο μαθημάτων αυξημένης βαρύτητας τα οποία είναι κοινά για όλες τις κατευθύνσεις. Ο κάθε φοιτητής και φοιτήτρια έχει δικαίωμα είτε ανάληψης διπλωματικής εργασίας είτε δήλωσης των δύο μαθημάτων του Γ' εξαμήνου, εφόσον έχει εξετασθεί επιτυχώς στο σύνολο των μαθημάτων του Α' εξαμήνου (ανάλογα με την κατεύθυνσή του/της) και έχει ολοκληρώσει την καταβολή του συνόλου των τελών φοίτησης. Με την πλήρωση της προηγούμενης προϋπόθεσης οι φοιτητές καλούνται να υποβάλλουν το έντυπο προτίμησης (διπλωματική εργασία ή δύο μαθήματα αυξημένης βαρύτητας) στη Γραμματεία του προγράμματος.

#### ***A) Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία***

Το θέμα της μεταπτυχιακής Διπλωματικής Εργασίας του κάθε φοιτητή πρέπει να είναι ενταγμένο στο ευρύτερο γνωστικό αντικείμενο κάποιου από τα μαθήματα του ΠΜΣ. Η διάρκεια εκπόνησης της διπλωματικής εργασίας δεν μπορεί να είναι κατώτερη των τριών μηνών από την ημερομηνία ανάληψης του θέματος και υποβολής του εντύπου οριστικής δήλωσης στη Γραμματεία και δεν μπορεί να υπερβαίνει τους 12 μήνες εκπόνησης. Παράταση μπορεί να δοθεί έπειτα από πρόταση του επιβλέποντα καθηγητή και για ένα ακαδημαϊκό εξάμηνο το ανώτατο. Φοιτητής/τρια έχει δικαίωμα ανάληψης διπλωματικής εργασίας εφόσον έχει εξετασθεί επιτυχώς στο σύνολο των μαθημάτων του Α' εξαμήνου (ανάλογα με την κατεύθυνσή του/της) και έχει ολοκληρώσει την καταβολή του συνόλου των τελών φοίτησης. Με την πλήρωση της προηγούμενης προϋπόθεσης οι φοιτητές καλούνται να υποβάλλουν το έντυπο αρχικής εκδήλωσης ενδιαφέροντος ανάληψης διπλωματικής εργασίας όπου δηλώνουν δύο θεματικά πεδία με σειρά προτεραιότητας. Η

Συντονιστική Επιτροπή αφού εξετάσει τις προτιμήσεις των φοιτητών, εισηγείται στη Γενική Συνέλευση τις προτεινόμενες αναθέσεις και η ΓΣ στη συνέχεια αναθέτει την επίβλεψη της διπλωματικής εργασίας σε εκπαιδευτικό προσωπικό συναφούς γνωστικού αντικειμένου. Ο επιβλέπων καθηγητής υποβάλλει – με τη σύμφωνη γνώμη του φοιτητή – το έντυπο οριστικής δήλωσης θέματος διπλωματικής εργασίας στη Γραμματεία του Προγράμματος. Η ημερομηνία έναρξης εκπόνησης της διπλωματικής εργασίας ταυτίζεται με την ημερομηνία υποβολής του εντύπου οριστικής δήλωσης θέματος στη Γραμματεία. Η Γραμματεία ανακοινώνει τις ημερομηνίες υποστήριξης των διπλωματικών εργασιών στους επιβλέποντες σε τακτά χρονικά διαστήματα. Ο επιβλέπων καθηγητής έχει την ευθύνη δήλωσης του φοιτητή που έχει ολοκληρώσει την διπλωματική του εργασία προς υποστήριξη. Η επιτροπή αξιολόγησης της διπλωματικής εργασίας αποτελείται από τον/την επιβλέποντα καθηγητή και δύο ακόμα μέλη που είναι διδάσκοντες στο ΠΜΣ. Ο τελικός βαθμός προκύπτει από τον μέσο όρο των βαθμών των τριών μελών της επιτροπής αξιολόγησης.

### ***B) Διδασκόμμενα μαθήματα Γ' εξαμήνου***

Εναλλακτικά της Διπλωματικής Εργασίας οι φοιτητές και οι φοιτήτριες δύνανται να παρακολουθήσουν και να εξετασθούν επιτυχώς στα δύο μαθήματα αυξημένης βαρύτητας του Γ' εξαμήνου (κοινά για όλες τις κατευθύνσεις):

Στατιστική Ανάλυση και Εκπαιδευτική Έρευνα (15 πιστωτικές μονάδες E.C.T.S.)

Δημόσια Διοίκηση (15 πιστωτικές μονάδες E.C.T.S.)

### **9.3.7 Αριθμός εισακτέων**

Ο αριθμός των εισακτέων ανά κύκλο εισαγωγής προβλέπεται να είναι εκατόν είκοσι (120). Η επιλογή τους θα γίνεται σύμφωνα με την κείμενη νομοθεσία και τις σχετικές προβλέψεις του παρόντος Κανονισμού Σπουδών του Π.Μ.Σ. Επιπλέον, γίνεται δεκτός ένας υπότροφος του Ιδρύματος Κρατικών Υποτροφιών (Ι.Κ.Υ.) που πέτυχε στο σχετικό διαγωνισμό μεταπτυχιακών σπουδών εσωτερικού του γνωστικού αντικειμένου του Π.Μ.Σ. Σύμφωνα με απόφαση της Συνέλευσης του Τμήματος, ο αριθμός των υποτρόφων μπορεί να αυξηθεί. Με απόφαση της Συντονιστικής Επιτροπής δύνανται να γίνουν δεκτοί ως υπεράριθμοι υποψήφιοι οι οποίοι τυχόν ισοβάθμισαν στη μοριοδότηση του φακέλου τους στην τελευταία (80η) θέση.

### **9.3.8 Προσωπικό**

Για την υλοποίηση του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών (Π.Μ.Σ.) στη Διοίκηση & Οργάνωση Εκπαιδευτικών Μονάδων απασχολούνται διδάσκοντες ιδιαίτερα υψηλού επιπέδου, με μακρά διδακτική, ερευνητική και επιστημονική εμπειρία σε γνωστικά αντικείμενα της διοίκησης, της εκπαίδευσης, της διοίκησης ανθρώπινων πόρων, επικοινωνιολόγοι, νομικοί και ειδικοί στις τεχνολογίες πληροφορίας και επικοινωνιών.

Συγκεκριμένα, οι διδάσκοντες είναι διδάκτορες, καθηγητές και άλλα μέλη Εκπαιδευτικού Προσωπικού και Ειδικού Διδακτικού Προσωπικού του Διεθνούς Πανεπιστημίου Ελλάδος καθώς και καθηγητές άλλων Α.Ε.Ι. (πανεπιστημίων) της Ελλάδας και του εξωτερικού. Επίσης, περιλαμβάνονται και κατηγορίες διδασκόντων όπως αυτές καθορίζονται στις διατάξεις του άρθρου 5 του Ν. 3685/2008 (ΦΕΚ 148/τ.Α'/16-7-2008) δηλαδή,

διακεκριμένοι επιστήμονες καθώς και διεθνώς καταξιωμένα στελέχη εκπαιδευτικών οργανισμών.

Ο αναλυτικός πίνακας των διδασκόντων καθηγητών του Π.Μ.Σ.:

**Σπυρίδων Αβδημιώτης**, Αναπληρωτής Καθηγητής, Διεθνές Πανεπιστήμιο Ελλάδος

**Κωνσταντίνος Ασημακόπουλος**, Αναπληρωτής Καθηγητής, Διεθνές Πανεπιστήμιο Ελλάδος

**Αντώνιος Γιαννόπουλος**, Επίκουρος Καθηγητής, Διεθνές Πανεπιστήμιο Ελλάδος

**Χρήστος Γεωργίου**, Διδάκτωρ, Διεθνές Πανεπιστήμιο Ελλάδος

**Ουρανία Γκούνα**, Διδάκτωρ, Διεθνές Πανεπιστήμιο Ελλάδος

**Αθανάσιος Γκούνας**, Λέκτορας, Διεθνές Πανεπιστήμιο Ελλάδος

**Βαλεντίνη Καμπατζά**, Αναπληρώτρια Καθηγήτρια, Διεθνές Πανεπιστήμιο Ελλάδος

**Θεόδωρος Καργίδης**, Καθηγητής, Διεθνές Πανεπιστήμιο Ελλάδος

**Ελένη Κασσελούρη**, Διδάκτωρ, Υπευθ. Σπουδών και Έρευνας Π.ΙΝ.ΕΠ.Θ.

**Φώτης Κιλιπίρης**, Καθηγητής, Διεθνές Πανεπιστήμιο Ελλάδος

**Γεώργιος Κοκκίνης**, Αναπληρωτής Καθηγητής, Διεθνές Πανεπιστήμιο Ελλάδος

**Νίκος Κωνσταντόπουλος**, Ομ. Καθηγητής, Πανεπιστήμιο Αιγαίου

**Ιωάννης Νάνος**, Διδάκτωρ, Διεθνές Πανεπιστήμιο Ελλάδος

**Ιωάννης Ρουσάκης**, Επίκουρος Καθηγητής, ΕΚΠΑ

**Ιωάννα Σιμέλη**, Επίκουρη Καθηγήτρια, Διεθνές Πανεπιστήμιο Ελλάδος

**Γεώργιος Σταλίδης**, Καθηγητής, Διεθνές Πανεπιστήμιο Ελλάδος

**Ευαγγελία Σταλικά**, Διδάκτωρ, Διεθνές Πανεπιστήμιο Ελλάδος

**Ελένη Στάμου**, Διδάκτωρ Παντείου Πανεπιστημίου, Τμήμα Ψυχιατρικής Παιδιών και Εφήβων, Γενικό Νοσοκομείο Αττικής Σισμανόγλειο – Αμαλία Φλέμιγκ

**Παναγιώτης Τζιώρας**, Καθηγητής, Διεθνές Πανεπιστήμιο Ελλάδος

**Απόστολος Τσαγκάρης**, Αναπληρωτής Καθηγητής, Διεθνές Πανεπιστήμιο Ελλάδος

**Γεώργιος Τσεκουρόπουλος**, Επίκουρος Καθηγητής, Διεθνές Πανεπιστήμιο Ελλάδος

**Θεοδόσιος Τσιάκης**, Αναπληρωτής Καθηγητής, Διεθνές Πανεπιστήμιο Ελλάδος

**Χρυσούλα Χατζηγεωργίου**, Καθηγήτρια, Διεθνές Πανεπιστήμιο Ελλάδος

**Περικλής Χριστίδης**, Διδάκτωρ, Διευθυντής Α΄ βάθμιας εκπαίδευσης

**Ευάγγελος Χρήστου**, Καθηγητής, Κοσμήτορας Σχολής Διοίκησης & Οικονομίας, Διεθνές Πανεπιστήμιο Ελλάδος

#### **9.4 Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στη Διοίκηση Μονάδων Υγείας & Πρόνοιας**

Το Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών (Δ.Π.Μ.Σ.) στη Διοίκηση Μονάδων Υγείας & Πρόνοιας λειτουργεί από δύο συνεργαζόμενα Τμήματα του Διεθνούς

Πανεπιστημίου Ελλάδος: το Τμήμα Διοίκησης Οργανισμών, Μάρκετινγκ & Τουρισμού και το Τμήμα Νοσηλευτικής.

Το Μεταπτυχιακό παρέχεται από δημόσιο Α.Ε.Ι. και προσφέρει υψηλού επιπέδου διδασκαλία, έρευνα και εξειδίκευση του επιστημονικού δυναμικού στον διεπιστημονικό χώρο της Διοίκησης Μονάδων Υγείας και Πρόνοιας.

#### 9.4.1 Ιστορία

Το Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών (Δ.Π.Μ.Σ.) στη Διοίκηση Μονάδων Υγείας & Πρόνοιας ιδρύθηκε το ακαδημαϊκό έτος 2018-2019 και λειτουργεί από το Τμήμα Διοίκησης Οργανισμών, Μάρκετινγκ και Τουρισμού του Διεθνούς Πανεπιστημίου της Ελλάδος (πρώην Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων εισαγωγικής κατεύθυνσης Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων και Επιχειρήσεων Φιλοξενίας, της Σχολής Διοίκησης και Οικονομίας, του ΑΤΕΙ Θεσσαλονίκης) και το Τμήμα Νοσηλευτικής του ΔΙΠΑΕ

Είναι επίσημα αναγνωρισμένο από το ελληνικό κράτος και είναι ισότιμο με τα αντίστοιχα διπλώματα μεταπτυχιακών σπουδών που απονέμονται από όλα τα Πανεπιστήμια στην Ελλάδα και στον κόσμο.

Η λειτουργία του Δ.Π.Μ.Σ. στη Διοίκηση Μονάδων Υγείας & Πρόνοιας ρυθμίζεται από:

ΦΕΚ ίδρυσης του Μεταπτυχιακού (ΦΕΚ 3716/30-8-2018) ([pdf](#))

Κανονισμός Σπουδών του Μεταπτυχιακού (ΦΕΚ 5190/20-11-2018) ([pdf](#))

Θεσμικό πλαίσιο Μεταπτυχιακών Σπουδών (N4485/2017) ([pdf](#))

ΦΕΚ μετεξέλιξης του Αλεξάνδρειου ΤΕΙ Θεσσαλονίκης σε Διεθνές Πανεπιστήμιο Ελλάδος ([pdf](#))

Απόφαση επανίδρυσης του Π.Μ.Σ. από το Διεθνές Πανεπιστήμιο Ελλάδος σύμφωνα με την παρ.1 του άρθρου 12, το άρθρο 8, και την παρ.10 του άρθρου 55, του Ν.4610/2019 ([ΑΔΑ: Ω5ΖΞ46ΨΖ3Π-ΑΛΟ](#))

ΦΕΚ επανίδρυσης του Π.Μ.Σ. από το Διεθνές Πανεπιστήμιο Ελλάδος σύμφωνα με την παρ.1 του άρθρου 12, το άρθρο 8, και την παρ.10 του άρθρου 55, του Ν.4610/2019 ([pdf](#))

ΦΕΚ Κανονισμού Σπουδών ([pdf](#))

ΦΕΚ ίδρυσης κατευθύνσεων ([pdf](#))

ΦΕΚ έγκρισης υλοποίησης ΔΠΜΣ με μεθόδους εξ' αποστάσεως διδασκαλίας ([pdf](#))

#### 9.4.2 Αντικείμενο – Σκοπός Μεταπτυχιακού Προγράμματος

Αντικείμενο του Μεταπτυχιακού είναι η παραγωγή αφενός μεν γνώσης στον επιστημονικό χώρο της Διοίκησης Μονάδων Υγείας & Πρόνοιας και αφετέρου η μετάδοσή της στους μεταπτυχιακούς φοιτητές που θα το παρακολουθούν, επιτυγχάνοντας έτσι τον ευρύτερο σκοπό του παρόντος Διατμηματικού Προγράμματος μεταπτυχιακών Σπουδών (Δ.Π.Μ.Σ.) που είναι η παροχή στην Ελληνική κοινωνία και στον κλάδο της διοίκησης μονάδων υγείας και πρόνοιας στελεχών υψηλού επιπέδου που να μπορούν να ικανοποιήσουν τις απαιτήσεις των σχετικών δημόσιων και ιδιωτικών επιχειρήσεων και οργανισμών, για ειδικευμένους ανθρώπινους πόρους ώστε να συμβάλουν αφενός στη βιώσιμη κοινωνική

και οικονομική ανάπτυξη της χώρας και αφετέρου να συνεισφέρουν στην αναβάθμιση του συστήματος υγείας και πρόνοιας.

Οι πτυχιούχοι του Δ.Π.Μ.Σ., σύμφωνα με το γνωστικό του αντικείμενο, αναμένεται να αποκτήσουν ισχυρό επιστημονικό υπόβαθρο, δεξιότητες, εμπειρία και τεχνογνωσία στη Διοίκηση Μονάδων Υγείας & Πρόνοιας. Πιο συγκεκριμένα, το Δ.Π.Μ.Σ. στοχεύει:

1. Στην υψηλού επιπέδου διεπιστημονική μεταπτυχιακή εκπαίδευση φοιτητών, που μετά την ολοκλήρωση των σπουδών τους θα μπορούν να στελεχώσουν με επιτυχία ένα ευρύ φάσμα τομέων που σχετίζονται με την διοίκηση μονάδων υγείας και πρόνοιας, ώστε να συμβάλλουν αποφασιστικά στην παραγωγή και διαχείριση ολοκληρωμένων διοικητικών προσεγγίσεων και εφαρμογών.
2. Στην ανάπτυξη, διάχυση και προώθηση της διεπιστημονικής έρευνας σε όλους τους επιμέρους κλάδους της διοίκησης μονάδων υγείας και πρόνοιας.

Για την ίδρυση του Δ.Π.Μ.Σ. έχει υπογραφεί σχετικό Ειδικό Πρωτόκολλο Συνεργασίας μεταξύ του Τμήματος Διοίκησης Οργανισμών, Μάρκετινγκ & Τουρισμού και του Τμήματος Νοσηλευτικής του Διεθνούς Πανεπιστημίου Ελλάδος (πρώην Αλεξάνδρειου ΤΕΙ Θεσσαλονίκης). Το Δ.Π.Μ.Σ. διοικείται από Ειδική Διατμηματική Επιτροπή (Ε.Δ.Ε.) και εδρεύει στο Τμήμα Διοίκησης Οργανισμών, Μάρκετινγκ & Τουρισμού του Διεθνούς Πανεπιστημίου Ελλάδος, το οποίο έχει και την ευθύνη λειτουργίας του ως επισπεύδον Τμήμα.

Με το συγκεκριμένο Δ.Π.Μ.Σ., αναμένεται οι διπλωματούχοι να αποκτήσουν ισχυρό επιστημονικό υπόβαθρο σε ένα φάσμα αντικειμένων που σχετίζονται με τη διοίκηση μονάδων υγείας και πρόνοιας, νέες σύγχρονες γνώσεις και εμπειρία στο επιμέρους αντικείμενα των μαθημάτων επιλογής που επέλεξαν να εμβαθύνουν, όπως: το μάνατζμεντ, η διοίκηση ανθρώπινων πόρων, το μάρκετινγκ και η επικοινωνία, τα οικονομικά της υγείας, η ψυχολογία, η αξιοποίηση νέων τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών, η οργανωσιακή θεωρία, κ.α. Ακόμα, οι απόφοιτοι του Δ.Π.Μ.Σ. αναμένεται να αναπτύξουν τις αναγκαίες επιστημονικές γνώσεις και δεξιότητες για την υιοθέτηση των βέλτιστων προσεγγίσεων στον τομέα της διοίκησης μονάδων υγείας και πρόνοιας που θα τους επιτρέψει να καταστούν ικανοί να σταδιοδρομήσουν τόσο στον ιδιωτικό τομέα όσο και στον ευρύτερο δημόσιο τομέα.

#### **Σκοπός του Μεταπτυχιακού:**

Το Δ.Π.Μ.Σ. έχει σκοπό να παρέχει, σε πτυχιούχους ΑΕΙ, υψηλού επιπέδου μεταπτυχιακή εκπαίδευση στον τομέα της Διοίκησης Μονάδων Υγείας & Πρόνοιας. Ειδικότερα, οι εξειδικευμένοι σκοποί του Δ.Π.Μ.Σ. στη Διοίκηση Μονάδων Υγείας & Πρόνοιας είναι:

- Η εμβάθυνση και προαγωγή των γνώσεων στο γνωστικό αντικείμενο της Διοίκησης των Μονάδων Υγείας & Πρόνοιας αλλά και σε συναφείς επιστημονικές περιοχές, όπως η διεθνής δραστηριοποίηση, η τοπική και περιφερειακή ανάπτυξη πολιτικής υγείας, το μάρκετινγκ και η προώθηση της ανάπτυξης και της έρευνας, της θεωρίας και των εφαρμογών της σε επιμέρους κλάδους υπηρεσιών υγείας και πρόνοιας.
- Η εξειδίκευση των πτυχιούχων των Τμημάτων Διοίκησης Οργανισμών, Μάρκετινγκ & Τουρισμού και Νοσηλευτικής του Διεθνούς πανεπιστημίου Ελλάδος και των ομόλογων Τμημάτων άλλων ΑΕΙ και η διαμόρφωση στελεχών ικανών να

ανταποκριθούν τόσο στον επαγγελματικό χώρο των μονάδων υγείας και πρόνοιας όσο και στην διεπιστημονική μελέτη του συγκεκριμένου γνωστικού αντικειμένου.

- Η προετοιμασία στελεχών υψηλού επιπέδου με εξειδίκευση στην αποτελεσματική διοίκηση και στην εξωστρέφεια των μονάδων υγείας και πρόνοιας, κάτι το οποίο είναι αναγκαίο ζητούμενο για την τόνωση και ανάπτυξη τόσο της Ελληνικής οικονομίας όσο και του συστήματος υγείας στο σύνολό του.
- Η εξειδίκευση των πτυχιούχων στο γνωστικό αντικείμενο του Δ.Π.Μ.Σ. με στόχο την δημιουργία επιστημόνων ικανών να στελεχώσουν τις δομές των υπηρεσιών Υγείας σε κεντρικό και περιφερειακό επίπεδο (Υπουργείο Υγείας, Υγειονομικές Περιφέρειες) καθώς και τις πρωτοβάθμιες, δευτεροβάθμιες τριτοβάθμιες μονάδες παροχής υπηρεσιών υγείας (Νοσοκομεία, Κέντρα Υγείας, ΤΟΜΥ).
- Η επιμόρφωση σε θέματα Διοίκησης των εργαζόμενων που στελεχώνουν τις υπηρεσίες υγείας (Στελέχη της Νοσηλευτικής – Ιατρικής και Διοικητικής Υπηρεσίας).
- Η μεταπτυχιακή προετοιμασία επιστημόνων που επιθυμούν να συνεχίσουν τις σπουδές τους σε τρίτο κύκλο σπουδών (εκπόνηση διδακτορικής διατριβής).

Το αντικείμενο σπουδών του Δ.Π.Μ.Σ. αφορά τον μεγαλύτερο κλάδο της οικονομίας της Ελλάδας (τον κλάδο των υπηρεσιών), είναι πολύ ελκυστικό σε εθνικό και διεθνές επίπεδο και αυτό καταδεικνύεται από την αποδοχή των φοιτητών σε ανάλογα μεταπτυχιακά αλλά και από την επαγγελματική πορεία των μέχρι τώρα αποφοίτων τους.

Το Δ.Π.Μ.Σ. στη Διοίκηση Μονάδων Υγείας & Πρόνοιας έχει οργανωθεί με βάση το Πλαίσιο Προσόντων του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανώτατης Εκπαίδευσης (ΕΧΑΕ) και το Ευρωπαϊκό Πλαίσιο Προσόντων Δια Βίου Μάθησης. Συγκεκριμένα, τα Μαθησιακά Αποτελέσματα του Δ.Π.Μ.Σ. διαμορφώνονται ως εξής:

- Προετοιμασία των μεταπτυχιακών φοιτητών στη θεωρία, την πράξη και τη σημασία της διοίκησης υπηρεσιών υγείας και πρόνοιας, και εφοδιασμός τους με γνώσεις και δεξιότητες που θα τους επιτρέψουν να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις της επιστήμης και της κοινωνίας.
- Εξειδίκευση στο χώρο των ειδικών μορφών μονάδων υγείας και πρόνοιας, αλλά ακόμα και αντικειμένων όπως ο τουρισμός υγείας.
- Εξοικείωση με τις νέες τεχνολογίες σε επίπεδο χρήσης εξειδικευμένου λογισμικού.
- Εξειδίκευση γνώσεων στους τομείς της επιστήμης της διοίκησης, της διαχείρισης ανθρωπίνων πόρων, την οργανωσιακή συμπεριφορά και τη διαχείριση γνώσης σε δημόσιες και ιδιωτικές επιχειρήσεις και οργανισμούς υγείας και πρόνοιας.
- Εξειδίκευση γνώσεων στον τομέα της διαχείρισης και διασφάλισης της ποιότητας των υπηρεσιών.
- Η βελτίωση των ικανοτήτων οργάνωσης και διοίκησης οποιουδήποτε τύπου μονάδας υγείας και πρόνοιας, ανεξαρτήτως μεγέθους και αντικειμένου δραστηριότητας.
- Ικανότητα αξιολόγησης των επιπτώσεων των συστημάτων ανάπτυξης και εξέλιξης υπηρεσιών υγείας στον άνθρωπο, την κοινωνία, την οικονομία και το περιβάλλον.

- Εξειδικευμένες γνώσεις αξιολόγησης και πιστοποίησης του σκέλους της παροχής υπηρεσιών φιλοξενίας από μονάδες υγείας και πρόνοιας.
- Εξειδικευμένες γνώσεις στο στρατηγικό σχεδιασμό και την ανάπτυξη τοπικής, περιφερειακής και εθνικής πολιτικής υγείας και πρόνοιας.
- Ικανότητα αξιολόγησης μελετών περιβαλλοντικών επιπτώσεων αναφορικά με την κατασκευή έργων υποδομής και επιχειρηματικότητας στους τομείς υγείας και πρόνοιας.
- Ικανότητα εκπόνησης και εφαρμογή ολοκληρωμένων αναπτυξιακών πλάνων με επίκεντρο την υγεία και σχετικές υπηρεσίες.
- Δημιουργία και εφαρμογή ολοκληρωμένου σχεδιασμού μάρκετινγκ και επικοινωνίας τόσο για δημόσιες όσο και για ιδιωτικές μονάδες υγείας και πρόνοιας.
- Ικανότητα αξιολόγησης αρχών και δράσεων ηλεκτρονικού επιχειρείν, ηλεκτρονικής διακυβέρνησης και αξιοποίησης νέων τεχνολογιών στον χώρο της υγείας.
- Ικανότητα σύνδεσης της διεπιστημονικής έρευνας στα αντικείμενα της διοίκησης υγείας και πρόνοιας με τις ανάγκες της οικονομίας και της κοινωνίας.
- Ικανότητες στατιστικής ανάλυσης και επεξεργασίας δεδομένων έρευνας
- Γνώσεις νομοθεσίας.
- Ανάπτυξη γνώσης και δεξιοτήτων καινοτομίας και αποδοτικής διοίκησης στον δημόσιο και ιδιωτικό τομέα

#### 9.4.3 Μεταπτυχιακός τίτλος που απονέμεται

Το Δ.Π.Μ.Σ. απονέμει το «Μεταπτυχιακό Δίπλωμα Ειδίκευσης (Μ.Δ.Ε.) στη Διοίκηση Μονάδων Υγείας και Πρόνοιας». Ο μεταπτυχιακός τίτλος είναι πλήρως αναγνωρισμένος ως τίτλος Α.Ε.Ι. (Ιδρύματος Ανώτατης Εκπαίδευσης) τόσο στην Ελλάδα όσο και διεθνώς.

Το Δ.Π.Μ.Σ. απονέμει το Δίπλωμα Μεταπτυχιακών Σπουδών (Δ.Μ.Σ.) στη Διοίκηση Μονάδων Υγείας και Πρόνοιας με ειδικεύσεις:

- Ποιότητα και Αξιολόγηση Προσωπικού και Μονάδων Υγείας και Πρόνοιας
- Διοίκηση Δημόσιας Υγείας
- Διοίκηση eΥγείας – eHealth Management

Στην Αγγλική γλώσσα, ο μεταπτυχιακός τίτλος που απονέμεται έχει την παρακάτω ονομασία: Master of Science in Health & Welfare Units.

#### 9.4.4 Κατηγορίες Πτυχιούχων που γίνονται δεκτοί

Στο Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών (Δ.Π.Μ.Σ.) στη Διοίκηση Μονάδων Υγείας & Πρόνοιας γίνονται δεκτοί πτυχιούχοι Α.Ε.Ι. (Πανεπιστημίων και Τ.Ε.Ι.) της Ελλάδας ή ομοταγών αναγνωρισμένων ιδρυμάτων της αλλοδαπής (για πτυχιούχους ιδρυμάτων της αλλοδαπής απαιτείται αναγνώριση πτυχίου από το ΔΟΑΤΑΠ ή το ΔΙΚΑΤΣΑ).

Μπορούν επίσης να υποβάλουν αίτηση στο Δ.Π.Μ.Σ. και προπτυχιακοί φοιτητές που έχουν περατώσει επιτυχώς τις εξετάσεις όλων των μαθημάτων τους και εκκρεμεί μόνο η ορκωμοσία για το Πτυχίο τους. Για να συμμετέχουν στη διαδικασία επιλογής οι φοιτητές



αυτοί απαιτείται να προσκομίσουν πιστοποιητικό από την Γραμματεία του Τμήματός τους, στο οποίο θα αναφέρεται ότι έχουν τελειώσει τις σπουδές τους και θα αναγράφεται ο βαθμός του Πτυχίου τους. Η μόνη εκκρεμότητα θα είναι η ορκωμοσία. Η οριστικοποίηση της εγγραφής τους θα γίνεται μετά από την προσκόμιση αντιγράφου του Πτυχίου τους.

Στο Δ.Π.Μ.Σ., σύμφωνα με το Ν. 3685, ΦΕΚ 148, τ. Α', 16-07-2008, Άρθρο 4, παρ. 3, επιπλέον του αριθμού εισακτέων, γίνεται δεκτός ένας (1) υπότροφος του Ιδρύματος Κρατικών Υποτροφιών (Ι.Κ.Υ.) που πέτυχε στο σχετικό διαγωνισμό μεταπτυχιακών σπουδών εσωτερικού του γνωστικού αντικείμενου του Δ.Π.Μ.Σ. και ένας (1) αλλοδαπός υπότροφος του Ελληνικού Κράτους. Με απόφαση της Ειδικής Διατμηματικής Επιτροπής του Δ.Π.Μ.Σ. ο αριθμός των υποτρόφων μπορεί να αυξάνεται.

#### **9.4.5 Χρονική διάρκεια σπουδών**

Η διάρκεια σπουδών του Π.Μ.Σ. είναι τρία (3) εξάμηνα.

#### **9.4.6 Πρόγραμμα Μαθημάτων ανά εξάμηνο**

Τα μαθήματα ανά εξάμηνο ανά ειδίκευση είναι (Το Τμήμα στην παρένθεση αναφέρεται στην προέλευση των διδασκόντων στο εκάστοτε μάθημα):

##### **Ειδίκευση: Ποιότητα και Αξιολόγηση Προσωπικού και Μονάδων Υγείας και Πρόνοιας**

###### **Α' εξάμηνο**

Μάρκετινγκ Μονάδων Υγείας (Τμήμα ΔΟΜΤ)

Εισαγωγή στην Μεθοδολογία Έρευνας (Τμήμα ΔΟΜΤ)

Μάνατζμεντ Μονάδων Υγείας (Τμήμα ΔΟΜΤ)

Αρχές Οικονομικής Θεωρίας (Τμήμα ΔΟΜΤ)

Κοινωνική Πολιτική (Τμήμα Νοσηλευτικής)

###### **Β' εξάμηνο**

Ηγεσία και Διοίκηση Ανθρώπινων Πόρων (Τμήμα ΔΟΜΤ)

Ψυχολογία της Υγείας (Τμήμα Νοσηλευτικής)

Αξιολόγηση Υπηρεσιών και Προσωπικού (Τμήμα Νοσηλευτικής)

Συστήματα Υγείας στην Ευρωπαϊκή Ένωση (Τμήμα Νοσηλευτικής)

Διοίκηση Ποιότητας Υπηρεσιών Υγείας (Τμήμα ΔΟΜΤ)

##### **Ειδίκευση: Διοίκηση Δημόσιας Υγείας**

###### **Α' εξάμηνο**

Μάρκετινγκ Μονάδων Υγείας (Τμήμα ΔΟΜΤ)

Εισαγωγή στην Μεθοδολογία Έρευνας (Τμήμα ΔΟΜΤ)

Μάνατζμεντ Μονάδων Υγείας (Τμήμα ΔΟΜΤ)

Δίκαιο της Υγείας (Τμήμα Νοσηλευτικής)

Αξιολόγηση Υπηρεσιών και Προσωπικού (Τμήμα Νοσηλευτικής)

## **Β' εξάμηνο**

Στρατηγικό Μάνατζμεντ (Τμήμα ΔΟΜΤ)

Υγιεινή και Ασφάλεια (Τμήμα Νοσηλευτικής)

Οικονομικά της Υγείας (Τμήμα ΔΟΜΤ)

Κοινωνιολογία της Υγείας (Τμήμα Νοσηλευτικής)

Διοίκηση Ποιότητας Υπηρεσιών Υγείας (Τμήμα ΔΟΜΤ)

## **Ειδίκευση: Διοίκηση eΥγείας – eHealth Management**

### **Α' εξάμηνο**

Ψηφιακό μάρκετινγκ μονάδων υγείας (Τμήμα ΔΟΜΤ)

Εισαγωγή στην Μεθοδολογία Έρευνας (Τμήμα ΔΟΜΤ)

Μάνατζμεντ Μονάδων Υγείας (Τμήμα ΔΟΜΤ)

Εισαγωγή σε Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης σε Μονάδες Υγείας & Πρόνοιας (Τμήμα ΔΟΜΤ)

Βιοηθική (Τμήμα Νοσηλευτικής)

### **Β' εξάμηνο**

Καινοτομία στην Υγεία (Τμήμα ΔΟΜΤ)

Ασφάλεια Πληροφοριακών Συστημάτων στην Υγεία (Τμήμα ΔΟΜΤ)

Τηλειατρική (Τμήμα Νοσηλευτικής)

Project Management σε Μονάδες Υγείας (Τμήμα ΔΟΜΤ)

Διαχείριση Προσωπικών Δεδομένων στην Υγεία (Τμήμα ΔΟΜΤ)

### **Γ' εξάμηνο**

Εναλλακτικά της Διπλωματικής Εργασίας οι φοιτητές και οι φοιτήτριες δύνανται να παρακολουθήσουν και να εξετασθούν επιτυχώς στα δύο μαθήματα αυξημένης βαρύτητας του Γ' εξαμήνου (κοινά για όλες τις κατευθύνσεις):

Ποιοτική και ποσοτική ανάλυση δεδομένων έρευνας (15 πιστωτικές μονάδες Ε.Κ.Τ.Σ.) (Τμήμα ΔΟΜΤ)

Καταπολέμηση της διαφθοράς στη δημόσια διοίκηση (15 πιστωτικές μονάδες (Τμήμα ΔΟΜΤ)

### **Ποιότητα και Τεκμηρίωση του Προγράμματος Σπουδών:**

Τα μαθήματα που προσφέρονται στο Δ.Π.Μ.Σ. έχουν ως σκοπό να παράσχουν τη μέγιστη δυνατή πληρότητα γνώσεων στους αποφοίτους του προκειμένου αυτοί να καταλάβουν θέσεις ευθύνης, και τα επιδιωκόμενα μαθησιακά τους αποτελέσματα στοχεύουν να παράσχουν στις επιχειρήσεις και στους φορείς μονάδων υγείας και πρόνοιας (των οποίων φάσμα καλύπτει μεγάλο ποσοστό του παραγόμενου ΑΕΠ της χώρας) τη δυνατότητα να γίνουν πρωτοπόροι στο συνεχώς εξελισσόμενο περιβάλλον του παγκόσμιου και εθνικού κλάδου παροχής υπηρεσιών υγείας και πρόνοιας.

Για να διασφαλιστεί η επάρκεια του εύρους και της εμβάθυνσης του Δ.Π.Μ.Σ. για την εξασφάλιση των μαθησιακών αποτελεσμάτων από τις σπουδές στο Μεταπτυχιακό και για να διασφαλιστεί η ανταπόκριση του Δ.Π.Μ.Σ. και του περιεχομένου του στις τελευταίες εξελίξεις της επιστήμης και της πρακτικής του κλάδου διοίκησης μονάδων υγείας και πρόνοιας, και λαμβάνοντας υπόψη τη διεθνή εμπειρία από ομοταγή ΑΕΙ του εξωτερικού, αναπτύσσονται στη δομή του προγράμματος σπουδών τα μαθήματα επιλογής του Δ.Π.Μ.Σ. που παρουσιάστηκαν παραπάνω, προκειμένου να προβλεφθούν εγκαίρως οι νέες τάσεις και να αξιοποιηθούν προς όφελος της προσδοκώμενης ανάπτυξης.

Τα μαθήματα των κατευθύνσεων αναπτύχθηκαν με κύριους άξονες: α) τη σφαιρικότητα των γνώσεων, και β) τη συνεχή αλληλεπίδραση των παραγόντων που συνθέτουν τη σύγχρονη διοίκηση υπηρεσιών υγείας και πρόνοιας. Ο απόφοιτος οφείλει να γνωρίζει αφενός το πώς θα επιτύχει καλύτερα αποτελέσματα στον τομέα ευθύνης του, οφείλει όμως επίσης να γνωρίζει τις τυχόν αλληλεπιδράσεις που θα έχουν οι αποφάσεις του σε άλλους τομείς δραστηριότητας (πχ. φυσικό, κοινωνικό, οικονομικό ή πολιτιστικό περιβάλλον). Ως εκ τούτου, απαιτείται η ανάπτυξη ενός διευρυμένου πλέγματος γνώσεων, στο τομέα της οικονομίας, του περιβάλλοντος, των οικονομικών της υγείας, της διοίκησης, και των νέων τεχνολογιών. Ακόμα, οι παρεχόμενες κατευθύνσεις προσφέρουν στον φοιτητή πολύ υψηλή ευελιξία επιλογών καθώς και δυνατότητα προσαρμογής του Δ.Π.Μ.Σ. στις προσωπικές του ανάγκες και απαιτήσεις. Κατά συνέπεια, η ευελιξία του παρόντος προγράμματος σπουδών είναι ένα από τα κύρια χαρακτηριστικά του, προσφέροντας τη δυνατότητα να υπάρχει αφενός διαρκής προσαρμογή στις παγκόσμια μεταβαλλόμενες συνθήκες του κλάδου της διοίκησης μονάδων υγείας, και αφετέρου προσαρμοστικότητα στις ανάγκες των φοιτητών.

#### 9.4.7 Αριθμός εισακτέων

Η εισαγωγή του/της κάθε φοιτητή/τριας γίνεται εξ αρχής σε μία μόνο από τις τρεις (3) Κατευθύνσεις που προσφέρει το ΔΠΜΣ, και ο/η κάθε φοιτητής/τρια δηλώνει ευκρινώς στην αίτηση εισαγωγής που υποβάλλει στην Γραμματεία του ΔΠΜΣ την Κατεύθυνση που επιλέγει. Προκήρυξη εισαγωγής για νέους φοιτητές μπορεί να πραγματοποιείται ως εξής: μία (1) προκήρυξη για εισαγωγή φοιτητών/τριων στις τρεις κατευθύνσεις (30 φοιτητές/κατεύθυνση) στο χειμερινό ακαδημαϊκό εξάμηνο, και/ή μία (1) προκήρυξη για εισαγωγή φοιτητών/τριων στις τρεις κατευθύνσεις (30 φοιτητές/κατεύθυνση) στο εαρινό ακαδημαϊκό εξάμηνο. Ο μέγιστος αριθμός των εισακτέων σε κάθε προκήρυξη (χειμερινό ή/και εαρινό) και σε κάθε μία Κατεύθυνση είναι τριάντα (30). Ο συνολικός λοιπόν αριθμός εισακτέων στην προκήρυξη του χειμερινού εξαμήνου μπορεί να είναι 3 κατευθύνσεις \* 30 άτομα = 90 άτομα και ο συνολικός αριθμός εισακτέων στην προκήρυξη του εαρινού εξαμήνου μπορεί να είναι 3 κατευθύνσεις \* 30 άτομα = 90 άτομα. Δύναται να προκηρύσσεται εισαγωγή μία φορά ανα ακαδημαϊκό έτος με το συνολικό αριθμό εισακτέων ανα ακαδημαϊκό έτος: 180 άτομα. Ο κάθε υποψήφιος μπορεί να υποβάλλει αίτηση αποκλειστικά και μόνο σε μία κατεύθυνση του προγράμματος και αξιολογείται για αυτήν. Τα αποτελέσματα της αξιολόγησης των φακέλων υποψηφιότητας θα διεκπεραιώνονται και θα ανακοινώνονται ανα κατεύθυνση. Σε περίπτωση που δεν συμπληρωθεί από τους επιτυχόντες ο υπό προκήρυξη αριθμός για μία κατεύθυνση, ο αριθμός μπορεί να συμπληρωθεί – με απόφαση της ΕΔΕ – από υποψηφίους άλλης κατεύθυνσης με βάση την κατάταξη τους, εφόσον το επιθυμούν.

Ο τρόπος επιλογής των εισακτέων γίνεται με μοριοδότηση φακέλου των υποψηφίων, σύμφωνα με την κείμενη νομοθεσία και τις σχετικές προβλέψεις του Κανονισμού Σπουδών του παρόντος Μεταπτυχιακού, και περιγράφεται αναλυτικά στην προκήρυξη για την εισαγωγή νέων μεταπτυχιακών φοιτητών.

#### 9.4.8 Προσωπικό

Το εκπαιδευτικό προσωπικό του Διατμηματικού Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών (Δ.Π.Μ.Σ.) στη Διοίκηση Μονάδων Υγείας & Πρόνοιας είναι ιδιαίτερα υψηλού επιπέδου και καλύπτει απόλυτα τις απαιτήσεις του γνωστικού αντικειμένου του Μεταπτυχιακού. Συγκεκριμένα, οι διδάσκοντες στο Δ.Π.Μ.Σ. προέρχονται κατά 80% από μέλη Δ.Ε.Π. (Καθηγητές) και Ε.Δ.Ι.Π. του Τμήματος Διοίκησης Οργανισμών, Μάρκετινγκ & Τουρισμού και του Τμήματος Νοσηλευτικής, ή από συμβασιούχους διδάσκοντες σύμφωνα με το άρθρο 19 του ν. 1404/1983 (Α' 173) ή την παρ. 7 του άρθρου 29 του ν. 4009/2011.

Στο πλαίσιο της διαρκούς αναβάθμισης και εξωστρέφειας του Δ.Π.Μ.Σ. καλούνται να διδάξουν και πρόσθετα μέλη Δ.Ε.Π. (Καθηγητές) Πανεπιστημίων της Ελλάδας και του εξωτερικού καθώς και διακεκριμένοι επιστήμονες κάτοχοι διδακτορικού διπλώματος. Κατά συνέπεια, η παρεχόμενη εκπαίδευση ολοκληρώνεται με την υποστήριξη διακεκριμένων μελών Δ.Ε.Π. άλλων ΑΕΙ και επιστημόνων στην γνωστική περιοχή του Δ.Π.Μ.Σ.

Ενδεικτικά, το υπάρχον μόνιμο διδακτικό προσωπικό του Τμήματος Διοίκησης Οργανισμών, Μάρκετινγκ & Τουρισμού και του Τμήματος Νοσηλευτικής του Διεθνούς Πανεπιστημίου Ελλάδος που στηρίζει τη λειτουργία του Δ.Π.Μ.Σ. αποτελείται από τους παρακάτω:

- Καζάκος Κυριάκος (Καθηγητής)
- Καργίδης Θεόδωρος (Καθηγητής)
- Κιλπίρης Φώτης (Καθηγητής)
- Κουρκούτα Λαμπρινή (Καθηγήτρια)
- Λαβδανίτη Μαρία (Καθηγήτρια)
- Μηνασίδου Ευγενία (Καθηγήτρια)
- Μίνος Γεώργιος (Καθηγητής)
- Σταλίδης Γεώργιος (Καθηγητής)
- Χρήστου Ευάγγελος (Καθηγητής)
- Χατζηγεωργίου Χρυσούλα (Καθηγήτρια)
- Αβδημώτης Σπύρος (Αναπληρωτής Καθηγητής)
- Ασημακόπουλος Κωνσταντίνος (Αναπληρωτής Καθηγητής)
- Θεοφανίδης Δημήτριος (Αναπληρωτής Καθηγητής)
- Κασσιανίδης Παναγιώτης (Αναπληρωτής Καθηγητής)
- Καυκιά Θεοδώρα (Αναπληρώτρια Καθηγήτρια)
- Κοκκίνης Γεώργιος (Αναπληρωτής Καθηγητής)
- Σκούφας Γεώργιος (Αναπληρωτής Καθηγητής)

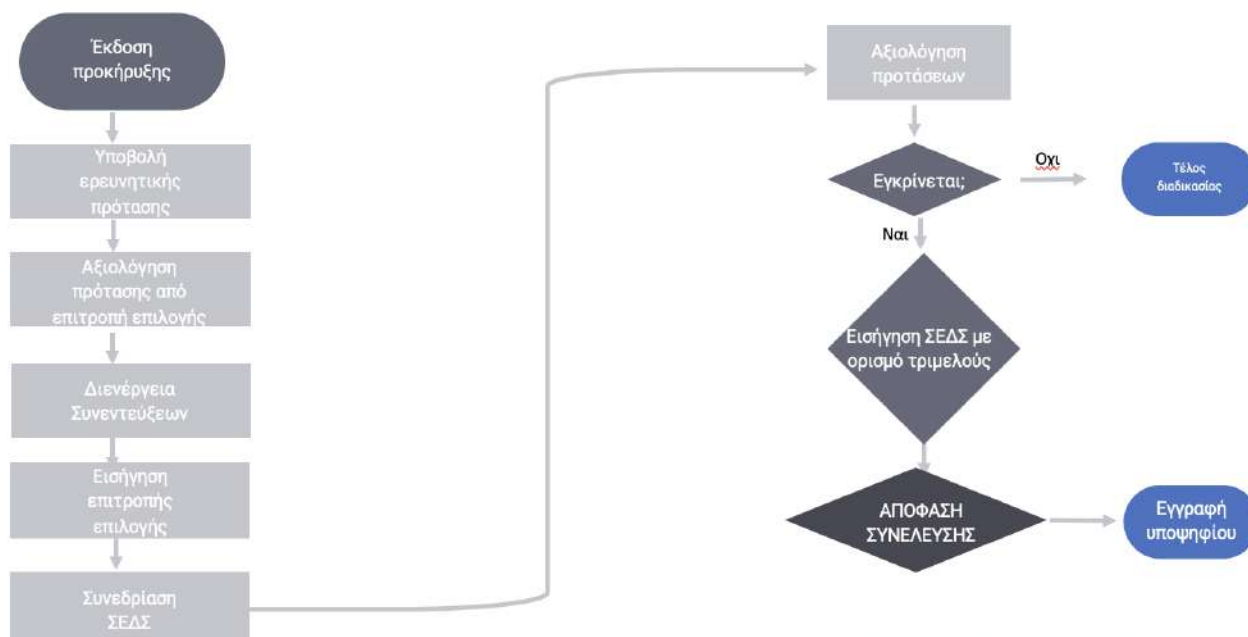
- Τσαλογλίδου Αρετή (Αναπληρώτρια Καθηγήτρια)
- Τσιάκης Θεοδόσιος (Αναπληρωτής Καθηγητής)
- Γιαννόπουλος Αντώνιος (Επίκουρος Καθηγητής)
- Μόσχος Ιωάννης (Επίκουρος Καθηγητής)
- Σιμέλη Ιωάννα (Επίκουρη Καθηγήτρια)
- Τσεκουρόπουλος Γεώργιος (Επίκουρος Καθηγητής)
- Γκούνας Αθανάσιος (Λέκτορας)
- Κουκουρίκος Κωνσταντίνος (Λέκτορας)
- Λιαμοπούλου Πολυξένη (Λέκτορας)
- Φουντούκη Αντιγόνη (Λέκτορας)

Στο πρόγραμμα διδάσκουν, επίσης, ως προσκεκλημένοι καθηγητές:

- Ουρανία Γκούνα (Διδάκτωρ University College London)
- Στέφανος Καρακόλιας (Διδάκτωρ ΔΠΘ)
- Μιχαήλ Κουράκος (Επίκουρος Καθηγητής)
- Νικόλαος Κωνσταντόπουλος (Ομ. Καθηγητής Πανεπιστημίου Αιγαίου)
- Παναγιώτης Μπογιατζίδης (Διοικητής 3ης ΥΠΕ)
- Στεργιανή Σπύρου (Διευθύντρια Πληροφορικής 3ης ΥΠΕ)
- Ευαγγελία Σταλικά (Διδάκτωρ Ιατρικής ΑΠΘ)
- Ελευθερία Ταουσάνη (Λέκτορας ΔΙΠΑΕ)
- Κωνσταντίνος Χρίστογλου (Υποδιοικητής 3ης ΥΠΕ)

## 10. ΔΙΔΑΚΤΟΡΙΚΕΣ ΣΠΟΥΔΕΣ ΣΤΟ ΤΜΗΜΑ

Οι Διδακτορικές Σπουδές στο Τμήμα Διοίκησης Οργανισμών, Μάρκετινγκ και Τουρισμού



- Έναρξη το ακαδημαϊκό έτος 2020-2021
- Σαράντα υποψήφιοι διδάκτορες
- Περίπου 2 υποψήφιοι διδάκτορες ανα μέλος ΔΕΠ
- Κανονισμός διδακτορικών σπουδών (ΦΕΚ 3511/Β/25-8-2020)

### Δικαίωμα Υποβολής Αίτησης

- Πτυχίο Πανεπιστημίου. Ο βαθμός του πτυχίου θα πρέπει να είναι μεγαλύτερος ή ίσος με «7.0».
- Μεταπτυχιακό Δίπλωμα. Ο βαθμός του μεταπτυχιακού διπλώματος θα πρέπει να είναι:  
Για σπουδές στην Ελλάδα, μεγαλύτερος ή ίσος με «8.0».  
Για σπουδές στο Ηνωμένο Βασίλειο μεγαλύτερος ή ίσος με «55%» και  
Για σπουδές στις ΗΠΑ υψηλότερος ή ίσος με «B».  
Για σπουδές σε άλλες χώρες, υψηλότερος ή ίσος με το «B» των ΗΠΑ.
- Άριστη γνώση της Αγγλικής Γλώσσας.

Σε εξαιρετικές περιπτώσεις:

- α) Τεκμηριωμένη ικανότητα και προοπτική για έρευνα. Δημοσίευση επιστημονικών εργασιών (σε έγκριτα διεθνούς φήμης επιστημονικά περιοδικά με σύστημα κριτών ή/και σε διεθνή επιστημονικά συνέδρια με σύστημα κριτών) ή με άλλα αποδεικτικά ερευνητικής εμπειρίας
- β) Αποδεδειγμένη επαγγελματική ή ερευνητική εμπειρία υψηλού επιπέδου τουλάχιστον πέντε ετών

γ) Κατοχή Προπτυχιακού ή Μεταπτυχιακού Τίτλου Σπουδών από Διεθνώς Διακεκριμένο Πανεπιστήμιο να περιλαμβάνεται δηλαδή στα 400 καλύτερα σε μία από διεθνείς λίστες αξιολόγησης π.χ. QS World University Rankings, Times Higher Education

### **Χρονική διάρκεια**

Περισσότερες πληροφορίες θα βρείτε στον κανονισμό διδακτορικών σπουδών και στο διαδικτυακό τόπο του Τμήματος <http://ommt.ihu.gr/spoudes/didaktorikes-spoudes/>

## 11. ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΚΑΙ ΦΟΙΤΗΤΙΚΗ ΜΕΡΙΜΝΑ

### 11.1 Γραφείο Ευρωπαϊκών Προγραμμάτων (Erasmus)

Το Τμήμα Διοίκησης Οργανισμών, Μάρκετινγκ και Τουρισμού:

1. Συμμετέχει στο πρόγραμμα Erasmus+ για ανταλλαγές φοιτητών και προσωπικού μεταξύ ευρωπαϊκών ιδρυμάτων. Για αυτόν το σκοπό έχει συνάψει συνεργασίες με περισσότερα από 30 ιδρύματα Ευρωπαϊκών χωρών. Κάθε χρόνο, το Τμήμα στέλνει και δέχεται δεκάδες φοιτητές προς και από ανώτατα εκπαιδευτικά ιδρύματα της Ευρώπης και προσφέρει τις εξής δυνατότητες:
  - Οι φοιτητές του Τμήματος μπορούν να μετακινηθούν για σπουδές ή πρακτική άσκηση στο ίδρυμα ή χώρα της επιθυμίας τους με χρηματοδότηση από το Πρόγραμμα Erasmus+.
  - Φοιτητές από τα συνεργαζόμενα ιδρύματα της Ευρώπης είναι ευπρόσδεκτοι για σπουδές ή πτυχιακή εργασία στο Τμήμα μας.
  - Διδακτικό και διοικητικό προσωπικό από τα συνεργαζόμενα ιδρύματα της Ευρώπης είναι ευπρόσδεκτοι για διδασκαλία, επιμόρφωση ή συνεργασία.
  - Τμήματα με συναφές αντικείμενο είναι ευπρόδεκτα για σύναψη νέας συνεργασίας.

Στο τμήμα λειτουργεί γραφείο ERASMUS όπου οι φοιτητές μπορούν να ενημερώνονται καθ'ολη τη διάρκεια του έτους.

Περισσότερες πληροφορίες είναι διαθέσιμες στον παρακάτω σύνδεσμο:

<https://www.ihu.gr/monades/intprogrs>

### 11.2 Βιβλιοθήκη

Οι φοιτητές του τμήματος έχουν πλήρη πρόσβαση στις βιβλιοθήκες του Πανεπιστημίου καθώς και στην βιβλιοθήκη της Αλεξάνδρειας Πανεπιστημιούπολης όπου τους δίνεται η δυνατότητα έρευνας, μελέτης και δανεισμού καθώς επίσης και σεμιναρίων σχετικά με τη χρήση των επιστημονικών εργαλείων που συνέχεια προσθέτει στις υπηρεσίες της.

<https://www.ihu.gr/vivliothiki-kentro-pliroforisis>

### 11.3 Φοιτητική Λέσχη

Στο κεντρικό κτήριο της Αλεξάνδρειας Πανεπιστημιούπολης Σίνδου λειτουργεί εστιατόριο το οποίο παρέχει σίτιση στους/στις φοιτητές/τριες σύμφωνα με το εξής πρόγραμμα:

Δευτέρα έως Παρασκευή:

- Πρωινό: 07.30-09.00
- Γεύμα: 12.00-16.30
- Δείπνο: 19.00-21.00

Σάββατο – Κυριακή

- Πρωινό: 07.30-09.00
- Γεύμα: 12.30-14.00



- Δείπνο: 18.30-20.00

Για όσους/ες επιθυμούν, τα γεύματα σερβίρονται επίσης σε παράρτημα του εστιατορίου που βρίσκεται στο κέντρο της Θεσσαλονίκης (Α. Σεραφείμ 4) σύμφωνα με το εξής πρόγραμμα:

Καθημερινά:

- Πρωινό: 07.30-09.00
- Γεύμα: 12.00-16.00
- Δείπνο: 17.30-21.30

Τα κριτήρια, οι προϋποθέσεις και ο τρόπος καθορισμού των δικαιούχων δωρεάν σίτισης, ορίζονται στο ΦΕΚ Β' 1965/18.06.2012 (Απόφαση 4)

#### 11.4 Φοιτητική Εστία

Εντός του χώρου της Αλεξάνδρειας Πανεπιστημιούπολης Σίνδου υπάρχουν κτιριακές υποδομές οι οποίες εξυπηρετούν και ικανοποιούν τις στεγαστικές και βιοτικές ανάγκες των φοιτητών/τριων του ΔΙΠΑΕ ιδίως των ασθενέστερων οικονομικών στρωμάτων κατά τη διάρκεια των σπουδών τους.

Η Φοιτητική εστία της Αλεξάνδρειας Πανεπιστημιούπολης Σίνδου του ΔΙΠΑΕ διαθέτει εγκαταστάσεις στη Σίνδο (κτίριο 10) με 108 δίκλινα δωμάτια. Τη φοιτητική εστία της Σίνδου τη διαχειρίζεται το Εθνικό Κέντρο Νεότητας. Δέχεται αιτήσεις από τους νεοεισαγόμενους φοιτητές 20 εργάσιμες μέρες μετά την ανακοίνωση των αποτελεσμάτων. Περισσότερες πληροφορίες στα τηλ. 2310 013149 και 2310 013148.

Εντός του χώρου της Αλεξάνδρειας Πανεπιστημιούπολης Σίνδου υπάρχουν κτιριακές υποδομές οι οποίες εξυπηρετούν τις ανάγκες στέγασης των φοιτητών/τριών. Πληροφορίες για τις υπηρεσίες στέγασης, τους κανονισμούς που τις διέπουν, καθώς και τις προϋποθέσεις για την επιλογή στεγαζομένων, μπορείτε να δείτε στον

[Κανονισμό Λειτουργίας Φοιτητικής Εστίας](#)

[Δικαιολογητικά και έντυπα για τη φοιτητική εστία](#)

Πληροφορίες για τις υπηρεσίες στέγασης, τους κανονισμούς που τις διέπουν, καθώς και τις προϋποθέσεις για την επιλογή στεγαζομένων, μπορείτε να δείτε στον Κανονισμό Λειτουργίας Φοιτητικής Εστίας

[https://www.teithe.gr/wp-content/uploads/2018/12/kanonismos\\_Estias.pdf](https://www.teithe.gr/wp-content/uploads/2018/12/kanonismos_Estias.pdf)

#### 11.5 Ιατροφαρμακευτική Περίθαλψη

Στην Αλεξάνδρεια Πανεπιστημιούπολη της Σίνδου λειτουργεί Ιατρείο (απέναντι από το κτίριο της Διοίκησης) όπου μπορούν να προσέρχονται οι φοιτητές που έχουν ανάγκη παροχής Α' Βοηθειών και υγειονομικής φροντίδας, καθημερινά κατά τις εργάσιμες ημέρες και ώρες (7:30-15:30).

Επίσης, στο χώρο του Ιατρείου λειτουργεί εθελοντική αιμοδοσία η οποία πραγματοποιείται δύο φορές το χρόνο και μπορούν να συμμετέχουν οι φοιτητές.

Σύμφωνα με την παρ.3 του άρθρου 31 του ν.4452/2017 (Α' 17) οι ανασφάλιστοι προπτυχιακοί, μεταπτυχιακοί φοιτητές και οι υποψήφιοι διδάκτορες, δικαιούνται ιατροφαρμακευτική και νοσοκομειακή περίθαλψη από το Εθνικό Σύστημα Υγείας (Ε.Σ.Υ.) με κάλυψη των σχετικών δαπανών από τον Εθνικό Οργανισμό Παροχής Υπηρεσιών Υγείας (Ε.Ο.Π.Υ.Υ). Ως εκ τούτου, οι ανασφάλιστοι φοιτητές με τον ΑΜΚΑ τους απευθύνονται στις Δημόσιες Δομές Υγείας.

#### *Πληροφορίες*

Γιοβανούδη Κωνσταντίνα, Νοσηλεύτρια, Προϊσταμένη του Τμήματος Περίθαλψης και Κοινωνικής Μέριμνας του ΔΙ.ΠΑ.Ε (Αλεξάνδρεια Πανεπιστημιούπολη Σίνδου)  
Σίνδος, Θεσσαλονίκη  
Τηλέφωνο: 2310013665

### 11.6 Γυμναστήριο

Η Αλεξάνδρεια Πανεπιστημιούπολη διαθέτει ένα σύγχρονο γυμναστήριο στο χώρο της η λειτουργία του οποίου ανακοινώνεται στην αρχή κάθε ακαδημαϊκού έτους. Πρόσβαση έχουν όλοι οι εγγεγραμμένοι φοιτητές του τμήματος (προπτυχιακοί, μεταπτυχιακοί, υποψήφιοι διδάκτορες).

### 11.7 Συνήγορος του Φοιτητή

Συνήγορος του Φοιτητή (γραφείο το οποίο λειτουργεί εντός του χώρου της κεντρικής βιβλιοθήκης της Αλεξάνδρειας Πανεπιστημιούπολης, αρμόδιο για τη λύση προβλημάτων που αντιμετωπίζουν οι φοιτητές/τριες κατά τη διάρκεια των σπουδών τους).

Το Διεθνές Πανεπιστήμιο της Ελλάδος (ΔΙ.ΠΑ.Ε.), σύμφωνα με το άρθρο 52 του Εσωτερικού Κανονισμού του ([ΦΕΚ Β' 4889/06.11.2020](#)), με απόφαση της Διοικούσας Επιτροπής (συνεδρίαση 33/03.11.2020) αποφάσισε τη σύσταση και λειτουργία στο ΔΙ.ΠΑ.Ε. τριών αυτοτελών γραφείων με την επωνυμία *Συνήγορος του φοιτητή*: α) στην Πανεπιστημιούπολη Θεσσαλονίκης, β) στην Πανεπιστημιούπολη Σερρών και γ) στην Πανεπιστημιούπολη Καβάλας, τα οποία υπάγονται στον Αντιπρύτανη Ακαδημαϊκών Υποθέσεων και Φοιτητικής Μέριμνας.

Συνήγοροι του φοιτητή στο ΔΙ.ΠΑ.Ε. έχουν ορισθεί οι παρακάτω:

1. Κουτσού Σταυριανή, Καθηγήτρια του Τμήματος Γεωπονίας της Σχολής Γεωτεχνικών Επιστημών, για την Πανεπιστημιούπολη Θεσσαλονίκης
2. Καλόμοιρος Ιωάννης, Καθηγητής του Τμήματος Μηχανικών Πληροφορικής, Υπολογιστών και Τηλεπικοινωνιών της Σχολής Μηχανικών, για την Πανεπιστημιούπολη Σερρών
3. Κόκκινος Νικόλαος, Αναπληρωτής Καθηγητής του Τμήματος Χημείας της Σχολής Θετικών Επιστημών, για την Πανεπιστημιούπολη της Καβάλας.

### 11.8 Κέντρο Λειτουργίας Δικτύου – Ηλεκτρονικές Υπηρεσίες

Οι φοιτητές του τμήματος έχουν τη δυνατότητα υποστήριξης όλων των διαδικτυακών λειτουργιών(κωδικοί uniportal, ακαδημαϊκό email, πλατφόρμα exams-sod κ.α) μέσω του Κέντρου Δικτύου της Αλεξάνδρειας Πανεπιστημιούπολης είτε τηλεφωνικά (2310013604 ή 715) είτε μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου [noc@ihu.gr](mailto:noc@ihu.gr)

### 11.9 Γραφείο Διασύνδεσης ΔΙΠΑΕ

Οι φοιτητές και απόφοιτοι του ΔΙΠΑΕ έχουν τη δυνατότητα να απευθύνονται στο Γραφείο Διασύνδεσης του Πανεπιστημίου που λειτουργεί στο χώρο της Αλεξάνδρειας Πανεπιστημιούπολης.

Το Γραφείο Διασύνδεσης παρέχει πληροφορίες στους φοιτητές και αποφοίτους σχετικά με την σύνδεση τους με την αγορά εργασίας, παρέχει σεμινάρια συμβουλευτικής καθώς και on-line συμβουλευτική. Οι φοιτητές και αποφοίτοι μπορούν να βρίσκουν όλες τις πληροφορίες μέσα από τη διαδικτυακή διεύθυνση του γραφείου [https://: career.ihu.gr](https://career.ihu.gr) ή να χρησιμοποιούν την εφαρμογή του γραφείου σε κινητά τηλέφωνα. (<https://play.google.com/store/apps/details?id=gr.ihu.ihucareer&pli=1>)

Γραφείο Διασύνδεσης Αλεξάνδρειας Πανεπιστημιούπολης

Υπευθ. Κα Αγοραστού Μαρία , τηλ 2310013718, email: [career@ihu.gr](mailto:career@ihu.gr)

### 11.10 Πρόγραμμα ΟΜΠΡΕΛΛΑ

«Υποστήριξη Παρεμβάσεων Κοινωνικής Μέριμνας Φοιτητών Διεθνές Πανεπιστήμιο»  
Το Πρόγραμμα ΟΜΠΡΕΛΛΑ του ΔΙΠΑΕ παρέχει υποστήριξη και βοήθεια σε όλους τους φοιτητές με ειδικές ανάγκες

<https://umbrella.ihu.gr/>

## 12. ΔΙΕΘΝΗΣ ΔΙΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥ Π.Π.Σ. ΚΑΙ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ

Το Τμήμα Διοίκησης Οργανισμών, Μάρκετινγκ και Τουρισμού έχει πολύ σημαντική συνεργασία με πανεπιστήμια του εξωτερικού, η οποία περιλαμβάνει τακτικές ανταλλαγές φοιτητών αλλά και καθηγητών μέσω του Ευρωπαϊκού προγράμματος ERASMUS+, καθώς παρουσιάζει την μεγαλύτερη κινητικότητα φοιτητών στο Διεθνές Πανεπιστήμιο της Ελλάδος από την έναρξη των προγραμμάτων κινητικότητας. Η σχετική κινητικότητα φοιτητών καλύπτει ένα μεγάλο φάσμα πανεπιστημίων των χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης (περισσότερα από 40 πανεπιστήμια) αλλά και σημαντικό αριθμό Ελληνικών Πανεπιστημίων. Ειδικότερα, το Τμήμα έχει συνεργαστεί με το Πανεπιστήμιο Αιγαίου, το Δημοκρίτειο Πανεπιστήμιο Θράκης, το Πολυτεχνείο Κρήτης, το σύνολο των πρώην ΤΕΙ της χώρας, το Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο, το Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, το Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, κ.α. σε διεθνή ερευνητικά προγράμματα αλλά και σε προγράμματα κινητικότητας.

Ένας βασικός πυλώνας δράσης του Τμήματος είναι η διοργάνωση επιστημονικών συνεδρίων και ημερίδων για τη διάδοση του ερευνητικού έργου των μελών του Τμήματος και των φοιτητών/τριών.

Το Τμήμα διοργανώνει σε τακτική βάση και με ιδιαίτερη επιτυχία τα παρακάτω συνέδρια:

- Διεθνές Επιστημονικό Συνέδριο στη Διοίκηση Τουρισμού TourMan ([www.tourman.gr](http://www.tourman.gr))
- Διεθνές Επιστημονικό Συνέδριο στη Διοίκηση Εκπαιδευτικών Μονάδων ([www.icomeu.gr](http://www.icomeu.gr))
- Διεθνές Επιστημονικό Συνέδριο στη Διοίκηση Μονάδων Υγείας και Πρόνοιας ([www.icohema.com](http://www.icohema.com))

Στο παρελθόν, είχε αναλάβει επίσης τη διοργάνωση του 1<sup>ου</sup> έως 9<sup>ου</sup> ICCMI (International Conference on Contemporary Marketing Issues)

### 13. ΠΑΡΑΠΟΜΠΗ ΣΤΟΥΣ ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΥΣ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΤΟΥ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ

Πολιτική Ποιότητας του Πανεπιστημίου  
Συνήγορος του Φοιτητή

- Κανονισμός σπουδών
- Κανονισμός εκπόνησης εργασιών
- Εσωτερικός κανονισμός λειτουργίας
- Κανονισμός λειτουργίας παραπόρων
- Κανονισμός θεσμού Συμβούλου Σπουδών
- Πολιτική ποιότητας
- Κανονισμός διδακτορικών σπουδών (ΦΕΚ)

## **14. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ**

### **ΑΝΑΛΥΤΙΚΟ ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ**

Σε ότι ακολουθεί, περιγράφονται αναλυτικά τα μαθήματα ανά Εξάμηνο και Κατεύθυνση Σπουδών. Είτε σύντομα κάθε μάθημα σε μια σελίδα, είτε σύμφωνα με το πρότυπο της ΕΘΑΕΕ.

«Παρατίθενται τα περιγράμματα των μαθημάτων σύμφωνα με το πρότυπο της ΕΘΑΕΕ. Για λόγους οικονομίας χώρου μπορεί να παρουσιάζεται τουλάχιστον η περιγραφή του μαθήματος, ο σκοπός, τα μαθησιακά αποτελέσματα και το περιεχόμενο»

## 14.1 Μαθήματα 1ου Εξαμήνου

### ΠΕΡΙΓΡΑΦΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230101	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	1ο
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Αρχές Μάνατζμεντ		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	2		
Ασκήσεις Πράξης	1		
Εργαστηριακές Ασκήσεις			
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	3	5	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Γενικού υπόβαθρου		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>	-		
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	Ελληνική		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	Όχι		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210101_Per_Arxes-Management.pdf">http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210101_Per_Arxes-Management.pdf</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <p><b>1. Γνώση:</b> Περιγραφή της έννοιας και του περιεχομένου του μάνατζμεντ, προσδιορίζοντας τον τρόπο διοίκησης μίας επιχειρηματικής μονάδας, τη λειτουργία της, των ρόλων που υπάρχουν σε αυτή και των διεργασιών που εκτελούνται σε συνδυασμό με το εσωτερικό και το εξωτερικό της περιβάλλον.</p> <p><b>2. Κατανόηση:</b> Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές έχουν τη δυνατότητα να διακρίνουν τις λειτουργίες του μάνατζμεντ και να καταλήγουν σε συμπεράσματα σχετικά με τη διοίκηση ενός οργανισμού</p> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <p><b>3. Εφαρμογή:</b> Δίνεται η δυνατότητα στους φοιτητές να εφαρμόσουν τα διαθέσιμα θεωρητικά μοντέλα στην πράξη, να εξετάσουν πιθανές εναλλακτικές επιλογές διοίκησης και διαχείρισης των εργαζομένων και να κάνουν τις απαραίτητες αλλαγές στη διαδικασία λήψης αποφάσεων.</p> <p><b>4. Ανάλυση:</b> Οι φοιτητές είναι σε θέση να συνδυάζουν στρατηγικές επιλογές και να αναπτύσσουν λύσεις για σύνθετα επιχειρησιακά προβλήματα</p> <p><b>5. Σύνθεση:</b> Οι φοιτητές είναι σε θέση να κατανοήσουν τον τρόπο λήψης αποφάσεων σε έναν οργανισμό και να προτείνουν πιθανές αλλαγές, καθώς επίσης να συνθέσουν ένα νέο τρόπο διοίκησης βελτιώνοντας τη λειτουργία της επιχείρησης.</p> <p><b>Ικανότητες</b></p> <p><b>6. Αξιολόγηση:</b> Με την ολοκλήρωση των μαθημάτων, οι φοιτητές μπορούν να αξιολογούν τη διοικητική δομή και λειτουργία ενός οργανισμού, να κρίνουν τη διαδικασία λήψης αποφάσεων, και να αξιολογούν το ρόλο του ηγέτη.</p>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<p>Ο φοιτητής μέσω του μαθήματος θα αναπτύξει ικανότητες:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Στη λήψη αποφάσεων</li> <li>2. Στην ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών</li> <li>3. Στην αυτόνομη εργασία</li> <li>4. Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον</li> <li>5. Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής</li> </ol>			

### ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

- 1: Εισαγωγή στο μάνατζμεντ
- 2: Επιχείρηση και επιχειρηματικό περιβάλλον
- 3: Θεωρίες διοίκησης
- 4: Μελέτη περίπτωσης Α
- 5: Βασικές έννοιες και λειτουργίες του σχεδιασμού
- 6: Λήψη στρατηγικών αποφάσεων

- 7: Κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων
- 8: Μελέτη περίπτωσης Β
- 9: Τμηματοποίηση αγοράς
- 10: Οργανωσιακή αλλαγή και οργανωσιακή κουλτούρα
- 11: Διοίκηση ανθρωπίνων πόρων
- 12: Ηγεσία και επικοινωνία
- 13: Έλεγχος: Αρχές, διαδικασία και περιοχές ελέγχου

#### **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

##### ***Προτεινόμενη βιβλιογραφία***

1. Στρατηγικό Μάνατζμεντ: Θεωρία, Πράξη, Ασκήσεις, Περιπτώσεις επιχειρήσεων, 2019 β' έκδοση, Σαρμανιώτης, Χ. , Εκδόσεις Ζυγός.
2. Εισαγωγή στο Management, 2<sup>η</sup> Έκδοση 2018, Bachrach G. Daniel, Schermerhorn R. John Jr., Εκδόσεις Broken Hill
3. Οργάνωση και Διοίκηση Επιχειρήσεων, ΜΑΝΤΖΑΡΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ



**ΠΕΡΙΓΡΑΦΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ**

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230102	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	1ο
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Μικροοικονομική Θεωρία</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3	5	
Ασκήσεις Πράξης			
Εργαστηριακές Ασκήσεις			
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	3	5	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΓΕΝΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΗ-ΑΓΓΛΙΚΗ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΝΑΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210102_Per_Mikrooikonomikh-theoria.pdf">http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210102_Per_Mikrooikonomikh-theoria.pdf</a>		

**Μαθησιακά Αποτελέσματα**

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:

**Γνώσεις**

- 1. Γνώση:** Να περιγράψουν τα αντικείμενα της Μικροοικονομικής Θεωρίας.
- 2. Κατανόηση:** Να διακρίνουν και να εκτιμήσουν τα βασικά προβλήματα της Μικροοικονομικής Θεωρίας όπως: σπανιότητα παραγωγικών πόρων, κατανομή παραγωγικών συντελεστών, κερδοφορία επιχειρήσεων και λειτουργίας διαφόρων μορφών της αγοράς.

**Δεξιότητες:**

- 3. Εφαρμογή:** Να εξετάσουν τις βασικές αρχές της ζήτησης και προσφοράς.
- 4. Ανάλυση:** Να συνδυάσουν στοιχεία της Θεωρίας του Καταναλωτή (καμπύλες αδιαφορίας, εισοδηματικού περιορισμού, κλπ).
- 5. Σύνθεση:** να εφαρμόσουν βασικά στοιχεία προσδιορισμού της παραγωγής (μέσο κόστος, οριακό κόστος, κλπ) σε πραγματικές περιπτώσεις (case studies επιχειρηματικής δραστηριότητας).

**Ικανότητες**

- 6. Αξιολόγηση:** να αξιολογήσουν και να εφαρμόσουν την ανάλυση των τεσσάρων τύπων της αγοράς, στην ερμηνεία οικονομικών προβλημάτων και συγκεκριμένα: - της τέλει αγοράς, - του μονοπωλίου, - του ολιγοπωλίου - και του μονοπωλιακού ανταγωνισμού.

**Γενικές Ικανότητες**

- ✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών
- ✓ Αυτόνομη Εργασία
- ✓ Ομαδική Εργασία
- ✓ Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής
- ✓ Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης
- ✓ Λήψη Αποφάσεων

**ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ**

1. Εισαγωγή στην Οικονομική Θεωρία
2. Εισαγωγή στις συναρτήσεις και τις μεταβλητές στα οικονομικά. Εβδομάδα
3. Το οικονομικό πρόβλημα της κατανομής των πόρων,
4. Θεωρία Ζήτησης, Θεωρία Προσφοράς
5. Ισορροπία Αγοράς, Μετατοπίσεις Καμπυλών Ζήτησης και Προσφοράς
6. Ζήτηση και Καταναλωτική Συμπεριφορά,
7. Ελαστικότητα Ζήτησης ως προς την τιμή, Ελαστικότητα Εισοδήματος, Ελαστικότητα τόξου, Ελαστικότητα Σημείου, Σταυροειδής Ελαστικότητα, Ελαστικότητα Προσφοράς Εβδομάδα
8. Θεωρία Κόστους, Καμπύλες και συναρτήσεις Προϊόντος και Κόστους
9. Μορφές Αγορών. Τέλειος Ανταγωνισμός.
10. Βραχυχρόνια και Μακροχρόνια Ισορροπία επιχείρησης και Κλάδου.
11. Μονοπώλιο
12. Μονοπωλιακός Ανταγωνισμός,
13. Ολιγοπώλιο

**ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

*Προτεινόμενη βιβλιογραφία*

- ✓ Sloman John, Wride Alison, Garratt Dean, Εισαγωγή στην Οικονομική: Μικροοικονομική, BROKEN HILL PUBLISHERS LTD, 2017
- ✓ Nicholson Walter, Snyder Christopher, Μικροοικονομική θεωρία, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΚΡΙΤΙΚΗ ΑΕ, 2018
- ✓ Krugman, P. & Wells, R. (2015) Microeconomics. Worth.
- ✓ McConnel, C., Brue, S. & Flynn, S. (2014). Microeconomics: Principles, Problems, & Policies. (McGraw-Hill Series in Economics).
- ✓ Kreps, D. (2019). Microeconomics for Managers. Princeton University Press.

**ΠΕΡΙΓΡΑΦΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ**

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>230103</b>	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	<b>1ο</b>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Εισαγωγή στην Πληροφορική</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	2		
Ασκήσεις Πράξης	1		
Εργαστηριακές Ασκήσεις			
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	3	5	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Γενικού Υποβάθρου		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>	ΟΧΙ		
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΗ-ΑΓΓΛΙΚΗ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΝΑΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210103_Per_Eisagwgh-sthn-plhroforikh.pdf">http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210103_Per_Eisagwgh-sthn-plhroforikh.pdf</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Ο σκοπός του μαθήματος είναι να περιγράψει το υπολογιστικό σύστημα, να εξηγήσει τις λειτουργίες του και να δώσει στους νέους φοιτητές τη δυνατότητα να αποκτήσουν τις βασικές δεξιότητες στην χρήση του. Επίσης να παρέχει στους φοιτητές τις κατάλληλες γνώσεις σε εφαρμογές αυτοματισμού γραφείου και τα πλεονεκτήματα των νέων τεχνολογιών στην εργασία και την καθημερινότητα. Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <p><b>1. ΓΝΩΣΗ:</b> αναγνωρίζουν και να προσδιορίζουν τις διάφορες κατηγοριών του λογισμικού- περιγράφουν τις βασικές λειτουργίες του λειτουργικού συστήματος- αναγνωρίζουν και να προσδιορίζουν τους βασικούς τύπους δευτερεύουσας αποθήκευσης: σκληρός δίσκος, οπτικός δίσκος κ.α.</p> <p><b>2. ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ:</b> διακρίνουν τις διαφορές μεταξύ δεδομένων και πληροφοριών- διακρίνουν τη σπουδαιότητα της δικτύωσης και των επικοινωνιών δεδομένων- εξηγούν και να εκτιμούν τις διάφορες κατηγορίες των υπολογιστών- εκτιμούν και διακρίνουν βασικά στοιχεία του συστήματος του υπολογιστή: εισόδου, επεξεργασίας, εξόδου και αποθήκευσης- να διακρίνουν τις υπηρεσίες του διαδικτύου και να κατανοούν τη βασική δομή του</p> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <p><b>3. ΕΦΑΡΜΟΓΗ:</b> να ανακαλύπτουν την πρακτική των κυρίων υπηρεσιών του Internet</p> <p><b>4. ΑΝΑΛΥΣΗ:</b> σχεδιάζουν πίνακες και γραφήματα σε λογιστικά φύλλα εργασίας</p> <p><b>5. ΣΥΝΘΕΣΗ:</b> δημιουργούν κείμενα στον ΗΥ με τη βοήθεια κειμενογράφου- οργανώνουν τη λειτουργία του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.</p> <p><b>Ικανότητες</b></p> <p><b>6. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ:</b> αξιολογούν τα βασικά χαρακτηριστικά των συστημάτων επεξεργασίας κειμένου- αξιολογούν τα πλεονεκτήματα που προσφέρουν τα προγράμματα υπολογιστικών φύλλων εργασίας- αξιολογούν τη λειτουργία των ιστοσελίδων και των φυλλομετρητών διαδικτύου, να αποτυπώνουν τα συγκριτικά πλεονεκτήματα των διαφορετικών προσφερόμενων προγραμμάτων και να αξιοποιούν αυτό που θα κρίνουν καταλληλότερο για την ποιοτική εκτέλεση της εργασίας τους</p>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Αυτόνομη εργασία</li> <li>✓ Ομαδική εργασία</li> <li>✓ Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών</li> <li>✓ Σχεδιασμός και διαχείριση έργων</li> <li>✓ Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης</li> </ul>			

**ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ**

**Θεωρία:**

1. Η εξέλιξη της τεχνολογίας και των υπολογιστών
2. Αρχιτεκτονική και κατηγορίες υπολογιστών
3. Περιγραφή και λειτουργία του υπολογιστή
4. Η φυσική σύνθεση του υπολογιστή (Κεντρική Μονάδα Επεξεργασίας, μνήμη, υποσύστημα εικόνας, υποσύστημα αποθήκευσης, μονάδες εισόδου/εξόδου)
5. Οι περιφερειακές συσκευές (εκτυπωτές, σαρωτές, πολυμηχανήματα, κάρτες ελέγχου, μονάδες UPS)
6. Αποθηκευτικά μέσα (μαγνητικοί δίσκοι, οπτικοί δίσκοι και φορητές μνήμες)
7. Το λογικό μέρος του υπολογιστή, Λειτουργικά Συστήματα

8. Λογισμικό Εφαρμογών
9. Βασικές έννοιες στη διαχείριση δεδομένων. Επικοινωνίες, δίκτυα δεδομένων και συσκευές επικοινωνίας (κάρτες δικτύου, modems, routers)
10. Το διαδίκτυο και οι υπηρεσίες του
11. Η τεχνολογία στην καθημερινότητα, ηλεκτρονική ζωή & gadgets
12. Πληροφορική, Κοινωνία και Διοίκηση Επιχειρήσεων, εφαρμογές της πληροφορικής στην παιδεία, την υγεία, τις μεταφορές, την εργασία κ.α.
13. Θέματα ασφάλειας στις επικοινωνίες ΗΥ

**Ασκήσεις Πράξης:**

1. Χρήση υπολογιστή και βασικών περιφερειακών μονάδων. Εγκατάσταση και λειτουργία του υπολογιστή
2. Εγκατάσταση και χρήση περιφερειακών μονάδων (εκτυπωτή, σαρωτή, αποθηκευτικών μέσων & οπτικοακουστικών μέσων)
3. Εργασίες του Λειτουργικού Συστήματος (ΛΣ) Οι βασικές εργασίες του ΛΣ Διαχείριση αρχείων
4. Χρήση τοπικού δικτύου Πρόσθετες δυνατότητες του ΛΣ
5. Επεξεργασία Κειμένου Σύνταξη κειμένου ☒ Ορθογραφικός έλεγχος
6. Μορφοποίηση και εκτύπωση εγγράφου Πίνακες και εργασίες πινάκων
7. Παρεμβολή εικόνων σε κείμενο
8. Υπολογιστικά Φύλλα Εργασίας (ΦΕ) Εξοικείωση με το περιβάλλον εργασίας του υπολογιστικού φύλλου εργασίας (ΦΕ)
9. Πίνακες στο φύλλο εργασίας
10. Μορφοποίηση περιεχομένου και εμφάνισης κελιών, γραμμών και στηλών Τύποι και Συναρτήσεις
11. Γραφήματα εργασίας  
Εργασίες εκτύπωσης ΦΕ
12. Το Internet και οι βασικές υπηρεσίες του Ο παγκόσμιος ιστός Θεματικοί κατάλογοι Μηχανές αναζήτησης
13. Ηλεκτρονικό Ταχυδρομείο Επεξεργασία κειμένου ιστοσελίδων

**ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

**Προτεινόμενη βιβλιογραφία**

1. **Βασικές Αρχές στην Πληροφορική**  
Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 102070210  
Έκδοση: 1/2021  
Συγγραφείς: O'Leary Timothy J., O'Leary Linda I., O'Leary Daniel  
ISBN: 9789925588329  
Τύπος: Σύγγραμμα  
Διαθέτης (Εκδότης): BROKEN HILL PUBLISHERS LTD
2. **Εισαγωγή στην πληροφορική**  
Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 77109607  
Έκδοση: 2η έκδ./2018  
Συγγραφείς: EvansAlan, Martin Kendall, PoatsyMaryAnne  
ISBN: 978-960-586-236-7  
Τύπος: Σύγγραμμα  
Διαθέτης (Εκδότης): ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΚΡΙΤΙΚΗ ΑΕ

**Συναφή επιστημονικά περιοδικά**

**ΠΕΡΙΓΡΑΦΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ**

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>230104</b>	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	<b>1ο</b>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Μαθηματικά</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	2		
Ασκήσεις Πράξης	1		
Εργαστηριακές Ασκήσεις			
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	3	5	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Γενικού Υποβάθρου		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>	ΟΧΙ		
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΗ-ΑΓΓΛΙΚΗ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΝΑΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210104_Per_Mathimatika.pdf">http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210104_Per_Mathimatika.pdf</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Ο σκοπός του μαθήματος είναι να δώσει στους νέους φοιτητές τη δυνατότητα να αποκτήσουν τις βασικές δεξιότητες, γνώσεις και ικανότητες στην χρήση των μαθηματικών εργαλείων που θα τους βοηθήσουν στις σπουδές τους στα επόμενα εξάμηνα, αλλά και σε μεταπτυχιακό επίπεδο. Άλλος στόχος είναι η ομογενοποίηση του ακροατηρίου όσον αφορά το επίπεδο γνώσης των μαθηματικών ώστε οι πρωτοετείς όλοι να μπορούν να ανταποκριθούν στις σπουδές τους παρότι εισάγονται από διαφορετικές κατευθύνσεις. Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>ΓΝΩΣΗ:</b> εξοικείωση με βασικές γνώσεις μαθηματικών, και να περιγράψουν μαθηματικά μοντέλα- γνώση των βασικών στοιχείων άλγεβρας και προσδιορισμός τους</li> <li><b>ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ:</b> να διακρίνουν τα είδη των μαθηματικών προβλημάτων σε διάφορα πεδία της διοικητικής επιστήμης- κατανόηση και ερμηνεία των μαθηματικών μετασχηματισμών</li> </ol> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>ΕΦΑΡΜΟΓΗ:</b> να υπολογίζουν με μαθηματικά εργαλεία την απεικόνιση των προβλημάτων τους σχηματικά την οποία και να ερμηνεύουν</li> <li><b>ΑΝΑΛΥΣΗ:</b> να αναλύουν σύνθετα μοντέλα σε απλούστερα και να σχεδιάζουν τη λύση καθενός</li> <li><b>ΣΥΝΘΕΣΗ:</b> να συνθέτουν από την επίλυση απλούστερων μαθηματικών μοντέλων πιο περίπλοκα ώστε να μπορούν να υποβοηθούν τη διοίκηση στη λήψη απόφασης δίδοντας εξηγήσεις για την επεξεργασία δεδομένων</li> </ol> <p><b>Ικανότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ:</b> να μπορούν να συγκρίνουν ποιοτικά και με ταχύτητα σύνθετα μαθηματικά προβλήματα και να προσδιορίζουν τη λύση τους</li> </ol>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Λήψη αποφάσεων</li> <li>✓ Αυτόνομη εργασία</li> <li>✓ Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον</li> <li>✓ Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών</li> <li>✓ Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης</li> </ul>			

**ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ**

**Θεωρία:**

1. Εισαγωγή στα μαθηματικά
2. Η έννοια της μεταβλητής
3. Η έννοια και ο χειρισμός εξισώσεων
4. Η έννοια και ο χειρισμός ανισώσεων
5. Γραφική απεικόνιση γραμμικών εξισώσεων και ανισώσεων
6. Συστήματα εξισώσεων και ανισώσεων
7. Μη γραμμικές συναρτήσεις και εφαρμογές
8. Πολυμεταβλητές συναρτήσεις
9. Παραγωγή και αναγνώριση ακραίων σημείων (εφαρμογές ακρότατων στη διοίκηση και οικονομία)

- 10. Ολοκλήρωση
- 11. Πρόοδοι Σειρές
- 12. Ανάλυση προβλημάτων
- 13. Σύνθεση προβλημάτων

**ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

***Προτεινόμενη βιβλιογραφία***

**1. Μαθηματικά των Επιστημών Οικονομίας και Διοίκησης**

Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 68373069

Έκδοση: 1/2017

Συγγραφείς: Jacqueslan

ISBN: 9789963274338

Τύπος: Σύγγραμμα

Διαθέτης (Εκδότης): BROKEN HILL PUBLISHERS LTD

**2. Μαθηματικά**

Κωδικός στον Εύδοξο: 50659262

Έκδοση: 2η έκδ./2015

Συγγραφείς: BradleyTeresa

ISBN: 978-960-586-084-4

Τύπος: Σύγγραμμα

Διαθέτης (Εκδότης): ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΚΡΙΤΙΚΗ ΑΕ

***Συναφή επιστημονικά περιοδικά***

**ΠΕΡΙΓΡΑΦΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ**

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230105	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	1ο
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Αρχές Γενικής Λογιστικής</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	2		
Ασκήσεις Πράξης	1		
Εργαστηριακές Ασκήσεις			
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	3	5	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΓΕΝΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>	ΟΧΙ		
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΗ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="https://exams-sod.the.ihu.gr/course/view.php?id=244">https://exams-sod.the.ihu.gr/course/view.php?id=244</a>		

**Μαθησιακά Αποτελέσματα**

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:

**Γνώσεις**

- 1. Γνώση:** Θα αναγνωρίζει με επιτυχία την διάσταση των οικονομικών συναλλαγών των επιχειρήσεων καθώς και στην λογιστική λειτουργία με έμφαση στο περιβάλλον των Ελληνικών Λογιστικών Προτύπων (ΕΛΠ)
- 2. Κατανόηση:** Θα είναι σε θέση να διακρίνει και να εξηγεί ποιες από τις συναλλαγές των επιχειρήσεων αναφέρονται σε λογιστικά γεγονότα τα οποία καταχωρούνται

**Δεξιότητες**

- 3. Εφαρμογή:** Θα μπορεί να ταξινομή τα λογιστικά γεγονότα και να προβαίνει σε καταχώρηση τους στα λογιστικά βιβλία σύμφωνα με τα ΕΛΠ
- 4. Ανάλυση:** Θα είναι σε θέση να υπολογίσει και να εξετάσει το λογιστικό κύκλωμα και να παράγει την έκδοση του αποτελέσματος από την επιχειρηματική δραστηριότητα
- 5. Σύνθεση:** Θα είναι σε θέση να οργανώνει και να εξηγεί τις χρηματοοικονομικές καταστάσεις που προβλέπονται από τα ΕΛΠ

**Ικανότητες**

- 6. Αξιολόγηση:** Θα προβαίνει σε αξιολόγηση και ερμηνεία των χρηματοοικονομικών καταστάσεων και θα τις συγκρίνει και θα τις αξιολογεί με άλλες επιχειρήσεις.

**Γενικές Ικανότητες**

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές/τριες αναπτύσσουν γνώσεις που θα τους βοηθήσουν να:

- ✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών
- ✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις
- ✓ Λήψη αποφάσεων
- ✓ Αυτόνομη εργασία
- ✓ Ομαδική εργασία
- ✓ Σχεδιασμός και διαχείριση έργων
- ✓ Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

**ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ**

1. Εισαγωγή Χρηματοοικονομική λειτουργία των επιχειρήσεων με έμφαση την καταγραφή των οικονομικών συναλλαγών
2. Εισαγωγή στην Γενική Λογιστική
3. Η έννοια των Χρηματοοικονομικών καταστάσεων σύμφωνα με τα Ελληνικά Λογιστικά Πρότυπα (Ισολογισμός, Αποτελέσματα Χρήσης, Κατάσταση Μεταβολών Καθαρής Θέσης και Κατάσταση Ταμειακών ροών)
4. Λογιστικό σχέδιο με βάση τα ΕΛΠ και αναφορά στο ΕΓΛΣ
5. Η αναγνώριση και η καταχώρηση των Λογιστικών γεγονότων σε ισολογισμούς και σε λογαριασμούς
6. Καταχώρηση λογιστικών γεγονότων σε ημερολόγιο - σύνταξη ισοζυγίου
7. Λογιστική παρακολούθηση αγορών (αποθεμάτων και πωλήσεων)
8. Λογιστική παρακολούθηση λογαριασμών εξόδων (αμοιβές προσωπικού και λοιπά έξοδα)
9. Η λογιστική του ΦΠΑ και των παρακρατούμενων φόρων
10. Ειδικά θέματα και λογιστικές διαδικασίες με τις απαραίτητες προσαρμογές από τα ΕΛΠ
11. Η ολοκλήρωση του λογιστικού κύκλωματος
12. Η διαδικασία κλεισίματος, έκδοσης αποτελέσματος και η σύνταξη των χρηματοοικονομικών καταστάσεων
13. Διάλεξη ανακεφαλαίωσης με ολοκληρωμένες ασκήσεις

#### **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

##### ***Προτεινόμενη βιβλιογραφία***

- Στεφάνου Κωνσταντίνος, Χρηματοοικονομική λογιστική με βάση τα ελληνικά και διεθνή λογιστικά πρότυπα, 2η έκδοση, 2019, University Studio Press,
- Τουρνά-Γερμανού, Ελ., 2015, Χρηματοοικονομική λογιστική, Αθήνα: ΣΕΑΒ/ Κάλλιπος
- Belverd E. Needles, Marian Powers, Susan V. Crosson, "Principles of Accounting", 2014 Cengage Learning
- ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΑ ΠΡΟΤΥΠΑ. Taxheaven: <https://www.taxheaven.gr/news/21619/dwrean-hlektroniko-periodiko-ellhnika-logistika-protypa>

##### ***Συναφή επιστημονικά περιοδικά***



**ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ**

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230106	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	1ο
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Αρχές Μάρκετινγκ</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b> <i>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</i>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3	5	
Ασκήσεις Πράξης			
Εργαστηριακές Ασκήσεις			
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	3	5	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Γενικού Υπόβαθρου		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>	ΟΧΙ		
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	Ελληνικά		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>			
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="https://exams-sod.the.ihu.gr/course/view.php?id=245">https://exams-sod.the.ihu.gr/course/view.php?id=245</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Σε αυτό το μάθημα οι φοιτητές θα μάθουν για τη φιλοσοφία και τα εργαλεία του μάρκετινγκ όπως εφαρμόζονται σε ένα ευρύ φάσμα επιχειρήσεων όπως και μη κερδοσκοπικών οργανισμών. Τις τελευταίες δεκαετίες η υπερπροσφορά πληροφόρησης έχει οδηγήσει στην δημιουργία εσφαλμένων εντυπώσεων σχετικά με πολλές έννοιες, μία εκ των οποίων είναι και το μάρκετινγκ. Λόγω της ισχυρής συσχέτισης του αντικειμένου με την διαχείριση της εικόνας, πολλοί, ανάμεσά τους και οι εισερχόμενοι φοιτητές, έχουν την εντύπωση ότι το μάρκετινγκ αφορά απλώς την επιτυχημένη διαχείριση της εικόνας αχρείαστων προϊόντων τα οποία σπεύδουν να καταναλώσουν εκατομμύρια καταναλωτές οδηγώντας στην επιτυχία τους δημιουργούς τους. Φυσικά αυτή η πραγματικότητα είναι στρεβλή και επικίνδυνη. Το μάρκετινγκ αφορά την διαλεκτική σχέση ανάμεσα σε ομάδες για την ικανοποίηση κοινών στόχων, προς όφελος όλων των πλευρών. Ο στόχος του μαθήματος είναι η κατανόηση της παραπάνω φιλοσοφίας και η παρουσίαση της μεθοδολογίας και των εργαλείων εφαρμογής της. Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p>			
<b>Γνώσεις</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Γνώση:</b> να αναγνωρίσει την ανάγκη και τον τρόπο προσδιορισμού αποφάσεων στο πεδίο του μάρκετινγκ</li> <li><b>2. Κατανόηση:</b> να διακρίνει το ρόλο που παίζουν οι ανάγκες και οι προτιμήσεις των ανθρώπων στη λήψη αγοραστικών αποφάσεων και στην καταναλωτική τους συμπεριφορά</li> </ol>			
<b>Δεξιότητες</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li><b>3. Εφαρμογή:</b> να διακρίνει την χρησιμότητα προηγούμενων ερευνών και της ανάλυσης του εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού και να εκτιμήσει την ανάγκη στρατηγικού σχεδιασμού στο μάρκετινγκ</li> <li><b>4. Ανάλυση:</b> να συνδυάσει τα δεδομένα της αγοράς για μια επιχείρηση ή ένα συγκεκριμένο προϊόν και να αναπτύξει τις τεχνικές της τμηματοποίησης της αγοράς βάσει διαφόρων κριτηρίων</li> <li><b>5. Σύνθεση:</b> να οργανώσει στόχους και να αναπτύξει αποφάσεις ως προς την προβολή μιας επιχείρησης ή ενός προϊόντος</li> </ol>			
<b>Ικανότητες</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li><b>6. Αξιολόγηση:</b> να ορίσει ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα μάρκετινγκ για λογαριασμό μιας επιχείρησης</li> </ol>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές/τριες αναπτύσσουν γνώσεις που θα τους βοηθήσουν στην

- ✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, για τις αγορές και τις συνθήκες που επικρατούν με τη χρήση της κατάλληλης μεθοδολογίας και των απαραίτητων τεχνολογιών
- ✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις
- ✓ Λήψη αποφάσεων
- ✓ Εργασία σε διεθνές περιβάλλον
- ✓ Σχεδιασμό και διαχείριση έργων
- ✓ Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής
- ✓ Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον
- ✓ Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα
- ✓ Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον
- ✓ Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου
- ✓ Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

#### ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Το μάθημα αποτελεί το βασικό εισαγωγικό μάθημα στην επιστημονική γνώση του μάρκετινγκ της μίας εκ των βασικών κατευθύνσεων του Τμήματος. Η διδασκαλία του μαθήματος στοχεύει στην εισαγωγή των σπουδαστών στις βασικές έννοιες του μάρκετινγκ και στις βασικές συγγενείς γνωστικές έννοιες, περιοχές και γνωστικά αντικείμενα. Επιπλέον παρουσιάζει τη σύνδεση της έννοιας του μάρκετινγκ με τους εκάστοτε επιχειρησιακούς στόχους όπως αυτοί διαμορφώνονται και αποτυπώνονται στην στρατηγική διοίκηση, παρουσιάζει το επιχειρηματικό και οικονομικό περιβάλλον και την κατανόηση της συνολικής εικόνας του και των απαιτήσεων για την αποτελεσματική διαχείριση της λειτουργία του μάρκετινγκ μέσα σε αυτό.

Επίσης το μάθημα αναφέρεται σε εισαγωγικές έννοιες σε μεθοδολογίες της συμπεριφοράς του καταναλωτή και της έρευνας μάρκετινγκ και τη θέση τους στο σύγχρονο μάρκετινγκ. Το μάθημα αποτελεί τη βάση πάνω στην οποία συγκεκριμένες μεθοδολογίες και τεχνικές διοίκησης των λειτουργιών του μάρκετινγκ όπως αναπτύσσονται κατά την διάρκεια των επί μέρους ειδικών μαθημάτων της κατεύθυνσης, αλλά και των υπολοίπων κατευθύνσεων. Τέλος, στόχο του μαθήματος αποτελεί η κατανόηση από τους σπουδαστές του ρόλου του μάρκετινγκ στην οικονομία και στην κοινωνία γενικότερα, στην επίδραση στις εξελίξεις όπως και των επιδράσεών του σε τομείς πέρα από το ακαδημαϊκό περιβάλλον.

Αναλυτικά, οι διδακτικές ενότητες ανά διάλεξη παρουσιάζονται παρακάτω

- 1 Εισαγωγή στις αρχές Μάρκετινγκ
- 2 Στρατηγική Μάρκετινγκ και κατανόηση ανταγωνιστών.
- 3 Περιγραφή του περιβάλλοντος μάρκετινγκ
- 4 Το μάρκετινγκ στις διεθνείς αγορές και η Παγκοσμιοποίηση
- 5 Αγοραστική συμπεριφορά καταναλωτή
- 6 Περιγραφή των επιχειρηματικών αγορών και βιομηχανική αγοραστική συμπεριφορά
- 7 Εισαγωγικά στην στρατηγική μάρκετινγκ: Τμηματοποίηση των αγορών
- 8 Στρατηγική μάρκετινγκ: Στόχευση και τοποθέτηση
- 9 Η αναγκαιότητα της έρευνας μάρκετινγκ
- 10 Εισαγωγή στην διοίκηση επωνυμίας και συσκευασία
- 11 Το μάρκετινγκ των υπηρεσιών
- 12 Α' μέρος σύνοψης του μαθήματος- Τι είναι μάρκετινγκ και πώς συνδέονται η φιλοσοφία του με την στρατηγική μάρκετινγκ ως διαδικασία και τα εξειδικευμένα εργαλεία του (συμπεριφορά καταναλωτή και έρευνα μάρκετινγκ)
- 13 Β' μέρος σύνοψης του μαθήματος- Πώς υλοποιείται η στρατηγική μάρκετινγκ μέσω της διαχείρισης των στοιχείων του μίγματος μάρκετινγκ.

#### ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

##### Προτεινόμενη βιβλιογραφία

- Dibb S, Simkin L, Pride W, Ferrell O.C.(2021) Μάρκετινγκ-Έννοιες και Στρατηγικές, Εκδόσεις BrokenHill
- Kotler P., Keller K.L. (2006). Μάρκετινγκ Μάνατζμεντ, Εκδόσεις Κλειδάριθμος.
- Perreault W. (2011) Marketing Μια Στρατηγική Προσέγγιση, Εκδόσεις BrokenHill
- Solomon M, Marshall G., Stuart E, (2020) Μάρκετινγκ, Εκδόσεις Α. ΤΖΙΟΛΑ & ΥΙΟΙ Α.Ε.
- Δημητριάδης Σ., Τζωρτζάκη Α. (2010). Μάρκετινγκ, Αρχές, Στρατηγικές, Εφαρμογές, Εκδόσεις Rosili.

##### Συναφή επιστημονικά περιοδικά

- *Journal of Consumer Research*
- *Journal of Marketing*
- *Journal of Marketing Research*
- *MarketingScience*

- *Journal of the Academy of Marketing Science*
- *European Journal of Marketing*
- *Journal of Consumer Psychology*
- *International Journal of Research in Marketing*
- *Marketing Theory*
- *Journal of Advertising*

## 14.2 Μαθήματα 2ου Εξαμήνου

### ΠΕΡΙΓΡΑΦΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230201	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	2ο
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Μίγμα Μάρκετινγκ</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3	5	
Ασκήσεις Πράξης			
Εργαστηριακές Ασκήσεις			
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Γενικού Υπόβαθρου		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>	Δεν Υπάρχουν		
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	Ελληνικά		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>			
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>			
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <p><b>1. Γνώση:</b> να περιγράφει και να προσδιορίζει τα δεδομένα της αγοράς για μια επιχείρηση ή ένα συγκεκριμένο προϊόν.</p> <p><b>2. Κατανόηση:</b> να διακρίνει τις τεχνικές της τμηματοποίησης της αγοράς βάσει διαφόρων κριτηρίων και να τις εξηγήσει.</p> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <p><b>3. Εφαρμογή:</b> να σχεδιάσει ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα μάρκετινγκ για λογαριασμό μιας επιχείρησης.</p> <p><b>4. Ανάλυση:</b> να αναπτύσσει και να συνδυάσει τη διαδικασία διαμόρφωσης των βασικών λειτουργιών του μάρκετινγκ όπως παρουσιάστηκαν στο εισαγωγικό μάθημα του πρώτου εξαμήνου.</p> <p><b>5. Σύνθεση:</b> να συνθέτουν σωστά την ορολογία του πρώτου εξαμήνου και να αξιολογούν τις αποφάσεις που λαμβάνονται αναφορικά με τα στοιχεία του μίγματος μάρκετινγκ. Να έχουν την ικανότητα να οργανώνουν και να εξηγούν τις απαραίτητες πληροφορίες αναφορικά με τις πληροφορίες που χρειάζονται προκειμένου να προτείνουν τις επιχειρηματικές αποφάσεις που αφορούν στα στοιχεία του μίγματος μάρκετινγκ.</p> <p><b>Ικανότητες</b></p> <p><b>6. Αξιολόγηση:</b> να ορίζουν τις διαδικασίες και τις μεθόδους της αξιολόγησης της αποτελεσματικότητας της κάθε απόφασης που αφορά στα στοιχεία του μίγματος μάρκετινγκ, των αλληλεπιδράσεων ανάμεσα σε αυτά και των αποτελεσμάτων στην συνολική στρατηγική μάρκετινγκ της επιχείρησης. Να συγκρίνουν τις αλληλεπιδράσεις ανάμεσα στα επιμέρους στοιχεία που συνθέτουν το μίγμα μάρκετινγκ.</p>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές/τριες αναπτύσσουν γνώσεις που θα τους βοηθήσουν να:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Λήψη αποφάσεων</li> <li>✓ Αυτόνομη εργασία</li> <li>✓ Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον</li> <li>✓ Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών</li> <li>✓ Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης</li> </ul>			

#### ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Το μάθημα αναλύει σε βάθος έννοιες που αφορούν στις πολιτικές των στοιχείων του μίγματος μάρκετινγκ με στόχο οι φοιτητές να οικοδομήσουν γνώση, η οποία βασίζεται στην θεωρία του μάρκετινγκ με στόχο να καταστήσει τους φοιτητές σε θέση να χρησιμοποιήσουν σε πρακτικό επίπεδο, στους κλάδους που θα εργασθούν. Αποτελεί συνέχεια του εισαγωγικού μαθήματος «ΑΡΧΕΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ».

Το μέρος του μαθήματος που αναφέρεται στην έννοια του προϊόντος καλύπτει (α) γενικές έννοιες πολιτικής προϊόντος, τιμής, επικοινωνίας και διανομής (β) μοντέλα διοίκησης χαρτοφυλακίου προϊόντων, (γ) καινοτομία και ανάπτυξη νέων προϊόντων, (δ) τα βασικά στοιχεία διοίκησης της επωνυμίας και στοιχεία διαχείρισης του προϊόντος στα διάφορα στάδια του κύκλου ζωής του. Το μέρος που αναφέρεται στο τμήμα της διανομής καλύπτει την έννοια, το αντικείμενο και σημασία της διανομής και των logistics, τον σχεδιασμό, την διοίκηση και τις στρατηγικές δικτύου διανομής, την διοίκηση και οργάνωση της εφοδιαστικής αλυσίδας, την διοίκηση και οργάνωση των εμπορικών επιχειρήσεων, και την πολυκάναλη διανομή. Το μέρος που εστιάζει στην έννοια και τη σημασία της τιμής παρουσιάζει την έννοια της τιμολογιακής στρατηγικής καθώς και στους κυριότερους παράγοντες που επηρεάζουν την τιμή και την διαδικασία τιμολόγησής ενός προϊόντος. Επιπρόσθετα, περιγράφονται οι διαφορές που υπάρχουν στη διαμόρφωση της τιμολογιακής στρατηγικής σε διαφορετικά είδη αγορών. Τέλος, το μέρος του μαθήματος το οποίο αναφέρεται στο στοιχείο της επικοινωνίας στοχεύει να παρουσιάσει τους τρόπους προβολής και προώθησης που διαθέτει μια επιχείρηση ή ένας οργανισμός στο πλαίσιο του μάρκετινγκ. Η ύλη του μαθήματος έχει ως στόχο να γνωρίσει και να εξοικειώσει τον φοιτητή με τους τρόπους με τους οποίους μια επιχείρηση ή ένας οργανισμός μπορεί να συντονίσει τα μέσα και τους τρόπους που διαθέτει προκειμένου να διαμορφώσει στο κοινό μια ξεκάθαρη, συνεπή και θετική εικόνα για τον ίδιο και τα προϊόντα του στο πλαίσιο του μίγματος μάρκετινγκ. Ειδικότερα,

1. Σύνδεση του μαθήματος με τις «Αρχές Μάρκετινγκ»
2. Στοιχεία προϊόντικού σχεδιασμού για αγαθά και υπηρεσίες
3. Product Management και ανάπτυξη νέων προϊόντων
4. Διανομή και ανάπτυξη καναλιών
5. Διανομή, εξυπηρέτηση πελατών και Logistics
6. Λιανέμποροι, χονδρέμποροι και ενδιάμεσοι και ο στρατηγικός σχεδιασμός τους
7. Εισαγωγή στην προώθηση και στην έννοια της Ολοκληρωμένης Επικοινωνίας Μάρκετινγκ
8. Προσωπικές πωλήσεις και εξυπηρέτηση πελατών λιανικής
9. Παρουσίαση των βασικών στοιχείων του μίγματος επικοινωνίας και ανάλυση της καταλληλότητάς τους.
10. Εισαγωγή στην τιμολόγηση και ανάλυση των παραγόντων διαμόρφωσής της
11. Μεθοδολογίες καθορισμού της τιμής στην πράξη
12. Εφαρμογή και Έλεγχος Σχεδίων Μάρκετινγκ: Εξέλιξη και Επανάσταση Εβδομάδα
13. Η σύνδεση του μάρκετινγκ με άλλες λειτουργικές περιοχές μέσω της ανάπτυξης των επιχειρηματικού μοντέλου.

#### ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

**Η προτεινόμενη βιβλιογραφία, αρθρογραφία και γενικώς οι πηγές στις οποίες οι φοιτητές μπορούν να αναζητήσουν δεν διαφέρουν από αυτές που προτείνονται για το μάθημα «ΑΡΧΕΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ» Προτεινόμενη βιβλιογραφία**

- Dibb S, Simkin L, Pride W, Ferrell O.C. (2021) Μάρκετινγκ-Έννοιες και Στρατηγικές, Εκδόσεις Broken Hill
- Kotler P., Keller K.L. (2006). Μάρκετινγκ Μάνατζμεντ, Εκδόσεις Κλειδάριθμος.
- Perreault W. (2011) Marketing Μια Στρατηγική Προσέγγιση, Εκδόσεις Broken Hill • Solomon M, Marshall G., Stuart E, (2020) Μάρκετινγκ, Εκδόσεις Α. ΤΖΙΟΛΑ& ΥΙΟΙ Α.Ε.
- Δημητριάδης Σ., Τζωρτζάκη Α. (2010). Μάρκετινγκ, Αρχές, Στρατηγικές, Εφαρμογές, Εκδόσεις Rosili.
- Πασχαλούδης Δημήτριος, (2018), Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ, Εκδόσεις Α. ΤΖΙΟΛΑ& ΥΙΟΙ Α.Ε.

**Συναφή επιστημονικά περιοδικά**

**Journal of Consumer Research**

**Journal of Marketing**

**Journal of Marketing Research**

**Journal of the Academy of Marketing Science**

**Journal of Consumer Psychology**

**International Journal of Research in Marketing**

**International Journal of Research in Marketing**



**ΠΕΡΙΓΡΑΦΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ**

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230202	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	2ο
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Μακροοικονομική Θεωρία</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3		
Ασκήσεις Πράξης			
Εργαστηριακές Ασκήσεις			
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	3	5	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΓΕΝΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΗ-ΑΓΓΛΙΚΗ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΝΑΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210202_Per_Makrooikonomikh-theoria.pdf">http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210202_Per_Makrooikonomikh-theoria.pdf</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>Γνώση:</b> να περιγράψουν το βασικό αντικείμενο μελέτης της Μακροοικονομικής Θεωρίας όπως: τα βασικά στοιχεία που συνθέτουν το Εθνικό Εισόδημα και τους Εθνικούς Λογαριασμούς.</li> <li><b>Κατανόηση:</b> να διακρίνουν τις βασικές συνιστώσες του πληθωρισμού και της ανεργίας, να περιγράψουν το μέγεθος της συνολικής κατανάλωσης και τους προσδιοριστικούς παράγοντες της κατανάλωσης, σε βραχυχρόνια και μακροχρόνια περίοδο.</li> </ol> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>Εφαρμογή:</b> να ταξινομήσουν τις βασικές συνιστώσες της συνολικής επένδυσης και να αξιολογήσουν την οικονομική επίδοση των κρατών.</li> <li><b>Ανάλυση:</b> να αναπτύξουν τη σχέση αποταμίευσης – επενδύσεων, συνδυάζοντας την κλασική ανάλυση των καμπυλών IS/LM,</li> <li><b>Σύνθεση:</b> να εξηγήσουν τον πληθωρισμό καθώς και στοιχεία Νομισματικής Θεωρίας και νομισματικής πολιτικής.</li> </ol> <p><b>Ικανότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>Αξιολόγηση:</b> να αξιολογήσουν και να συγκρίνουν με τη βοήθεια των «εργαλείων» της αγοράς συναλλάγματος, τις διεθνείς οικονομικές και εμπορικές σχέσεις.</li> </ol>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>✓ Λήψη αποφάσεων</li> <li>✓ Αυτόνομη εργασία</li> <li>✓ Ομαδική εργασία</li> <li>✓ Εργασία σε διεθνές περιβάλλον</li> <li>✓ Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον</li> <li>✓ Σχεδιασμός και διαχείριση έργων</li> <li>✓ Παραγωγή νέων ερευνητικών ιδεών</li> </ul>			
<b>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Οικονομικό Πρόβλημα. Εργαλεία οικονομικής ανάλυσης.</li> <li>2. Το πλαίσιο της λειτουργίας των αγορών στην μικτή οικονομία.</li> <li>3. Εθνικό προϊόν. Κατανάλωση-Αποταμίευση-Επενδύσεις.</li> <li>4. Προσδιορισμός εισοδήματος. Δημόσιος τομέας.</li> <li>5. Ισορροπία Εισοδήματος.</li> <li>6. Αγορά Χρήματος/Διεθνείς Ροές Κεφαλαίου – Συναλλαγματικές Ισοτιμίες - Νομισματική Πολιτική.</li> <li>7. Αγορά Προϊόντος, Εργασίας.</li> <li>8. Υπόδειγμα IS-LM.</li> <li>9. Νομισματική και Δημοσιονομική Πολιτική.</li> <li>10. Προϊόν, Απασχόληση Τιμές.</li> <li>11. Μακροοικονομική Ισορροπία.</li> </ol>			

12. Ανεργία-Πληθωρισμός.
13. Πολιτική Προσφοράς – Αποτελεσματικότητα Αγορών.

#### **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

##### ***Προτεινόμενη βιβλιογραφία***

Μακροοικονομική, Arnold Roger, BROKENHILLPUBLISHERSLTD, 2018

Μακροοικονομική, 6η Έκδοση, Williamson Stephen D. , Γρηγόρης Σιουρούνης - Ευάγγελος Διοικητόπουλος (επιμέλεια), ΕΚΔΟΣΕΙΣ Α. ΤΖΙΟΛΑ & ΥΙΟΙ Α.Ε., 2018

Μακροοικονομική, A. Abel, B. Bernake, D. Croushore, ΕκδόσειςΚριτική, 2010 Μακροοικονομική, P. Krugman, R. Wells, Επίκεντρο, 2009.



**ΠΕΡΙΓΡΑΦΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ**

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230203	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	2ο
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Δημόσια Διοίκηση</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3	5	
Ασκήσεις Πράξης			
Εργαστηριακές Ασκήσεις			
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	3	5	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΓΕΝΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΗ-ΑΓΓΛΙΚΗ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΝΑΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>			
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Γνώση:</b> να περιγράψουν το βασικό αντικείμενο μελέτης της Δημόσιας Διοίκησης και των μηχανισμών δράσης της</li> <li><b>2. Κατανόηση:</b> να διακρίνουν τις σχέσεις μεταξύ των τεχνικών και πολιτικών διαστάσεων στη λειτουργία του κράτους.</li> </ol> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>3. Εφαρμογή:</b> να εφαρμόζουν τις αρχές της Δημόσιας Διοίκησης.</li> <li><b>4. Ανάλυση:</b> να αναλύουν και να εξηγούν τους δείκτες διαφθοράς ,</li> <li><b>5. Σύνθεση:</b> να σχεδιάζουν και να υλοποιούν τις τεχνικές της Δημόσιας Διοίκησης</li> </ol> <p><b>Ικανότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>6. Αξιολόγηση:</b> αναλύουν την οργανωτική δομή των δημοσίων επιχειρήσεων .</li> </ol>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>✓ Λήψη αποφάσεων</li> <li>✓ Αυτόνομη εργασία</li> <li>✓ Ομαδική εργασία</li> <li>✓ Εργασία σε διεθνές περιβάλλον</li> <li>✓ Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον</li> <li>✓ Σχεδιασμός και διαχείριση έργων</li> <li>✓ Παραγωγή νέων ερευνητικών ιδεών</li> </ul>			
<b>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Έννοια και χαρακτηριστικά της Δημόσιας Διοίκησης</li> <li>2. Θεσμικό πλαίσιο της Δημόσιας Διοίκησης.</li> <li>3. Βασικές αρχές και λειτουργία της Δημόσιας Διοίκησης.</li> <li>4. Οργάνωση της Δημόσιας Διοίκησης.</li> <li>5. Η Δημόσια Διοίκηση στην Ευρωπαϊκή Ένωση</li> <li>6. Η Δημόσια Διοίκηση στην Ελλάδα.</li> <li>7. Μεταρρυθμίσεις της Δημόσιας Διοίκησης στην Ελλάδα.</li> <li>8. Το προσωπικό της Δημόσιας Διοίκησης</li> <li>9. Τάσεις και παράγοντες της Δημόσιας Διοίκησης στον 21<sup>ο</sup> αιώνα</li> <li>10. Παράγοντες Δημιουργίας Διαφθοράς στη Δημόσια Διοίκηση</li> <li>11. Αρετή και Ηθική στη Δημόσια Διοίκηση: Ηγεσία με γνώμονα τις αξίες στους οργανισμούς του Δημοσίου Τομέα.</li> <li>12. Αντιμετώπιση της διαφθοράς στη Δημόσια Διοίκηση</li> <li>13. Μελέτες περίπτωσης.</li> </ol>			
<b>ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ</b>			

**Προτεινόμενη βιβλιογραφία**

- ✓ Διαφθορά ηθική και ακεραιότητα στη Δημόσια Διοίκηση, Adam Graycar, BROKENHILLPUBLISHERSLTD, 2023
- ✓ Εισαγωγή στη Δημόσια Διοίκηση, 2η Έκδοση, Σταυρούλα Ν. Κτιστάκη, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΠΑΠΑΖΗΣΗ., 2020

Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- Journal of Public Administrative Research and Theory
- International Journal of Public Sector Management
- International Journal of Public Administration
- Public Policy and Administration
- Journal of Public Administration and Policy Research

**ΠΕΡΙΓΡΑΦΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ**

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230204	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	2ο
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Στατιστική</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	2		
Ασκήσεις Πράξης	1		
Εργαστηριακές Ασκήσεις			
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	3	5	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΓΕΝΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΗ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210204_Per_Statistikh.pdf">http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210204_Per_Statistikh.pdf</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Γνώση: να περιγράψει, να αναγνωρίσει και να συνδυάσει τις βασικές αρχές της στατιστικής.</li> <li>2. Κατανόηση: να γενικεύσει την εφαρμογή της στατιστικής στον ευρύτερο τομέα της οικονομίας. Να διακρίνει πιθανότητες και να εξάγει συμπεράσματα.</li> </ol> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. Εφαρμογή: να ταξινομεί τα δεδομένα, να υπολογίζει πιθανότητες και να παράγει μοντέλα πιθανοτήτων.</li> <li>4. Ανάλυση: να αναπτύξει μεθόδους στατιστικών δοκιμασιών, και να είναι σε θέση να σχεδιάσει δειγματοληπτικές μεθόδους του στατιστικού δείγματος.</li> <li>5. Σύνθεση: να οργανώσει δειγματοληψία, να συνθέσει στατιστική ανάλυση και να εξηγήσει τα αποτελέσματα.</li> </ol> <p><b>Ικανότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5. Αξιολόγηση: να συγκρίνει δεδομένα, να ορίσει τις υποθέσεις εργασίας, να κρίνει την σημαντικότητα του αποτελέσματος και να συμπεράνει τα αποτελέσματα.</li> </ol>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>✓ Λήψη αποφάσεων</li> <li>✓ Σχεδιασμός και διαχείριση έργων</li> <li>✓ Παραγωγή νέων ερευνητικών ιδεών</li> </ul>			
<b>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>			
<p>Ενότητες μαθήματος:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Εισαγωγή στη Στατιστική.</li> <li>2. Περιγραφική Στατιστική (Ταξινόμηση στατιστικών δεδομένων, συχνότητες, διαγράμματα).</li> <li>3. Μέτρα θέσης και διασποράς.</li> <li>4. Στοιχεία της Θεωρίας Πιθανοτήτων</li> <li>5. Τυχαίες μεταβλητές και κατανομές πιθανοτήτων.</li> <li>6. Βασικές κατανομές.</li> <li>7. Επίλυση προβλημάτων με χρήση της Κανονικής Κατανομής.</li> <li>8. Δειγματοληψία και δειγματικές κατανομές.</li> <li>9. Εκτίμηση παραμέτρων και διαστήματα εμπιστοσύνης.</li> <li>10. Έλεγχοι υποθέσεων 1</li> <li>11. Έλεγχοι υποθέσεων 2</li> <li>12. Συσχέτιση</li> <li>13. Παλινδρόμηση</li> </ol>			
<b>ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ</b>			
<b>Προτεινόμενη βιβλιογραφία</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Στατιστική Σκέψη στον Κόσμο των Επιχειρήσεων, Aczel Amir, Εκδόσεις Broken Hill [Κωδ. Ευδόξου 59394390]</li> </ul>			

- ✓ 2. Στατιστική επιχειρήσεων με εφαρμογές σε SPSS και LISREL, Δημητριάδης Ευστάθιος, Εκδόσεις ΚΡΙΤΙΚΗ [Κωδ. Ευδόξου 59368020]
  - ✓ Στατιστική Επιχειρήσεων, Καραπιστόλης Δημήτριος,, Εκδόσεις Αλτιντζή 2013.
- Στατιστική για Οικονομία και Διοίκηση Επιχειρήσεων, Gerald Keller, Εκδόσεις Επίκεντρο 2010.

**ΠΕΡΙΓΡΑΦΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ**

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230205	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	2ο
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Ψυχολογία</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3	5	
Ασκήσεις Πράξης			
Εργαστηριακές Ασκήσεις			
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	3	5	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΓΕΝΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΗ-ΑΓΓΛΙΚΗ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΝΑΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="https://exams-sod.the.ihu.gr/course/view.php?id=106">https://exams-sod.the.ihu.gr/course/view.php?id=106</a>		

**Μαθησιακά Αποτελέσματα**

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:

**Γνώσεις**

- 1. Γνώση:** Έχουν αποκτήσει τις αναγκαίες γνώσεις ώστε να περιγράψουν τις ψυχικές λειτουργίες, και να συνδυάσουν τη συμπεριφορά, τα συναισθήματα και την προσωπικότητα του ατόμου.
- 2. Κατανόηση:** Διακρίνουν βασικές πληροφορίες για τα στάδια ανάπτυξης του ανθρώπου και εξηγούν τα στοιχεία που χαρακτηρίζουν το κάθε στάδιο. Γενικεύουν βασικές πληροφορίες για τα ψυχολογικά προβλήματα των ατόμων καθώς και για τις βασικές μεθόδους αντιμετώπισης τους.

**Δεξιότητες**

- 3. Εφαρμογή:** Ανακαλύπτουν βασικές αρχές Ψυχολογίας που εφαρμόζονται στο χώρο της εργασίας και ταξινομούν ερεθίσματα. Εξετάζουν τους ψυχολογικούς παράγοντες που επηρεάζουν το στρες στην εργασία και παράγουν βασικές μεθόδους αποτελεσματικής διαχείρισής του.
- 4. Ανάλυση:** Συνδυάζει και αναπτύσσει τον τρόπο εφαρμογής βασικών δεξιοτήτων επικοινωνίας στο εργασιακό περιβάλλον.
- 5. Σύνθεση:** Συνθέτουν και εξηγούν βασικές ψυχολογικές αρχές που σχετίζονται με τη δυναμική των ομάδων στην εργασία, και δημιουργούν δικά τους πρότυπα σε μελέτες περιπτώσεων.

**Ικανότητες**

- 6. Αξιολόγηση:** Συγκρίνουν και ορίζουν βασικά ψυχολογικά εφόδια που θα τους/ις ενδυναμώσουν στην διαδικασία αξιολόγησης και επίλυσης προβλημάτων καθώς και υποστήριξης και διαχείρισης εντάσεων / συγκρούσεων στον εργασιακό χώρο.

**Γενικές Ικανότητες**

- ✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών
- ✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις
- ✓ Λήψη αποφάσεων
- ✓ Αυτόνομη εργασία
- ✓ Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα
- ✓ Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου
- ✓ Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής
- ✓ Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

**ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ**

Αντικείμενο του μαθήματος αποτελεί η μελέτη των αρχών της Ψυχολογίας στο πλαίσιο εφαρμογής τους στο πεδίο της διοίκησης Οργανισμών, μάρκετινγκ και τουρισμού. Οι θεματικές που περιλαμβάνονται στο περιεχόμενο του μαθήματος είναι οι ακόλουθες:

1. Ανάλυση του επιστημονικού αντικειμένου και των κλάδων της Ψυχολογίας.
2. Παρουσίαση βασικών αρχών όσον αφορά τις ψυχικές λειτουργίες του ατόμου (μάθηση, μνήμη, αντίληψη, προσοχή, σκέψη, νοημοσύνη κτλ.).
3. Ανάλυση των βασικών αρχών κατανόησης της συμπεριφοράς, των συναισθημάτων και των κινήτρων του ατόμου.
4. Παρουσίαση των βασικών θεωριών προσωπικότητας.
5. Ανάλυση των σταδίων ανάπτυξης του ανθρώπου.
6. Παρουσίαση των βασικών ψυχολογικών θεωριών εξήγησης των ψυχικών προβλημάτων καθώς και των

βασικών θεραπευτικών μεθόδων αντιμετώπισης τους.

7. Ανάλυση του φαινομένου του στρες και παρουσίαση μεθόδων αποτελεσματικής διαχείρισής του.
8. Ανάλυση της έννοιας της επικοινωνίας και παρουσίαση βασικών δεξιοτήτων επικοινωνίας.
9. Ανάλυση βασικών αρχών που σχετίζονται με τη δυναμική των ομάδων στην εργασία.
10. Παρουσίαση τεχνικών επίλυσης προβλημάτων και διαχείρισης εντάσεων στον εργασιακό χώρο.
11. Διαχείριση ελεύθερου χρόνου
12. Μελέτες περιπτώσεων στο μάρκετινγκ

Ψυχολογία στη διαμόρφωση τουριστικών προορισμών

#### **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

##### **Προτεινόμενη βιβλιογραφία**

- Aldridge, S. & Rigby, S. (2001). *Counselling skills in context*. Hodder and Stoughton.
- Bennett, P. (2015). *Clinical psychology: psychopathology through the lifespan*. Open University Press.
- Βοσνιάδου Σ. (2007). *Εισαγωγή στην Ψυχολογία: Βιολογικές, αναπτυξιακές και συμπεριφοριστικές προσεγγίσεις*. Gutenberg. Αθήνα 2007
- Γαλανάκης, Μ. (2012). *Εργασιακή Ψυχολογία*. Εκδόσεις Σταμούλης.
- Cooligan, H. (2008). *Ψυχολογία της εργασίας*. Εκδόσεις Παπαζήση.
- Feldman, R.S. (2017). *Understanding psychology (12th edition)*. McGraw - Hill.
- Griggs, R.A. (2016). *Psychology: a concise introduction (5th edition)*. Worth Publishers.
- Hayes, N. (2011). *Εισαγωγή στην ψυχολογία (επιμ. Α. Κωσταρίδου -Ευκλείδη.)*. Εκδόσεις Πεδίο.
- Hook, D., Franks, B. & Bauer, M.W. (2011). *The social psychology of communication*. Palgrave - McMillan.
- Schacter D, Gilbert D, Wegner D, Nock M. (2018). *Εισαγωγή στην ψυχολογία*. Εκδόσεις Gutenberg
- Warr, P. (2002). *Psychology at work*. Penguin Books.

##### **Συναφή επιστημονικά περιοδικά**

Journal of Applied Psychology  
Annual Review of Psychology  
Hellenic Journal of Psychology  
Journal of Business and Psychology  
European Journal of Work and Organizational Psychology  
Journal of Personality and Social Psychology  
Journal of Health Psychology  
International Journal of Stress Management

**ΠΕΡΙΓΡΑΦΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ**

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230206	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	2ο
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Εισαγωγή στον Τουρισμό</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3		
Ασκήσεις Πράξης			
Εργαστηριακές Ασκήσεις			
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	3	5	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΓΕΝΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΗ-ΑΓΓΛΙΚΗ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΝΑΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="https://exams-sod.the.ihu.gr/course/view.php?id=30">https://exams-sod.the.ihu.gr/course/view.php?id=30</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <p><b>1. Γνώση:</b> να αναγνωρίσει τη σημασία του τουρισμού στη σύγχρονη κοινωνία, μέσα από τη μελέτη του παρελθόντος. Να αναγνωρίσει τα στοιχεία του παρόντος και του μέλλοντος των σχετικών παραγόντων που συναποτελούν και προσδιορίζουν αυτό το σημαντικό κοινωνικοοικονομικό φαινόμενο.</p> <p><b>2. Κατανόηση:</b> Να διακρίνει τις γνώσεις που θα του επιτρέψουν να έχει επίγνωση των διαφόρων εννοιών και ορισμών των διαφόρων τουριστικών μεγεθών, ως ρόων αλλά και να εξηγήσει τα αποτελέσματα.</p> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <p><b>3. Εφαρμογή:</b> Να ταξινομήσει με σαφήνεια και να ανακαλύψει τους ψυχικούς, οικονομικούς, πολιτιστικούς και γεωγραφικούς παράγοντες που αποτελούν βάση των τουριστικών δραστηριοτήτων και συμπεριφορών καθώς και να εξετάσει τις τουριστικές ροές.</p> <p><b>4. Ανάλυση:</b> Να συνδυάζει και να αναπτύσσει το φάσμα των οικονομικών, πολιτικών, κοινωνικών, πολιτιστικών και περιβαλλοντικών επιπτώσεων που μπορεί να έχει ο τουρισμός τόσο σε τοπικό-περιφερειακό όσο και σε εθνικό και διεθνές επίπεδο.</p> <p><b>5. Σύνθεση:</b> Να συνθέτει και να εξηγεί το αποτέλεσμα του τουρισμού πάνω στον ίδιο τον τουρίστα, καθώς και στην πραγματοποίηση της τουριστικής προσφοράς.</p> <p><b>Ικανότητες</b></p> <p><b>6. Αξιολόγηση:</b> Να συγκρίνει τις διάφορες μορφές τουρισμού, και να προτείνει εναλλακτικές μορφές. Να υπολογίζει και να κρίνει τις προτιμήσεις του αγοραστικού κοινού.</p>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>✓ Λήψη αποφάσεων</li> <li>✓ Αυτόνομη εργασία</li> <li>✓ Ομαδική εργασία</li> <li>✓ Εργασία σε διεθνές περιβάλλον</li> <li>✓ Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον</li> <li>✓ Σχεδιασμός και διαχείριση έργων</li> <li>✓ Παραγωγή νέων ερευνητικών ιδεών</li> </ul>			
<b>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ορισμός του τουριστικού συστήματος, του τουρισμού και του τουρίστα. Ιστορική αναδρομή στον τουρισμό.</li> <li>2. Η εξέλιξη των ταξιδιών και του τουρισμού μέσα στο χρόνο. Ξένοι ταξιδιώτες στην Ελλάδα.</li> <li>3. Ο 20ος αιώνας και η απογείωση του τουριστικού φαινομένου.</li> <li>4. Μορφές Τουρισμού: Ατομικός – μαζικός, εισερχόμενος – εξερχόμενος.</li> <li>5. Διεθνής-εγχώριος. Εναλλακτικές μορφές τουρισμού (αναλυτική εξέταση).</li> <li>6. Τουριστική Ζήτηση: Έννοιες, ορισμοί και δείκτες της τουριστικής ζήτησης. Προσδιοριστικοί παράγοντες της τουριστικής ζήτησης.</li> <li>7. Η μέτρηση της τουριστικής ζήτησης. Τουριστική Προσφορά: Οι διάφοροι παράγοντες της τουριστικής βιομηχανίας.</li> <li>8. Κυβερνητικοί οργανισμοί, οι ενδιάμεσοι (tour operators/ γραφεία ταξιδιών), οι εταιρίες και τα μέσα</li> </ol>			

μεταφοράς τουριστών, τα τουριστικά θέλγητρα, ο κλάδος της φιλοξενίας (καταλύματα).

9. Επιπτώσεις του Τουρισμού: Προσδιορισμός της έννοιας τόπος προορισμού και των σύνθετων στοιχείων του «τουριστικού επαγγέλματος».
10. Οι οικονομικές επιπτώσεις του τουρισμού, θετικές και αρνητικές. Η μέτρηση των οικονομικών επιπτώσεων.
11. Ο πολλαπλασιαστής του τουριστικού εισοδήματος. Οι κοινωνικές και πολιτιστικές επιπτώσεις του τουρισμού.
12. Οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις του τουρισμού. Μελέτες περιβαλλοντικών επιπτώσεων και σχέδια τουριστικής ανάπτυξης τόπων προορισμού.
13. Η έννοια της φέρουσας ικανότητας και η μέτρησή της. Η έννοια της αειφορικότητας και η τουριστική ανάπτυξη. Δείκτες για τη μέτρηση του αειφορικού τουρισμού.

#### **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

##### ***Προτεινόμενη βιβλιογραφία***

- ✓ FletcherJohn, FyallAlan, GilbertDavid, WanhillStephen (2019) Tourism: Principles and practice, BROKEN HILL PUBLISHERS LTD
- ✓ PeterRobinson, MichaelLück, StephenL.J. Smith (2022), Τουρισμός, ΕΚΔΟΣΕΙΣΠΡΟΠΟΜΠΟΣΙ.Κ.Ε.
- ✓ Sven Gross, Louisa Klemmer, (2014)Introduction to Tourism Transport, CABI
- ✓ Stephen Page, Tourism Management: An introduction, Routledge

##### ***Συναφή επιστημονικά περιοδικά***

- ✓ Advances in Hospitality and Tourism Research
- ✓ Annals of Tourism Research
- ✓ Current Issues in Tourism
- ✓ European Journal of Tourism Research
- ✓ Tourism Management



### 14.3 Μαθήματα 3ου Εξαμήνου

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230301	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	3 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Κοινωνιολογία</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>		<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>
Διαλέξεις		3	
Ασκήσεις Πράξης		0	
Εργαστηριακές Ασκήσεις		0	
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>		<b>3</b>	<b>5</b>
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΓΕΝΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	Ελληνική		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΝΑΙ (στην Αγγλική)		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>			
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p>			
<b>Γνώσεις</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Γνώση:</b> Να αναγνωρίζουν και να συζητούν βασικές έννοιες και κατευθύνσεις του πεδίου της Κοινωνιολογίας καθώς και τις θεωρητικές και πρακτικές συμβολές των σημαντικότερων εκπροσώπων της κοινωνιολογίας στο πεδίο της Διοίκησης επιχειρήσεων και λήψης αποφάσεων.</li> <li><b>2. Κατανόηση:</b> Να διακρίνει τις γνώσεις που θα του επιτρέψουν να κατανοήσει ευρεία και κριτικά τη σημασία και τον ρόλο της επιστήμης της Κοινωνιολογίας ως ειδικού γνωστικού τομέα των Επιστημών της Διοίκησης Επιχειρήσεων και Οργανισμών.</li> </ol>			
<b>Δεξιότητες</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li><b>3. Εφαρμογή:</b> Να εφαρμόζουν κοινωνιολογικές θεωρίες για να ερμηνεύσουν κοινωνικά φαινόμενα καθώς και ερευνητικά δεδομένα που άπτονται ζητημάτων διοίκησης, με τέτοιο τρόπο ώστε να διαφαίνεται μία ολιστική αντίληψη του ρόλου της διοίκησης σε σχέση με τις μεταβολές και τα δεδομένα του ευρύτερου κοινωνικού - ιστορικού συγκείμενου.</li> <li><b>4. Ανάλυση:</b> Να περιγράφουν και να αναλύουν τις διάφορες μορφές κοινωνιολογικής έρευνας και να επιχειρούν να ερμηνεύουν και να αξιολογούν τα ερευνητικά αποτελέσματα από το χώρο της Κοινωνιολογίας.</li> <li><b>5. Σύνθεση:</b> Να συνδέουν κοινωνιολογικές θεωρίες με συγκεκριμένα παραδείγματα ερευνών από αντίστοιχες επιστημολογικές και μεθοδολογικές κατευθύνσεις του επιστημονικού πεδίου της Κοινωνιολογίας.</li> </ol>			
<b>Ικανότητες</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li><b>6. Αξιολόγηση:</b> Να αξιολογούν και να συζητούν την διοίκηση από κοινωνιολογική σκοπιά με σκοπό να ερμηνεύσουν τη σχέση της διοίκησης και των λοιπών κοινωνικών θεσμών, να αξιολογούν τους περιορισμούς και τις δυνατότητες για δράση και αλλαγή μέσα από τον τρόπο άσκησης διοίκησης, τόσο μέσα από την καθημερινή πρακτική όσο και μέσα από την υιοθέτηση αντίστοιχης εργασιακής κουλτούρας.</li> </ol>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>✓ Λήψη αποφάσεων</li> <li>✓ Αυτόνομη εργασία</li> <li>✓ Ομαδική εργασία</li> <li>✓ Εργασία σε διεθνές περιβάλλον</li> </ul>			

✓ Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον

#### ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. Η κοινωνιολογική οπτική.
2. Η προέλευση της Κοινωνιολογίας, Κοινωνιολογική Θεωρία
3. Κοινωνιολογική έρευνα.
4. Πολιτισμός και πολιτισμικές θεωρίες
5. Πολιτισμός και ανθρώπινη ελευθερία
6. Κοινωνία και Τεχνολογία, Κοινωνία και σύγκρουση, Εξορθολογισμός της κοινωνίας
7. Κοινωνία και λειτουργία, Κριτική Επισκόπηση
8. Κοινωνικοποίηση
9. Κοινωνική αλληλεπίδραση στην καθημερινή ζωή
10. Μέσα μαζικής ενημέρωσης και μέσα κοινωνικής δικτύωσης
11. Αποκλίνουσες συμπεριφορές
12. Έμφυλη στρωμάτωση.
13. Συλλογική συμπεριφορά και κοινωνικά κινήματα

#### ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

##### **Προτεινόμενη βιβλιογραφία**

- ✓ Κοινωνιολογία, Macionis John J. Εκδόσεις Brocken Hill, 2020
- ✓ Σύγχρονη κοινωνιολογική θεωρία, 2<sup>η</sup> έκδοση, Ritzer George, Stepanisky Jeffrey, Εκδόσεις Κριτική ΑΕ, 2020
- ✓ Κοινωνιολογία, Οι βασικές έννοιες, Michael Hughes, Carolyn Kroehler, Εκδόσεις Κριτική ΑΕ, 2014
- ✓ Εισαγωγή στην Κοινωνιολογία, HENRY L. TISCHLER, Εκδόσεις Κλειδάριθμος ΕΠΕ, 2019
- ✓ Κοινωνιολογία, A. Giddens, μτφρ, επιμ. Δ.Γ.Τσαούση, Αθήνα: Gutenberg 2002

##### **Συναφή επιστημονικά περιοδικά**

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230302	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	3 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Διοίκηση Ανθρώπινων Πόρων και Οργανωσιακή Συμπεριφορά</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΓΕΝΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	Ελληνική		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210302_Per_Dioikhsh-anthrwpinwn-porwn-kai-organwsiakh-symperifora.pdf">http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210302_Per_Dioikhsh-anthrwpinwn-porwn-kai-organwsiakh-symperifora.pdf</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Γνώση:</b> Να περιγραφούν στους φοιτητές οι βασικές λειτουργίες της διοίκησης των ανθρώπινων πόρων, και οι φοιτητές να είναι σε θέση να τις αναγνωρίσουν.</li> <li><b>2. Κατανόηση:</b> Να διακρίνει και να εξηγήσει τις μεθόδους που χρησιμοποιούνται στον προγραμματισμό, στην ανάλυση εργασίας, στην προσέλευση και επιλογή υποψηφίων, στην εκπαίδευση, στην αξιολόγηση και στις αμοιβές, και να συμπεράνει τα αντίστοιχα στοιχεία.</li> </ol> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>3. Εφαρμογή:</b> Να εξετάσει τα θέματα που αφορούν την υγιεινή και ασφάλεια καθώς και να ταξινομήσει τις εργασιακές σχέσεις.</li> <li><b>4. Ανάλυση:</b> Να εξοικειώσει τους φοιτητές με τις λειτουργίες της διοίκησης ανθρώπινων πόρων αναλύοντας ορισμένες απλές εφαρμογές υπό μορφή ασκήσεων, καθώς και διερευνήσεων περιπτώσεων.</li> <li><b>5. Σύνθεση:</b> Να δημιουργήσει και να εξηγήσει τις διαδικασίες που υπάρχουν στις επιχειρήσεις αναφορικά με τους ανθρώπινους πόρους και να είναι σε θέση να οργανώσουν τις σωστές πρακτικές που χρησιμοποιούνται αναφορικά με όλες τις διαδικασίες, και να προτείνουν οι φοιτητές αντίστοιχες πρακτικές.</li> </ol> <p><b>Ικανότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>6. Αξιολόγηση:</b> Να βοηθήσει τους φοιτητές να αξιολογήσουν τα προσόντα τους, να τα υποστηρίξουν ώστε να τους προετοιμάσει στην ένταξή τους στον εργασιακό χώρο. Έμφαση δίνεται στον ορισμό της σύνταξης του βιογραφικού και τη διεξαγωγή της συνέντευξης, με κρίνοντας από τις απαιτήσεις της αγοράς.</li> </ol> <p>Προκειμένου να επιτευχθούν οι παραπάνω στόχοι ο διδάσκων χρησιμοποιεί πληθώρα εργαλείων μάθησης και πιο συγκεκριμένα,</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Σχετικά με τη βέλτιστη δυνατή αποτύπωση της γνώσης γίνεται προσπάθεια ενίσχυσης των ακουστικών, των οπτικών και του κιναισθητικών ερεθισμάτων που λαμβάνουν οι φοιτητές/τριες και τούτο γίνεται μέσω της χρησιμοποίησης λεκτικών και μη λεκτικών μεθόδων επικοινωνίας. Κατά τη διάρκεια της διάλεξης ο διδάσκων προσπαθεί να ανασύρει μνήμες από τους φοιτητές και φοιτήτριες που παρακολουθούν το μάθημα, πρακτικές και συναισθήματα, εντείνοντας την ετοιμότητα των φοιτητών/τριών να δεχθούν τη νέα γνώση.</li> <li>2 Η κατανόηση επιτυγχάνεται μέσω ερμηνείας ερωτήσεων που τίθενται, ενώ χρησιμοποιούνται κατά περίπτωση ι) η τεχνική της αναπλαισίωσης, όπου το πρόβλημα προσαρμόζεται στην κατάσταση του ερωτώμενου, ιι) η τεχνική της αγκίστρωσης σε σημεία ενδιαφέροντος, καθώς και ιιι) η τεχνική του καθρεφτισμού, μέσω της οποίας οι φοιτητές/τριες καλούνται να αλλάξουν ρόλους και να αντιμετωπίσουν υπό διαφορετικό πρίσμα των ερωτήματα.</li> <li>3 Ακολουθώντας το μοντέλο μεταφοράς γνώσης των Nonaka/ Takeuchi ακολουθεί η εφαρμογή και η ταξινόμηση της νέο-προσληφθείσας γνώσης στο υφιστάμενο γνωστικό υπόβαθρο των φοιτητών/τριών. Σε αυτό το στάδιο δίνεται μια περισσότερο πρακτική εφαρμογή της γνώσης χρησιμοποιώντας παραδείγματα από την καθημερινή εργασιακή πρακτική.</li> <li>4 Στη συνέχεια και στο πρότυπο του ίδιου μοντέλου μεταφοράς γνώσης, ακολουθεί η ανάλυση και η βαθύτερη</li> </ol>			

- κατανόηση του πλαισίου της δράσης και των επιπτώσεων αυτής.
- 5 Η σύνθεση που ακολουθεί, γίνεται κατά τα πρότυπα της εσωτερικής, προσαρμογής και ανα-δημιουργίας γνώσης από την πλευρά των φοιτητών / τριων οι οποίοι καλούνται να δημιουργήσουν, να συνθέσουν και κυρίως να εξηγήσουν φαινόμενα και συμπεριφορές.
- 6 Στο τελικό στάδιο της αξιολόγησης, διατυπώνονται τα συμπεράσματα και επιβεβαιώνονται είτε από βιβλιογραφικές αναφορές, είτε με τη χρήση οπτικοακουστικών μέσω διάδρασης.

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

- Να γνωρίζουν τη διαδικασία του προγραμματισμού των ανθρώπινων πόρων.
- Να είναι σε θέση να χρησιμοποιούν και να δημιουργούν ανάλυση των θέσεων εργασίας.
- Να γνωρίζουν τις μεθόδους προσέλκυσης και επιλογής υποψηφίων στις επιχειρήσεις, δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στο βιογραφικό και τη συνέντευξη. Να έχουν την ικανότητα να συγκεντρώνουν και να ερμηνεύουν τις απαραίτητες πληροφορίες αναφορικά με τις επιχειρήσεις που θα καταθέσουν το βιογραφικό τους για την εύρεση εργασίας.
- Να κατανοούν και να γνωρίζουν την σημασία της εκπαιδευτικής διαδικασίας στις επιχειρήσεις καθώς και τις μεθόδους εκπαίδευσης των εργαζομένων.
- Να γνωρίζουν τις διαδικασίες και τις μεθόδους της αξιολόγησης των εργαζομένων στις επιχειρήσεις, ώστε να μπορούν να τις διακρίνουν και να τις χρησιμοποιούν ανάλογα.
- Να γνωρίζουν τον τρόπο υπολογισμού των αμοιβών και τις μεθόδους αξιολόγησης της εργασίας.
- Να γνωρίζουν τα βασικά στοιχεία που σχετίζονται με την υγιεινή και ασφάλεια στο χώρο εργασίας.
- Να γνωρίζουν τα θέματα που αφορούν τις εργασιακές σχέσεις στην Ελλάδα.
- Να αναπτύξουν δεξιότητες και ικανότητες που τους χρειάζονται για να ενταχθούν στον εργασιακό χώρο όσο το δυνατόν ομαλότερα σύμφωνα με τις σύγχρονες απαιτήσεις της αγοράς.

#### Γενικές Ικανότητες

- ✓ 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 δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών
- ✓ 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

#### ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

- Μάθημα 1:** Η φύση της Διοίκησης Ανθρώπινων Πόρων/ Παγκόσμιο Πλαίσιο στη Διοίκηση Ανθρώπινων Πόρων
- Μάθημα 2:** Ανθρώπινος Παράγοντας και Οργανωτικός Σχεδιασμός
- Μάθημα 3:** Προσέλκυση και Μέθοδοι Επιλογής Εργαζομένων
- Μάθημα 4:** Ηγεσία
- Μάθημα 5:** Μάθηση και ενδο-οργανωσιακή εκπαίδευση
- Μάθημα 6:** Ανάπτυξη εργαζομένων
- Μάθημα 7:** Εργασιακές Σχέσεις/ συγκρούσεις
- Μάθημα 8:** Ηθική και Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη
- Μάθημα 9:** Υγιεινή και Ασφάλεια Εργαζομένων
- Μάθημα 10 :** Αμοιβές/ Παρακίνηση
- Μάθημα 11:** Διαχείριση διαφορετικότητας / ίσες ευκαιρίες
- Μάθημα 12:** Μέθοδος αξιολόγησης του προσωπικού
- Μάθημα 13:** Σύνοψη και διατύπωση συμπερασμάτων

#### ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

##### Προτεινόμενη βιβλιογραφία

##### ΔΙΔΑΚΤΙΚΑ ΣΥΓΓΡΑΜΜΑΤΑ

**Βιβλίο 1<sup>ο</sup>:** Οργανωσιακή Συμπεριφορά, Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 50659788, Έκδοση: 13η έκδ./2015, Συγγραφείς: Uhl-Bien M., Schermerhorn J., Osborn R., ISBN: 9789963258321, Τύπος: Σύγγραμμα, Διαθέτης (Εκδότης): BROKEN HILL PUBLISHERS LTD

**Βιβλίο 2<sup>ο</sup>:** Οργανωσιακή Ψυχολογία και Συμπεριφορά 2η Έκδοση, Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 86053197, Έκδοση: 2/2019. Συγγραφείς: Μαρία Βακόλα, Ιωάννης Νικολάου, ISBN: 978-618-51-31-59-3, Τύπος: Σύγγραμμα, Διαθέτης (Εκδότης): ROSILI ΕΜΠΟΡΙΚΗ - ΕΚΔΟΤΙΚΗ Μ.ΕΠΕ

**ΠΡΟΣΘΕΤΗ ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

- BERNARDIN, H. J. (2012). Human Resource Management (6th edition). McGraw-Hill, New York.
- MATHIS, R.L. and J.H. JACKSON (2011). Human Resource Management. Essential Perspectives. Cengage Learning; 6<sup>th</sup> edition.
- DESSLER, G. (2012). Human Resource Management (13th edition). Prentice Hall, New Jersey, USA.
- ΠΑΠΑΛΕΞΑΝΔΡΗ, Ν. και ΜΠΟΥΡΑΝΤΑΣ, Δ. (2003). Διοίκηση Ανθρώπινων Πόρων. Εκδόσεις Γ. Μπένου, Αθήνα.
- ΡΕΚΛΕΙΤΗΣ Π. ΒΑΞΕΒΑΝΙΔΟΥ Μ. (2008). Management Ανθρώπινων Πόρων. Εκδόσεις ΠΡΟΠΟΜΠΟΣ.

**ΣΥΝΑΦΗ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΑ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ**

- Human Resource Management Journal
- Human Resource Management Review
- The International Journal of Human Resource Management



<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230303	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	3 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Μίγμα Επικοινωνίας &amp; Διαφήμιση</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	3	5	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΓΕΝΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	Ελληνική		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	Communication Mix and Advertising/ NAI		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>			
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Ο σκοπός του μαθήματος είναι να περιγράψει τους βασικούς όρους του Μάρκετινγκ μέσω της επικοινωνίας και της διαφήμισης σε φοιτητές νέους που εισέρχονται στο επιστημονικό πεδίο του τμήματος. Εξηγεί τις λειτουργίες και της σχέσης μεταξύ των όρων επικοινωνία και διαφήμιση. Διαχωρίζει αντιληπτά τους 2 αυτούς όρους. Οριοθετεί το κάθε επιστημονικό πεδίο. Δίνει στους φοιτητές τη δυνατότητα να αποκτήσουν τις βασικές δεξιότητες στην χρήση της επικοινωνίας μέσω τακτικών και κανόνων του μάρκετινγκ σε όλες της κατηγορίες της αγοράς. Επίσης να παρέχει στους φοιτητές τις κατάλληλες γνώσεις σε εφαρμογές πραγματικών case studies επιχειρήσεων καθώς και τα πλεονεκτήματα των νέων αγορών στην επικοινωνία και την διαφήμιση.</p> <p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p>			
<b>Γνώσεις</b>			
<p>1. ΓΝΩΣΗ- αναγνωρίζουν και να προσδιορίζουν τις κατηγορίες των διαφημίσεων- περιγράφουν τις βασικές λειτουργίες των επικοινωνιών- να αναγνωρίζουν τους τύπους των διαφημίσεων και να προσδιορίζουν τους βασικούς τύπους καταναλωτών – πελατών ανάλογα με την κάθε αγορά. Σκοπός είναι να αντιληφθούν τους όρους και τους στόχους μιας αποτελεσματικής διαφήμισης. Να γνωρίζουν όλα τα τμήματα δημιουργίας μιας διαφήμισης και να προσδιορίζουν τα επικοινωνιακά οφέλη αλλά και τα επικοινωνιακά λάθη.</p> <p>2. ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ- διακρίνουν τις διαφορές μεταξύ πελατών/πωλητών/αγορών- διακρίνουν τη σπουδαιότητα της αποτελεσματικής διαφήμισης- εξηγούν και να εκτιμούν τις διάφορες κατηγορίες των καταναλωτών στην διαφήμιση- εκτιμούν και διακρίνουν βασικά στοιχεία του συστήματος δημιουργίας μιας διαφήμισης- να διακρίνουν τις υπηρεσίες της διαφήμισης σε μια επιχείρηση αλλά και στην επιστήμη του Μάρκετινγκ καθώς και να κατανοούν τη βασική δομή του.</p>			
<b>Δεξιότητες</b>			
<p>3. ΕΦΑΡΜΟΓΗ- να ανακαλύπτουν την πρακτική της αποτελεσματικής διαφήμισης και των λειτουργιών αυτής στην αγορά</p> <p>4. ΑΝΑΛΥΣΗ- να αντιλαμβάνονται το κοινό στόχο και την αγορά στην οποία θα πρέπει να αναλύσουν και να δραστηριοποιηθούν σε αυτήν μέσω της διαφήμισης και της επικοινωνίας.</p> <p>5. ΣΥΝΘΕΣΗ- να συνθέτουν τις διαβαθμίσεις της διαφήμισης και των τμημάτων αυτής σε μια επιχείρηση και να ανταποκρίνονται στην διαφορετικότητα τους ανάλογα με τις αγορές και τα επιχειρηματικά δεδομένα.</p>			
<b>Ικανότητες</b>			
<p>6. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ – να αξιολογούν τα βασικά χαρακτηριστικά των συστημάτων των αγορών- να αξιολογούν τα πλεονεκτήματα που προσφέρουν οι προγενέστερες κινήσεις επιχειρήσεων μέσα από τα case studies - να αξιολογούν τη λειτουργία των επιχειρήσεων και των αγορών στις οποίες δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά και συμβουλευτικά ως Διαφημιστές και Επικοινωνιολόγοι.</p>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<p>Μετά το πέρας του μαθήματος ο/η φοιτητής/τρια θα είναι σε θέση να αναλύει και να συνθέτει τα δεδομένα των διαφημίσεων και της επικοινωνίας και να τα προσαρμόζει την έρευνα του και τους στόχους ανάλογα και σε κάθε</p>			

περίπτωση σε νέες καταστάσεις των επιχειρηματικών αγορών. Θα μπορεί με τη χρήση της τεχνολογίας να υποστηρίξει τη διοικητική εργασία μιας επιχείρησης (presentation) ή ενός οργανισμού και να αναλύει και συνθέτει δεδομένα και πληροφορίες που αφορούν την επιστήμη της επικοινωνίας και της διαφήμισης μέσω και των ΗΥ. Τελικό αποτέλεσμα της διδασκαλίας θα αποτελεί το γεγονός η ορθή λήψη αποφάσεων, η εργασία σε διεθνές περιβάλλον και η επίδειξη επαγγελματικής και ηθικής ενασχόλησης με τον τομέα της διαφήμισης και της επικοινωνίας.

#### ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

##### Θεωρία

1. Πώς σχεδιάζονται και υλοποιούνται ολοκληρωμένες επικοινωνιακές καμπάνιες - Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ
2. ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΤΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ
3. Επιχειρηματικότητα & Διαφήμιση
4. Τμηματοποίηση, Στοχοθέτηση και Μείγμα Μάρκετινγκ
5. Σχέδιο Μάρκετινγκ, Διαφήμισης και IMC
6. Δημιουργική Εκτέλεση : Εικαστικό και Κείμενο
7. Έντυπη Διαφήμιση
8. Αναλογικά, Συνδρομητικά και Δορυφορικά ΜΜΕ : Τηλεόραση και Ραδιόφωνο
9. Ψηφιακά Διαδραστικά Μέσα
10. Εξωτερική Διαφήμιση, Άμεση Αλληλογραφία και Προϊόντα Προώθησης
11. Σχεδιασμός και αγορά μέσων
12. Παρακολούθηση και Ανάλυση Case studies διαφημίσεων Παγκόσμιας Κλίμακας
13. Γλώσσα Σώματος Επικοινωνίας
14. Επανάληψη Κεφαλαίων Εξαμήνου

#### ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

##### Προτεινόμενη βιβλιογραφία

Αποτελεσματική Διαφήμιση, Arens William, Arens Christian, Αυλωνίτης Γεώργιος, Εκδόσεις Rossili, ISBN 978-960-7745-38-5



<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230304	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	3 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Αγγλικά Ι</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΓΕΝΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΑΓΓΛΙΚΗ ΚΑΙ ΕΛΛΗΝΙΚΗ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΝΑΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210304_Per_Agglika-I.pdf">http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210304_Per_Agglika-I.pdf</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p>Γνώσεις</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Εξοικείωση και εκπαίδευση των φοιτητών στη μελέτη της αγγλικής γλώσσας.</li> </ul> <p>Δεξιότητες</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Μέσα από τη μελέτη της βασικής γνώσης, οι φοιτητές μπορούν να αποκτήσουν ισχυρό θεωρητικό υπόβαθρο, κριτική ικανότητα και δεξιότητες για έρευνα σε ανώτερα επίπεδα σπουδών</li> </ul> <p>Ικανότητες</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Ενισχύεται η γνώση της αγγλικής γλώσσας και κουλτούρας και η ηθική υπευθυνότητα και ευαισθησία σε θέματα φύλου .</li> </ul> <p>Ενισχύεται και η κριτική στάση απέναντι στις πολιτισμικές πρακτικές και ιδεολογίες διαφόρων μορφών</p>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>✓ Αυτόνομη εργασία</li> <li>✓ Ομαδική εργασία</li> <li>✓ Εργασία σε διεθνές περιβάλλον</li> <li>✓ Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον</li> <li>✓ Σχεδιασμός και διαχείριση έργων</li> <li>✓ Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα</li> </ul>			

#### ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. Εισαγωγή στα αγγλικά των επιχειρήσεων. Σκοπός, αναγκαιότητα.
2. Ανάγνωση και κατανόηση άρθρων, ανάλυση.
3. Επαγγελματίες του χώρου και η καθημερινή τους δραστηριότητα.
4. Τα πρώτα βήματα στο χώρο εργασίας: προσαρμογή στο χώρο εργασίας.
5. Επαγγελματική συνέντευξη και η σύνταξη του βιογραφικού και της συνοδευτικής επιστολής.
6. Προβολή ομιλιών επαγγελματιών του χώρου.
7. Παρουσίαση της μελλοντικής επαγγελματικής ταυτότητας στο χώρο εργασίας και τύποι επαγγελμάτων.
8. Συγγραφή εργασιακών επιστολών και άλλων επαγγελματικών εγγράφων.
9. Επαγγελματικές συναντήσεις: θέματα, σκοπός, παρουσίαση.
10. Επαγγελματικές παρουσιάσεις: θέματα, στόχοι, τρόποι διαχείρισης.
11. Αγγλικά των επιχειρήσεων και χρήση της τεχνολογίας.
12. Ηλεκτρονικό εμπόριο και η χρήση της αγγλικής γλώσσας.
13. Σύγχρονο μάρκετινγκ και μέσα κοινωνικής δικτύωσης στην αγγλική γλώσσα.

#### ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

***Προτεινόμενη βιβλιογραφία***

**Αγγλικά των Επιστημών-Επιχειρησιακές Σπουδές 1-2 και Μεθοδολογία Συγγραφής Επιστημονικών Εργασιών.**

Κωδικός βιβλίου στον Εύδοξο: 102070271

Συγγραφείς: MolHans, CollielJoanna, McCormackJoan, SlaghtJohn.

**Αγγλικά των Επιστημών Οικονομίας, Διοίκησης, Λογιστικής, Χρηματοοικονομικής και Πληροφορικής.**

Κωδικός βιβλίου στον Εύδοξο: 86201377

Συγγραφείς: AdamsJohn, FitzgeraldPatrick, McCullaghMarie, McLiskyMarie, RobertsMark, ScottRoger, TaborCarol.

***Συναφή επιστημονικά περιοδικά***

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230305	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	3 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Διαχείριση Δεδομένων και Πληροφοριών</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	2		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	1		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΓΕΝΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	Ελληνική και Αγγλική		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΝΑΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210305_Diaxeirish-dedomenwn-k-plhroforiwn.pdf">http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210305_Diaxeirish-dedomenwn-k-plhroforiwn.pdf</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>ΓΝΩΣΗ:</b> ο φοιτητής προσδιορίζει και αναγνωρίζει τις έννοιες που σχετίζονται με τη διαχείριση των ηλεκτρονικών δεδομένων</li> <li><b>ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ:</b> θα διακρίνει τις τεχνικές απόκτησης, διαχείρισης και αξιοποίησης της πληροφορίας εξηγήσει τη λήψη αποφάσεων και τη βελτιστοποίηση της διοίκησης.</li> </ol> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>ΕΦΑΡΜΟΓΗ:</b> Ο φοιτητής ταξινομεί τις βασικές αρχές οργάνωσης, αποθήκευσης και αξιοποίησης δεδομένων σε Η/Υ,</li> <li><b>ΑΝΑΛΥΣΗ:</b> ο φοιτητής συνδυάζει τις γνώσεις του για να μπορεί να αναπτύξει σωστά τα δεδομένα μιας επιχείρησης.</li> <li><b>ΣΥΝΘΕΣΗ:</b> οργανώνει και προτείνει τα κατάλληλα εργαλεία πληροφορικής για την επίτευξη επιχειρηματικών στόχων. Ανακατασκευάζει και αναδιοργανώνει τεχνικές πληροφορικής προσέγγισης σε μελέτες περιπτώσεων.</li> </ol> <p><b>Ικανότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ:</b> ο φοιτητής αξιολογεί τα πληροφορικά διαθέσιμα εργαλεία και τα εφαρμόζει ανάλογα με την περίπτωση. Παράλληλα ορίζει τα κατάλληλα πληροφοριακά εργαλεία για την ορθότερη επιστημονική προσέγγιση.</li> </ol>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>✓ Λήψη αποφάσεων</li> <li>✓ Αυτόνομη εργασία</li> <li>✓ Ομαδική εργασία</li> <li>✓ Σχεδιασμός και διαχείριση έργων</li> <li>✓ Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα</li> <li>✓ Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον</li> <li>✓ Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας</li> </ul>			
<b>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>Οι έννοιες των δεδομένων, της πληροφορίας και της γνώσης</li> <li>Διαχείριση και η αξιοποίηση δεδομένων σε μια επιχείρηση.</li> <li>Βασικές αρχές οργάνωσης και αποθήκευσης δεδομένων σε Η/Υ.</li> <li>Οι έννοιες του μοντέλου δεδομένων και της Βάσης Δεδομένων.</li> </ol>			

5. Το σχεσιακό μοντέλο.
6. Διαγράμματα οντοτήτων-συσχετίσεων και σχεδιασμός μιας Βάσης Δεδομένων.
7. Σχεδίαση ερωτημάτων για αναζήτηση και ενημέρωση δεδομένων.
8. Τα ερωτήματα ως εργαλείο για την εξαγωγή πληροφορίας από δεδομένα.
9. Αναφορές και φόρμες.
10. Εγκυρότητα δεδομένων.
11. Εξαγωγή γνώσης από δεδομένα.
12. Θέματα ποιότητας δεδομένων και δεοντολογίας.
13. Εφαρμογή λογισμικού Βάσεων Δεδομένων.

#### **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

##### ***Προτεινόμενη βιβλιογραφία***

1. Διαχείριση δεδομένων και επιχειρηματική ευφυΐα, Σταλίδης, Γ., Καρδαράς, Δ., [ηλεκτρ. βιβλ.] Αθήνα:Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών, 2015, Διαθέσιμο ελεύθερα στο: <http://hdl.handle.net/11419/1161>
2. Σχεσιακές βάσεις δεδομένων - Νέα αναθεωρημένη έκδοση, Κεχρής Ευάγγελος, Εκδόσεις Κριτική [Κωδ 41955665]
3. Βασικές Αρχές Συστημάτων Διαχείρισης Βάσεων Δεδομένων, Gillenson Mark, Εκδόσεις Broken Hill [Κωδ 77107302]
4. ΕΛΛΗΝΙΚΗ MICROSOFT ACCESS 2010, ΒΗΜΑ ΒΗΜΑ, JOYCE COX, JOAN LAMBERT, Εκδόσεις Κλειδάριθμος [Κωδ 12278008]

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230306	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	3 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Ερευνητικές Μεθοδολογίες</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	2		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	1		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΓΕΝΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	Ελληνική και Αγγλική		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΝΑΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="https://exams-sod.the.ihu.gr/course/view.php?id=257">https://exams-sod.the.ihu.gr/course/view.php?id=257</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <p><b>1. ΓΝΩΣΗ:</b> Με την παρακολούθηση του μαθήματος, οι φοιτητές θα αναγνωρίσουν την αξία της μεθοδολογίας έρευνας. Θα συνδυάσουν σε επιστημονικές αποδείξεις (evidence based).</p> <p><b>2. ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ:</b> οι φοιτητές θα είναι σε θέση να διακρίνουν τα στάδια της επιστημονικής έρευνας και να εκτιμήσουν τον σχεδιασμό.</p> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <p><b>3. ΕΦΑΡΜΟΓΗ:</b> ο φοιτητής θα μπορεί να ταξινομεί τόσο ποιοτικών όσο και ποσοτικών ερευνών (επιλογή του κατάλληλου ερευνητικού σχεδιασμού ανάλογα με τον τύπο της έρευνας και του ερευνητικού ερωτήματος, μέθοδοι δειγματοληψίας, εργαλεία συλλογής και μέτρησης δεδομένων).</p> <p><b>4. ΑΝΑΛΥΣΗ:</b> επιπλέον, θα συνδυάζει τις απαιτήσεις αναφορικά με την εφαρμογή των κανόνων ηθικής και δεοντολογίας στη διεξαγωγή της έρευνας.</p> <p><b>5. ΣΥΝΘΕΣΗ:</b> οργάνωση στατιστικής ανάλυσης και αναδιοργάνωση τεχνικών ανάλυσης δεδομένων σε κάθε τύπο έρευνας.</p> <p><b>Ικανότητες</b></p> <p><b>6. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ:</b> οι φοιτητές θα συγκρίνουν και θα αξιολογήσουν τους διάφορους τρόπους παρουσίασης των αποτελεσμάτων που θα συμβάλλουν στη λήψη αποφάσεων για την επίλυση σύνθετων προβλημάτων</p>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>✓ Λήψη αποφάσεων</li> <li>✓ Αυτόνομη εργασία</li> <li>✓ Ομαδική εργασία</li> <li>✓ Σχεδιασμός και διαχείριση έργων</li> <li>✓ Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα</li> <li>✓ Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον</li> <li>✓ Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας</li> </ul>			
<b>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>			
<p><b>Μάθημα 1<sup>ο</sup></b>  Εισαγωγή στην Μεθοδολογία Έρευνας  Τίτλος εργασιών - Διατύπωση ερευνητικού προβλήματος/σκοπού</p> <p><b>Μάθημα 2<sup>ο</sup></b>  Διατύπωση λέξεων κλειδιών  Ανασκόπηση της βιβλιογραφίας. Τρόποι αναζήτησης βιβλιογραφίας από ηλεκτρονικά μέσα (βάσεις δεδομένων)</p>			

**Μάθημα 3°**

Επιλογή άρθρων. Κριτική αξιολόγηση των εργασιών. Κατανόηση του περιεχομένου, σύνθεση νέας γνώσης.

**Μάθημα 4°**

Εισαγωγή στα διαφορετικά στυλ βιβλιογραφικών αναφορών. Αυτόματη εισαγωγή βιβλιογραφίας στο κείμενο | Μέρος 1

**Μάθημα 5°**

Αυτόματη εισαγωγή βιβλιογραφίας στο κείμενο - Εργαλεία | Μέρος 2

**Μάθημα 6°**

Μέθοδοι και βασικές αρχές δειγματοληψίας

**Μάθημα 7°**

Ποσοτική μέθοδος – Ερευνητικά εργαλεία ποσοτικών μεθόδων

**Μάθημα 8°**

Ποιοτική έρευνα – Ερευνητικά εργαλεία ποιοτικών μεθόδων. Ποιοτική vs Ποσοτική μέθοδος (Επανάληψη των μαθημάτων 7 & 8)

**Μάθημα 9°**

Εισαγωγή στη στατιστική ανάλυση δεδομένων. Στατιστικά προγράμματα (excel, spss, pspp | Μέρος 1

**Μάθημα 10°**

Εισαγωγή στη στατιστική ανάλυση δεδομένων. Στατιστικά προγράμματα (excel, spss, pspp | Μέρος 2

**Μάθημα 11°**

Κανόνες δεοντολογίας και ηθικής

**Μάθημα 12°**

Ερμηνεία των αποτελεσμάτων και τρόποι παρουσίασης στους σε ποσοτικές και ποιοτικές μελέτες

**ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ****Προτεινόμενη βιβλιογραφία**

1. Ίσαρη, Φ., Πουρκός, Μ., 2015. *Ποιοτική μεθοδολογία έρευνας*. [ηλεκτρ. βιβλ.] Αθήνα:Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών. Διαθέσιμο στο: <http://hdl.handle.net/11419/5826>.
2. Λαγουμιντζής, Γ. 2015. Εισαγωγή στην Επιστημονική Έρευνα. [Κεφάλαιο Συγγράμματος]. Στο Λαγουμιντζής, Γ., Βλαχόπουλος, Γ., Κουτσογιάννης, Κ. 2015. *Μεθοδολογία της έρευνας στις επιστήμες υγείας*. [ηλεκτρ. βιβλ.] Αθήνα:Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών. κεφ 1. Διαθέσιμο στο: <http://hdl.handle.net/11419/5357>
3. Λαγουμιντζής, Γ., Βλαχόπουλος, Γ., Κουτσογιάννης, Κ. 2015. Συγγραφή και αξιολόγηση μίας έρευνας. [Κεφάλαιο Συγγράμματος]. Στο Λαγουμιντζής, Γ., Βλαχόπουλος, Γ., Κουτσογιάννης, Κ. 2015. *Μεθοδολογία της έρευνας στις επιστήμες υγείας*. [ηλεκτρ. βιβλ.] Αθήνα:Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών. κεφ 8. Διαθέσιμο στο: <http://hdl.handle.net/11419/5364>
4. Λαγουμιντζής, Γ., Βλαχόπουλος, Γ., Κουτσογιάννης, Κ. 2015. Επισκόπηση της Ερευνητικής Διεργασίας. [Κεφάλαιο Συγγράμματος]. Στο Λαγουμιντζής, Γ., Βλαχόπουλος, Γ., Κουτσογιάννης, Κ. 2015. *Μεθοδολογία της έρευνας στις επιστήμες υγείας*. [ηλεκτρ. βιβλ.] Αθήνα:Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών. κεφ 3. Διαθέσιμο στο: <http://hdl.handle.net/11419/5359>
5. Λαγουμιντζής, Γ., Βλαχόπουλος, Γ., Κουτσογιάννης, Κ. 2015. Μέθοδοι Συλλογής Δεδομένων. [Κεφάλαιο Συγγράμματος]. Στο Λαγουμιντζής, Γ., Βλαχόπουλος, Γ., Κουτσογιάννης, Κ. 2015. *Μεθοδολογία της έρευνας στις επιστήμες υγείας*. [ηλεκτρ. βιβλ.] Αθήνα:Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών. κεφ 4. Διαθέσιμο στο: <http://hdl.handle.net/11419/5360>
6. Κουτσογιάννης, Κ. 2015. Ηθική της Έρευνας. [Κεφάλαιο Συγγράμματος]. Στο Λαγουμιντζής, Γ., Βλαχόπουλος, Γ., Κουτσογιάννης, Κ. 2015. *Μεθοδολογία της έρευνας στις επιστήμες υγείας*. [ηλεκτρ. βιβλ.] Αθήνα:Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών. κεφ 2. Διαθέσιμο στο: <http://hdl.handle.net/11419/5358>
7. Veal, Χρήστου (2020). Ερευνητικές Μεθοδολογίες στον Τουρισμό, 7<sup>η</sup> έκδοση, Broken Hill Publishing

## 14.4 Μαθήματα 4ου Εξαμήνου

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230401	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	4 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3	5	
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΓΕΝΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	Ελληνική και Αγγλική		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΝΑΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>			
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <p><b>1. ΓΝΩΣΗ:</b> Με την παρακολούθηση του μαθήματος, οι φοιτητές θα αναγνωρίσουν τις βασικές έννοιες του επιστημονικού πεδίου της Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης.</p> <p><b>2. ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ:</b> οι φοιτητές θα είναι σε θέση να αναγνωρίσουν το ρόλο της εφαρμογής των Πληροφοριακών Συστημάτων στη Δημόσια Διοίκηση.</p> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <p><b>3. ΕΦΑΡΜΟΓΗ:</b> ο φοιτητής θα μπορεί να εφαρμόζει τις αρχές σχεδίασης συστημάτων Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης</p> <p><b>4. ΑΝΑΛΥΣΗ:</b> επιπλέον, θα συνδυάζει τις απαιτήσεις αναφορικά με την εφαρμογή των κανόνων προστασίας των πληροφοριακών συστημάτων ηλεκτρονικής διακυβέρνησης.</p> <p><b>5. ΣΥΝΘΕΣΗ:</b> οργάνωση, ανάλυση και εφαρμογή δεδομένων στην αξιολόγηση και εφαρμογή της ηλεκτρονικής διακυβέρνησης.</p> <p><b>Ικανότητες</b></p> <p><b>6. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ:</b> οι φοιτητές θα συγκρίνουν και θα αξιολογήσουν τους δείκτες για τα επίπεδα ωριμότητας Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης</p>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>✓ Λήψη αποφάσεων</li> <li>✓ Αυτόνομη εργασία</li> <li>✓ Ομαδική εργασία</li> <li>✓ Σχεδιασμός και διαχείριση έργων</li> <li>✓ Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα</li> <li>✓ Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον</li> <li>✓ Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας</li> </ul>			
<b>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Εισαγωγή στις, βασικές έννοιες και τους ορισμούς της ηλεκτρονικής διακυβέρνησης</li> <li>2. Υφιστάμενη κατάσταση και Προοπτικές</li> <li>3. Στρατηγικό πλαίσιο. Ευρωπαϊκή και Ελληνική Στρατηγική</li> </ol>			

4. Παράγοντες Επιτυχίας, Πλεονεκτήματα, Κίνδυνοι και Προκλήσεις
5. Αξιολόγηση υπηρεσιών ηλεκτρονικής διακυβέρνησης
6. Ψηφιακός μετασχηματισμός
7. Πληροφοριακά Συστήματα Δημόσιας Διοίκησης
8. Ασφάλεια Ψηφιακών Συναλλαγών
9. Διαλειτουργικότητα
10. Μοντελοποίηση και Ανασχεδιασμός Διαδικασιών
11. Συστήματα Ψηφιακών Δημόσιων Προμηθειών
12. Ανοικτά Δημόσια Δεδομένα
13. Προσωπικά Δεδομένα

#### **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

##### ***Προτεινόμενη βιβλιογραφία***

1. Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση. Κοινωνικός & Οικονομικός Μετασχηματισμός, Καπόπουλος Δημήτρης, Εκδόσεις Διαυλος, 2021
2. Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση & Ηλεκτρονικές Υπηρεσίες προς Πολίτες και Επιχειρήσεις, 3<sup>η</sup> έκδοση, Λαζακίδου Αθηνά, Εκδόσεις Δίσιγμα, 2021
3. Ψυφιακή Διακυβέρνηση, Αποστολάκης Ι., Λούκης Ε., Χάλαρης Ι., Εκδόσεις Παπαζήση, 2022

##### ***Συναφή επιστημονικά περιοδικά***

- ✓ Journal of Information Technology and Politics
- ✓ International Journal of Electronic Government Research
- ✓ Electronic Government
- ✓ Government Information Quarterly



<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230402	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	4 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Ηλεκτρονικό Επιχειρείν</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	2		
Ασκήσεις Πράξης	2		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΓΕΝΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	Ελληνική και Αγγλική		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΝΑΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210402_Per_Hλεκτρονικο-epixeirein.pdf">http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210402_Per_Hλεκτρονικο-epixeirein.pdf</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Σκοπός του μαθήματος είναι να δείξει στους φοιτητές ότι μέσα από έναν παγκόσμιο δικτυακό ιστό σε συνδυασμό με νέες τεχνολογικές υποδομές και επιχειρηματικά μοντέλα παρέχονται ευκαιρίες για νέες επιχειρηματικές δραστηριότητες, αποτελεσματικότερη διαχείριση διεπιχειρησιακών διαδικασιών, άμεση δια-δραστική επικοινωνία αλλά και διεκπεραίωση συναλλαγών με επιχειρηματικούς πελάτες, καταναλωτές και πολίτες με ηλεκτρονικά μέσα. Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p>			
<b>Γνώσεις</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li><b>ΓΝΩΣΗ:</b> Αναγνωρίζουν τις επιπτώσεις που επιφέρει η τεχνολογία και ιδιαίτερα το διαδίκτυο στις σύγχρονες επιχειρήσεις και να προσδιορίζουν τις βασικές αρχές του Ηλεκτρονικού Επιχειρείν και Ηλεκτρονικού Εμπορίου.</li> <li><b>ΚΑΤΑΝΟΣΗ: Διακρίνουν</b> τον ρόλο της Διοίκησης μέσα στο πλαίσιο της e-Επιχειρηματικότητας</li> </ol>			
<b>Δεξιότητες</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li><b>ΕΦΑΡΜΟΓΗ: Εξετάζουν</b> νέα επιχειρηματικά μοντέλα Ηλεκτρονικού Επιχειρείν</li> <li><b>ΑΝΑΛΥΣΗ: Συνδυάζουν</b> τα συστατικά στοιχεία που συνθέτουν μια σύγχρονη επιχείρηση Ηλεκτρονικού Εμπορίου όπως: επιλογή πλατφόρμας (eCommercePlatform), εμπειρία του χρήστη (UserExperience), πληρωμές (Payments), CRM&amp;ERP, DigitalMarketing, καθιέρωση επωνυμίας (Branding), ψηφιακή διαφήμιση (DigitalAdvertisement), SEO, Social Media, AffiliateMarketing, Web Analytics.</li> <li><b>ΣΥΝΘΕΣΗ: Δημιουργούν</b> και να <b>οργανώνουν</b> ένα πρωτότυπο (prototype) ηλεκτρονικό κατάστημα με έτοιμα εργαλεία &amp; υπηρεσίες του διαδικτύου</li> </ol>			
<b>Ικανότητες</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li><b>ΑΝΑΛΥΣΗ: Αξιολογούν</b> και να <b>μετρούν</b> την απόδοση ενός website και ενός ηλεκτρονικού καταστήματος</li> </ol>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>✓ Λήψη αποφάσεων</li> <li>✓ Αυτόνομη εργασία</li> <li>✓ Ομαδική εργασία</li> <li>✓ Σχεδιασμός και διαχείριση έργων</li> <li>✓ Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα</li> <li>✓ Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον</li> <li>✓ Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας</li> </ul>			

#### ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Στο θεωρητικό μέρος θα παρουσιαστούν ορισμοί και ιστορικά στοιχεία για την ανάπτυξη του Διαδικτύου και του ηλεκτρονικού επιχειρείν και εμπορίου, βασικά επιχειρηματικά μοντέλα, λειτουργίες ενός ηλεκτρονικού καταστήματος, τεχνολογίες που χρησιμοποιούνται, θέματα ασφάλειας και προστασίας, νομικά θέματα, κλπ. Αναλύονται επιχειρηματικά πρότυπα του ηλεκτρονικού επιχειρείν, οι ποικίλες εφαρμογές του (ηλεκτρονικό κατάστημα, ηλεκτρονική δημοπρασία, ηλεκτρονικό εμπορικό κέντρο, ηλεκτρονική τραπεζική), το νομικό πλαίσιο του, θέματα

τεχνολογίας και ασφάλειας του Διαδικτύου, και παρέχονται απαντήσεις σε ερωτήματα επιχειρηματικής στρατηγικής. Στο εργαστηριακό μέρος του μαθήματος, οι φοιτητές θα διαδαχθούν τον τρόπο με τον οποίο οι τεχνολογίες Διαδικτύου μπορούν να χρησιμοποιηθούν σήμερα ώστε να δημιουργηθούν πετυχημένα επιχειρηματικά μοντέλα και μια επιχείρηση να μετατραπεί σε e-επιχείρηση και θα μελετηθούν πετυχημένα και αποτυχημένα παραδείγματα ηλεκτρονικών καταστημάτων και διαφόρων άλλων επιχειρηματικών μοντέλων (case studies). Τέλος οι φοιτητές θα σχεδιάζουν και θα αναπτύσσουν ένα πρωτότυπο (prototype) ηλεκτρονικό κατάστημα με έτοιμα εργαλεία & υπηρεσίες του διαδικτύου

#### **Θεωρητικό μέρος:**

- 1η Εισαγωγικές έννοιες Ηλεκτρονικό Εμπόριο & Ηλεκτρονικό Επιχειρείν
- 2η Ευκαιρίες του ηλεκτρονικού επιχειρείν  
-Κίνδυνοι του ηλεκτρονικού επιχειρείν  
-Ποια η διαφορά μεταξύ ηλεκτρονικού εμπορίου και ηλεκτρονικού επιχειρείν;
- 3η Επιχειρηματικά ή καταναλωτικά μοντέλα για συναλλαγές ηλεκτρονικού εμπορίου
- 4η Αποδοχή των ψηφιακών τεχνολογιών από τους καταναλωτές - Μοχλοί της αποδοχής του Διαδικτύου από τους καταναλωτές- Εμπόδια στην αποδοχή του Διαδικτύου από τους καταναλωτές- Εμπόδια στην αποδοχή του ηλεκτρονικού επιχειρείν και του ηλεκτρονικού εμπορίου
- 5η Εισαγωγή στις επιχειρήσεις B2B και B2C
- 6η Απόκριση του μανάτζμεντ στο ηλεκτρονικό εμπόριο και επιχειρείν- Στρατηγική και εφαρμογές
- 7η Κατηγορίες και Μοντέλα Ηλεκτρονικού Επιχειρείν (eBusinessModels)
- 8η Συστατικά Στοιχεία Ηλεκτρονικού Εμπορίου (eCommerceComponents)
- 9η Τεχνολογίες, Πρότυπα και Εφαρμογές Διαδικτύου
- 10η Επιλογή Πλατφόρμας (eCommercePlatform), Εμπειρία του Χρήστη (User Experience), Προμηθευτές & Προϊόντα (Suppliers&Productmix), Αποθήκη ( Warehouse), Αποστολή & Επιστροφές (Shipping &returns), Πληρωμές (Payments), CRM&ERP, CallCenter, DigitalMarketing, Personnel, Νομικά Θέματα (Legal)
- 11η Κινητό εμπόριο (m-commerce)
- 12η Ηλεκτρονικό Επιχειρηματικό/Επιχειρησιακό Πλάνο (e-BusinessPlan)
- 13η Μελέτες Περίπτωσης (CaseStudies)

#### **Εργαστηριακό μέρος:**

- 1η Συστήματα διαχείρισης περιεχομένου
- 2η Εγκατάσταση του Joomla
- 3η Εισαγωγή στο Joomla
- 4η Δημιουργία σελίδων στο JoomlaCMS
- 5η Προσαρμογή της ιστοσελίδας
- 6η Ασκήσεις στο Joomla!
- 7η Virtuemart
- 8η Ολοκληρωμένο σενάριο
- 9η Εγκατάσταση του Wordpress
- 10η Εισαγωγή στο Wordpress
- 11η Δημιουργία ιστολογίου στο Wordpress
- 12η Δημιουργία ιστοσελίδας στο Wordpress
- 13η Άλλα θέματα διαχείρισης

#### **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

##### **Προτεινόμενη βιβλιογραφία**

Laudon Kenneth, Traver Carol Guercio (2018). ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ, Εκδόσεις Α. ΠΑΠΑΣΩΤΗΡΙΟΥ & ΣΙΑ Ι.Κ.Ε., Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 77112547.

Turban Efraim, Outland Jon, King David (2020). ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ- ΕΡΓΑΛΕΙΟ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ, BROKEN HILL PUBLISHERS LTD, Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 94643838

##### **Συμπληρωματική βιβλιογραφία**

Chaffey, Dave, (2011). E-business and e-commerce management : strategy, implementation, and practice, 5th ed., ISBN-10: 0273752014, ISBN-13: 978-0273752011.

Πολλάλη Γ, Γιαννακόπουλος Δ, (2007). Ηλεκτρονικό Επιχειρείν, Εκδόσεις ΣΤΑΜΟΥΛΗ, Αθήνα.

##### **Συναφή επιστημονικά περιοδικά**

- Electronic Commerce Research, Springer.
- International Journal of Electronic Commerce (IJEC), M.E. Sharpe Inc.
- Electronic Commerce Research and Applications, Elsevier.
- International Journal of Electronic Business, Interscience Publishers.

##### **Διαδικτυακό Υλικό:**

- [ecommercenews.gr](http://ecommercenews.gr)
- [ecommercenews.eu](http://ecommercenews.eu)

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230403	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	4 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Χρηματοοικονομική Διοίκηση</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	3	5	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΓΕΝΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	Ελληνική		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>			
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="https://exams-sod.the.ihu.gr/course/view.php?id=260">https://exams-sod.the.ihu.gr/course/view.php?id=260</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Ο στόχος του συγκεκριμένου μαθήματος είναι η εμβάθυνση στην χρηματοοικονομική διοίκηση των επιχειρήσεων. Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p>			
<b>Γνώσεις</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li><b>ΓΝΩΣΗ:</b> να προσδιορίσει ο φοιτητής τη γνώση της Χρηματοοικονομικής λειτουργίας των Επιχειρήσεων και αναγνωρίσει τα στοιχεία που συνθέτουν το χρηματοοικονομικό περιβάλλον</li> <li><b>ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ:</b> ο φοιτητής θα μπορεί να διακρίνει και να διακρίνει τις μεθοδολογίες για αποτελεσματική χρηματοοικονομική ανάλυση και πρόβλεψη και να εκτιμήσει τα ενδεδειγμένα μέσα για κάλυψη των χρηματοδοτικών αναγκών</li> </ol>			
<b>Δεξιότητες</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li><b>ΕΦΑΡΜΟΓΗ:</b> ο φοιτητής εξετάζει τη χρήση των εργαλείων όπως η ανάλυση αριθμοδεικτών, πηγών και χρήσεων κεφαλαίου, η ανάλυση (λειτουργική και χρηματοοικονομική) μόχλευσης και η χρηματοοικονομική διοίκηση με χρήση προϋπολογισμών</li> <li><b>ΑΝΑΛΥΣΗ:</b> ο φοιτητής συνδυάζει τα ανωτέρω εργαλεία των χρηματοοικονομικών στοιχείων της επιχείρησης για κάλυψη χρηματοδοτικών αναγκών ή και αποτελεσματική αξιοποίηση των διαθεσίμων της</li> <li><b>ΣΥΝΘΕΣΗ:</b> ο φοιτητής δημιουργεί και συνθέτει εκθέσεις (reports) χρηματοοικονομικών δεδομένων για λήψη αποφάσεων, οργάνωση της χρηματοοικονομικής λειτουργίας και λήψη αποφάσεων για κάλυψη χρηματοοικονομικών αναγκών και για αποτελεσματική διαχείριση διαθεσίμων</li> </ol>			
<b>Ικανότητες</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li><b>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ:</b> ο φοιτητής αξιολογεί τις ικανότητες του χρηματοοικονομικού περιβάλλοντος και των χρηματοοικονομικών στοιχείων της επιχείρησης και μετρά και συγκρίνει με άλλες επιχειρήσεις του κλάδου για αποτελεσματική λήψη αποφάσεων.</li> </ol>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές/ τριες αναπτύσσουν γνώσεις που θα τους βοηθήσουν να:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>✓ Λήψη αποφάσεων</li> <li>✓ Αυτόνομη εργασία</li> <li>✓ Ομαδική εργασία</li> <li>✓ Εργασία σε διεθνές περιβάλλον</li> <li>✓ Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον</li> </ul>			
<b>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>			
ΕΒΔΟΜΑΔΑ 1:	Εισαγωγή στη Χρηματοοικονομική διοίκηση των επιχειρήσεων		
ΕΒΔΟΜΑΔΑ 2:	Η ανάλυση και πρόβλεψη του χρηματοοικονομικού περιβάλλοντος		
ΕΒΔΟΜΑΔΑ 3:	Χρηματοοικονομική ανάλυση και πρόβλεψη 1 (ανάλυση κεφαλαιακών ροών, λειτουργική και χρηματοοικονομική μόχλευση)		
ΕΒΔΟΜΑΔΑ 4:	Χρηματοοικονομική ανάλυση και πρόβλεψη 2 (ανάλυση με χρήση		

	αριθμοδεικτών)
ΕΒΔΟΜΑΔΑ 5:	Διαχείριση κυκλοφορούντων περιουσιακών στοιχείων και διαθεσίμων
ΕΒΔΟΜΑΔΑ 6:	Πηγές βραχυπρόθεσμης χρηματοδότησης (τραπεζικός δανεισμός, διαχείριση πιστώσεων)
ΕΒΔΟΜΑΔΑ 7:	Πηγές μακροπρόθεσμης χρηματοδότησης (τραπεζικός δανεισμός, χρηματοδότηση με αύξηση μετοχικού κεφαλαίου και σύναψη και διαχείριση ομολογιακών δανείων)
ΕΒΔΟΜΑΔΑ 8:	Ο ρόλος και η λειτουργία των χρηματοοικονομικών αγορών
ΕΒΔΟΜΑΔΑ 9 και 10:	Χρηματοοικονομική διοίκηση και πρόβλεψη με χρήση προϋπολογισμών-προϋπολογιστικός έλεγχος
ΕΒΔΟΜΑΔΑ 11:	Επενδύσεις και επενδυτικά σχέδια
ΕΒΔΟΜΑΔΑ 12:	Σύγχρονες τεχνικές χρηματοδότησης
ΕΒΔΟΜΑΔΑ 13:	Ανακεφαλαίωση

#### **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

##### ***Προτεινόμενη βιβλιογραφία***

- BrighamF. Eugene, HoustonF. Joel, “Αρχές Χρηματοοικονομικής Διοίκησης”, 2020, Εκδόσεις BROKENHILLPUBLISHERSLTD
- BrighamF. Eugene, EhrhardtC. Michael, «Χρηματοοικονομική Διοίκηση-Από τη Θεωρία στην Πράξη», 2019, Εκδόσεις BROKENHILL PUBLISHERS LTD
- Παζάρσκης Μ., «Χρηματοοικονομική Διοίκηση», 2020, Εκδόσεις ΛΟΓΙΣΜΟΣ
- Αρσένος Π., Καλδής Π., «Χρηματοοικονομική Διοίκηση», 2021, Εκδόσεις Ε. ΜΠΕΝΟΥ
- Νούλας Α., «Χρηματοοικονομική Διοίκηση: Επενδυτικές και Χρηματοδοτικές Αποφάσεις», 2η Έκδοση, 2019, Εκδόσεις Α. ΤΖΙΟΛΑ & ΥΙΟΙ Α.Ε

##### ***Συναφή επιστημονικά περιοδικά***

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230404	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	4 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Τουριστικό Μάρκετινγκ</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	3	5	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΓΕΝΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	Ελληνική		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="https://exams-sod.the.ihu.gr/course/view.php?id=261">https://exams-sod.the.ihu.gr/course/view.php?id=261</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Το μάθημα σκοπεύει στο να βοηθήσει τον φοιτητή να κατανοήσει τις αρχές, την φιλοσοφία και τις εφαρμογές που χαρακτηρίζουν το Μάρκετινγκ σε όλους τους κλάδους του τουρισμού, τόσο σε επίπεδο τουριστικών επιχειρήσεων όσο και σε επίπεδο τουριστικών προορισμών. Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b> Γνώση: Εξηγήσει το εννοιολογικό περιεχόμενο και τις προσεγγίσεις του τουριστικού μάρκετινγκ. Αναπτύξει τη σημασία και τη φύση των τουριστικών εμπειριών. Κατανόηση: Περιγράψει την δομή και τα χαρακτηριστικά της προσφοράς και ζήτησης στον τουρισμό και την σχέση τους με την φιλοσοφία του μάρκετινγκ. Διακρίνει τις διαδικασίες που ακολουθείται για την τμηματοποίηση της τουριστικής αγοράς, την στόχευση τμημάτων καταναλωτών και την τοποθέτηση προϊόντων σε διαφορετικά τμήματα.</p> <p><b>Δεξιότητες</b> Εφαρμογή: Αναλύσει την διαδικασία κατάστρωσης σχεδίων τουριστικού μάρκετινγκ. Ανάλυση: Αναλύσει τους τρόπους με τους οποίους εντοπίζονται οι ανάγκες και οι επιθυμίες των καταναλωτών τουριστικών προϊόντων. Σύνθεση: Εξετάσει την έννοια και την χρησιμότητα του μίγματος τουριστικού μάρκετινγκ και να διακρίνει τα χαρακτηριστικά των στοιχείων που το απαρτίζουν.</p> <p><b>Ικανότητες</b> Αξιολόγηση: Αναπτύσσει τον ρόλο, την λειτουργία, τους στόχους και τις στρατηγικές σχετικά με τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες. Αναπτύσσει τον ρόλο, την λειτουργία, τους στόχους και τις στρατηγικές σχετικά με την τιμολόγηση τουριστικών προϊόντων. Εξηγήσει τον ρόλο, την λειτουργία, τους στόχους και τις στρατηγικές σχετικά με το μίγμα επικοινωνίας και προώθησης στον τουρισμό. Αξιολογήσει τις πρακτικές και τις στρατηγικές για την ανάπτυξη και διαχείριση τουριστικών εμπειριών.</p>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>✓ Ομαδική ή/και ατομική εργασία</li> <li>✓ Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον</li> <li>✓ Παραγωγή νέων ερευνητικών ιδεών</li> <li>✓ Σχεδιασμός και διαχείριση έργων</li> <li>✓ Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας</li> <li>✓ Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής</li> <li>✓ Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης</li> </ul>			
<b>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Φιλοσοφία και διαδικασία τουριστικού μάρκετινγκ .</li> <li>2. Ανάλυση της προσφοράς και της ζήτησης στον τουρισμό.</li> </ol>			

3. Διαδικασία λήψης απόφασης αγοράς τουριστικών προϊόντων.
4. Ανάλυση, ανάπτυξη και διαχείριση τουριστικής εμπειρίας.
5. Κατάστρωση σχεδίων τουριστικού μάρκετινγκ.
6. Τμηματοποίηση της τουριστικής αγοράς, στόχευση και τοποθέτηση. Ανάλυση του ανταγωνισμού.
7. Μίγμα μάρκετινγκ και τα 4 "Π".
8. Τουριστικό προϊόν: εικόνα (image), μάρκα (brandname), διαφοροποίηση, ανάλυση προϊόντος, ανάπτυξη νέων προϊόντων, κύκλος ζωής του προϊόντος, ιδιαιτερότητες προϊόντων και υπηρεσιών.
9. Τιμή: ελαστικότητα της ζήτησης, ακαμψία και ευκαμψία τιμών, παράγοντες διαμόρφωσης της τιμής, διαφοροποίηση τιμής, τεχνικές καθορισμού της τιμής.
10. Διανομή: κανάλια διανομής στον τουρισμό, ενδιάμεσοι, επιλογή καναλιών διανομής, πολιτική ενδιάμεσων.
11. Μίγμα επικοινωνίας στον τουρισμό: μοντέλα επικοινωνίας, στόχοι και τεχνικές προώθησης.
12. Προώθησης των πωλήσεων, σχεδιασμός εσωτερικής και εξωτερικής προώθησης των πωλήσεων, λειτουργία του merchandising.
13. Στόχοι και στρατηγική της τουριστικής διαφήμισης, ανάπτυξη διαφημιστικής καμπάνιας, στόχος και τεχνικές δημόσιων σχέσεων, οργάνωση και στόχοι προσωπικών πωλήσεων.

#### ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

##### **Προτεινόμενη βιβλιογραφία**

- Kotler, P.T., Bowen, J.T., Makens, J. & Baloglou, S. (2019). *Μάρκετινγκ Τουρισμού και Φιλοξενίας*. Λευκωσία, Κύπρος: Broken Hill Publishers, ISBN: 9789925575411.
- Πρωτοπαπαδάκης, Ι. (2021). *Τουριστικό Μάρκετινγκ*. Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη, ISBN: 9789606180361.
- Fyall, A., Legoherel, P., Frochot, I. & Wang, Y. (2020). *Μάρκετινγκ Τουρισμού και Φιλοξενίας*. Αθήνα: Εκδοτικός Οίκος Rosili, ISBN: 978-618-5131-72-2.
- Βασιλειάδης, Χ. (2019). *Μάρκετινγκ και Μάνατζμεντ των Τουριστικών Προορισμών*. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Θ. Καραγιώργου Ο.Ε., ISBN: 978-618-83370-7-7.

##### **Συναφή επιστημονικά περιοδικά**

- Journal of Destination Marketing & Management (<https://www.journals.elsevier.com/journal-of-destination-marketing-and-management>)
- Journal of Hospitality Marketing & Management (<https://www.tandfonline.com/toc/whmm20/current>)
- Journal of Vacation Marketing (<https://journals.sagepub.com/home/jvm>)
- Journal of Travel & Tourism Marketing (<https://www.tandfonline.com/toc/wttm20/current>)

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230405	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	4 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Διοίκηση Τουριστικών &amp; Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΓΕΝΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	Ελληνική		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210405_Per_Dioikhsh-touristikwn-k-ksenodoxeikiakwn-epixeirhsewn.pdf">http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210405_Per_Dioikhsh-touristikwn-k-ksenodoxeikiakwn-epixeirhsewn.pdf</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Το μάθημα αποσκοπεί στην ερμηνεία των εννοιών τουριστικής επιχείρησης, τουριστικού προϊόντος, οργάνωσης, διαχείρισης και διοίκησης. Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <p>1. Να μπορούν να αναγνωρίζουν τους τύπους των τουριστικών επιχειρήσεων και τις ιδιαιτερότητες του τουριστικού προϊόντος τους και να περιγράφουν το τουριστικό κύκλωμα</p> <p>2. Να εξηγούν τις βασικές αρχές που χαρακτηρίζουν τη διοίκηση τουριστικών επιχειρήσεων και να διακρίνουν τις μεθόδους και τεχνικές διοίκησης τουριστικών επιχειρήσεων</p> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <p>3. Να παράγουν σχέδια προγραμματισμού, υπολογίζοντας την επένδυση με τα οικονομικά και λειτουργικά στοιχεία της τουριστικής επιχείρησης</p> <p>4. Να συνδυάζουν πόρους και χρόνο (σωστή διαχείριση χρημάτων, ορθή κατανομή εξοπλισμού και ανθρώπινου δυναμικού και σωστή εκμετάλλευση του χρόνου) ώστε να σχεδιάζουν την οργάνωση τουριστικής επιχείρησης</p> <p><b>Ικανότητες</b></p> <p>5. Να εξηγούν τον ρόλο που διαδραματίζει το ανθρώπινο δυναμικό στην παροχή υπηρεσιών υψηλού επιπέδου και τις διαδικασίες λήψης αποφάσεων, ώστε να οργανώνουν τα πληροφοριακά συστήματα από τα οποία μπορούν να αντλούν τις κατάλληλες πληροφορίες για τη σωστή λήψη αποφάσεων</p>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>✓ Ομαδική ή/και ατομική εργασία</li> <li>✓ Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον</li> <li>✓ Παραγωγή νέων ερευνητικών ιδεών</li> <li>✓ Σχεδιασμός και διαχείριση έργων</li> <li>✓ Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας</li> <li>✓ Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής</li> <li>✓ Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης</li> </ul>			
<b>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ο κλάδος της Φιλοξενίας</li> <li>2. Ανάπτυξη και αλλαγή στον κλάδο της φιλοξενίας</li> <li>3. Ο κλάδος των υπηρεσιών εστίασης</li> <li>4. Λειτουργία εστιατωρίων</li> <li>5. Υπηρεσίες εστίασης σε άλλες μονάδες. Διαχείριση ποτών</li> <li>6. Ο κλάδος των καταλυμάτων.</li> <li>7. Λειτουργία ξενοδοχείων και καταλυμάτων</li> </ol>			

8. Τρόφιμα και ποτά στα ξενοδοχεία
9. Ο κλάδος του τουρισμού.
10. Προορισμοί. Παράγοντες ανάπτυξης του τουρισμού
11. Διοίκηση Εκδηλώσεων
12. Οργάνωση και Διοίκηση. Λογιστική
13. Ανθρώπινο δυναμικό, Διοίκηση Υπηρεσιών, Ηγεσία και Μάνατζμεντ

#### **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

##### ***Προτεινόμενη βιβλιογραφία***

- Διοίκηση Φιλοξενίας, Reynolds D., Rahman I., Barrows C., Εκδόσεις ): BROKEN HILL PUBLISHERS LTD, 2024
- Διοικώντας τις τουριστικές επιχειρήσεις , Θεόδωρος Σταυρινούδης, Χρήστος Κακαρούγκας, Εκδόσεις Κριτική, 2022
- Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων Λαλούμης Δημήτριος, Εκδότης Νικητόπουλος Σαράντος & ΣΙΑ ΕΕ, 2018

##### ***Συναφή επιστημονικά περιοδικά***

- Journal of Destination Marketing & Management (<https://www.journals.elsevier.com/journal-of-destination-marketing-and-management>)
- Journal of Hospitality Marketing & Management (<https://www.tandfonline.com/toc/whmm20/current>)



<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230406	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	4 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Συμπεριφορά καταναλωτή</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	2		
Ασκήσεις Πράξης	1		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	3	5	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΓΕΝΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	Ελληνική		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210406_Per_Symperifora-katanalwth.pdf">http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210406_Per_Symperifora-katanalwth.pdf</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <p><b>1. Γνώση:</b> Περιγραφή της έννοιας και του περιεχομένου της καταναλωτικής συμπεριφοράς μέσα από μία ολοκληρωμένη και ολιστική προσέγγιση, παρέχοντας γνώσεις σχετικά με τη διαμόρφωση των προτιμήσεων των καταναλωτών, των στάσεων τους, της διαδικασίας λήψης αποφάσεων και συμπεριφοράς.</p> <p><b>2. Κατανόηση:</b> Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές έχουν τη δυνατότητα να διακρίνουν τους παράγοντες που μπορούν να καθορίσουν και να διαμορφώσουν την καταναλωτική συμπεριφορά.</p> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <p><b>3. Εφαρμογή:</b> Δίνεται η δυνατότητα στους φοιτητές να εφαρμόσουν τα διαθέσιμα θεωρητικά μοντέλα στην πράξη, να εξετάσουν το σύνολο της καταναλωτικής συμπεριφοράς πίσω από τις επιλογές των ατόμων και να κάνουν τις απαραίτητες αλλαγές ώστε να είναι σε θέση η επιχείρηση να πετύχει τους στόχους της.</p> <p><b>4. Ανάλυση:</b> Οι φοιτητές είναι σε θέση να συνδυάζουν τις θεμελιώδεις έννοιες και προσεγγίσεις αναφορικά με την συμπεριφορά των καταναλωτών και να αναπτύσσουν δεξιότητες να κατανοήσουν και να διαμορφώσουν την καταναλωτική εμπειρία.</p> <p><b>5. Σύνθεση:</b> Οι φοιτητές είναι σε θέση να κατανοήσουν τις ψυχολογικές και πολιτιστικές διαδικασίες που διέπουν τη συμπεριφορά των καταναλωτών και να προτείνουν πιθανές αλλαγές στη στρατηγική μιας επιχείρησης, με στόχο την επιρροή της καταναλωτικής συμπεριφοράς.</p> <p><b>Ικανότητες</b></p> <p><b>6. Αξιολόγηση:</b> Με την ολοκλήρωση των μαθημάτων, οι φοιτητές μπορούν να αξιολογήσουν τις προεκτάσεις της συμπεριφοράς των καταναλωτών, και να κρίνουν την επιρροή των διαθέσιμων μέσων επικοινωνίας στην καταναλωτική συμπεριφορά.</p>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<p>Ο φοιτητής μέσω του μαθήματος θα αναπτύξει ικανότητες:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Στη λήψη αποφάσεων</li> <li>✓ Στην ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών</li> <li>✓ Στην αυτόνομη εργασία</li> <li>✓ Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον</li> <li>✓ Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής</li> </ul>			
<b>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>			
<p>1<sup>η</sup>: Βασικές έννοιες της καταναλωτικής συμπεριφοράς  2<sup>η</sup>: Οι έννοιες της αντίληψης και των στάσεων στη συμπεριφορά των καταναλωτών  3<sup>η</sup>: Θεωρητικές προσεγγίσεις στην καταναλωτική συμπεριφορά  4<sup>η</sup>: Διαδικασία λήψης αγοραστικής απόφασης  5<sup>η</sup>: Μελέτη Περίπτωσης Α  6<sup>η</sup>: Παράγοντες που επηρεάζουν τη συμπεριφορά των καταναλωτών  7<sup>η</sup>: Κατανόηση και διαμόρφωση της καταναλωτικής εμπειρίας  8<sup>η</sup>: Διαμόρφωση του μείγματος μάρκετινγκ και καταναλωτική συμπεριφορά</p>			

9<sup>ο</sup>: Η σημασία της ικανοποίησης των καταναλωτών

10<sup>ο</sup>: Επιχειρησιακή στρατηγική και συμπεριφορά καταναλωτών

11<sup>ο</sup>: Καινοτομία και καταναλωτική συμπεριφορά

12<sup>ο</sup>: Διαχείριση της καταναλωτικής συμπεριφοράς πριν και μετά την αγορά

13<sup>ο</sup>: Μελέτη Περίπτωσης Γ

#### **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

##### ***Προτεινόμενη βιβλιογραφία***

- ✓ Σιώμκος, Γ. 1ο Σύγγραμμα [77107390]: Συμπεριφορά Καταναλωτή, 5η έκδοση, ISBN: 9789925563654, BrokenHillPublishersLTD.
- ✓ Μαυρίδης Σ. 2ο Σύγγραμμα, Βιβλίο [68386050]: Συμπεριφορά καταναλωτή: Η Καταναλωτική συμπεριφορά των Ελλήνων.

##### ***Συναφή επιστημονικά περιοδικά***

## 14.5 Μαθήματα 5ου Εξαμήνου

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230501	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	5 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	3	5	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΓΕΝΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΚΑΙ ΑΓΓΛΙΚΗ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΝΑΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210501_Per_Plhroforiaka-systhmata-dioikhshs.pdf">http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210501_Per_Plhroforiaka-systhmata-dioikhshs.pdf</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Το μάθημα στοχεύει στην εξοικείωση των φοιτητών με τις έννοιες των πληροφοριακών συστημάτων διοίκησης, καθώς και την αποτύπωση του ρόλου που διαδραματίζουν στη διαδικασία λήψης αποφάσεων και την επίτευξη ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Στο μάθημα παρουσιάζονται βασικές έννοιες των πληροφοριακών συστημάτων που σχετίζονται με την υποδομή και το ρόλο τους σε επιχειρήσεις και οργανισμούς. Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p>			
<b>Γνώσεις</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li><b>ΓΝΩΣΗ:</b> Να περιγράψουν την συνεισφορά των πληροφοριακών συστημάτων στην αναδιαμόρφωση των επιχειρηματικών διεργασιών και να επιλέξουν τα κατάλληλα εργαλεία στη λήψη αποφάσεων.</li> <li><b>ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ:</b> Να εκπονούν μελέτες διερεύνησης για πληροφοριακά συστήματα κάτω από πραγματικά εφαρμόσιμα σενάρια και να διακρίνουν και να εξηγούν τις επιμέρους περιπτώσεις.</li> </ol>			
<b>Δεξιότητες</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li><b>ΕΦΑΡΜΟΓΗ:</b> Να εξετάζουν τις στρατηγικές μάρκετινγκ με την υποστήριξη πληροφοριακών συστημάτων</li> <li><b>ΑΝΑΛΥΣΗ:</b> Να συγκρίνουν και να αξιολογήσουν πληροφοριακά συστήματα.</li> <li><b>ΣΥΝΘΕΣΗ:</b> Να δημιουργήσουν και να συνθέσουν μοντέλα, και να αναδιοργανώσουν και να ανακατασκευάσουν στρατηγικές μάρκετινγκ ανασυνθέτοντας πληροφοριακά δεδομένα.</li> </ol>			
<b>Ικανότητες</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li><b>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ:</b> Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές θα είναι σε θέση να αξιολογήσουν, να συγκρίνουν και να συμπεράνουν, προτείνοντας την πλέον ενδεδειγμένη μέθοδο προσέγγισης στο μάρκετινγκ αναλύοντας μελέτες περιπτώσεων.</li> </ol>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<p><i>Ο φοιτητής μέσω του μαθήματος θα αναπτύξει ικανότητες:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Αυτόνομη Εργασία</li> <li>✓ Ομαδική Εργασία</li> <li>✓ Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής</li> <li>✓ Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης</li> <li>✓ Λήψη Αποφάσεων</li> </ul>			
<b>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>Εισαγωγικές Έννοιες και σημασία των πληροφοριακών συστημάτων στις επιχειρήσεις</li> <li>Πληροφοριακά Συστήματα στην Επιχείρηση: Βασικά στοιχεία μιας Επιχείρησης, Τύποι Πληροφοριακών</li> </ol>			

Συστημάτων, Λειτουργία Πληροφοριακών Συστημάτων στις Επιχειρήσεις

3. Διαχείριση τεχνολογίας υλικού και λογισμικού στην επιχείρηση
4. Πληροφοριακά Συστήματα και επιχειρηματική στρατηγική: Επίτευξη ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, Μοντέλο ανταγωνιστικών δυνάμεων, Μοντέλο αλυσίδας αξίας
5. Σύνθετα παραδείγματα στην επίτευξη ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος με πληροφοριακά συστήματα
6. Λήψη αποφάσεων: Τύποι αποφάσεων, Διαδικασία λήψης αποφάσεων, Συστήματα Λήψης Αποφάσεων (DSS – ESS – GDSS), Ευφυή συστήματα για λήψη αποφάσεων
7. Διαχείριση γνώσης: Συστήματα διαχείρισης γνώσεων, Συστήματα χειρισμού γνώσεων
8. Ανάπτυξη Πληροφοριακών Συστημάτων: Ανάλυση κύκλου ζωής πληροφοριακού συστήματος
9. Ανάπτυξη Πληροφοριακών Συστημάτων: Συλλογή και επεξεργασία απαιτήσεων χρηστών, Δημιουργία μοντέλων και σχεδιασμός συστημάτων
10. Σύνθετα παραδείγματα στην ανάπτυξη Πληροφοριακών Συστημάτων
11. Αξιολόγηση πληροφοριακών συστημάτων
12. Διαχείριση έργων προμήθειας/ανάπτυξης Πληροφοριακών Συστημάτων
13. Ζητήματα ηθικής, προστασίας της ιδιωτικής ζωής και ασφάλειας

#### ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

##### *Προτεινόμενη βιβλιογραφία*

- McKinneyE., KroenkeD., Εισαγωγή στα Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης: Διαργασίες, Συστήματα και Πληροφορίες, BrokenHillPublishersLTD, 2017.
- KENNETHC. LAUDON, JANEP. LAUDON, ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ, εκδόσεις Κλειδάριθμος ΕΠΕ, 11η Αμερικάνικη Έκδοση, 2014.
- HofferJ., GeorgeJ., ValacichJ., Πληροφοριακά Συστήματα: Σύγχρονη Ανάλυση & Σχεδίαση (6η έκδοση), Εκδόσεις Τζιόλα, 2012
- WallacePatricia , Πληροφοριακά συστήματα διοίκησης, εκδόσεις Κριτική ΑΕ, 2014.
- Γιαννακόπουλος Δ., Παπουτσής Ι., Διοικητικά Πληροφοριακά Συστήματα, 2η έκδοση, Σύγχρονη Εκδοτική ΕΠΕ, ISBN: 978-960-6674-78-5, 2012.Δ

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230502	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	5 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Καινοτομία και Επιχειρηματικότητα</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΓΕΝΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΗ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210401_Per_Kainotomia-k-epixeirhmatikothta.pdf">http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210401_Per_Kainotomia-k-epixeirhmatikothta.pdf</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Το μάθημα αυτό έχει ως σκοπό να εισάγει τους φοιτητές στις έννοιες της επιχειρηματικότητας, της καινοτομίας. Ο φοιτητής θα πρέπει να είναι σε θέση να κατανοήσει τα διάφορα είδη καινοτομίας, να αναπτύσσει αποτελεσματικά επιχειρηματικά μοντέλα και να συντάσσει ένα Business Plan. Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>ΓΝΩΣΗ:</b> Θα αναγνωρίζει τις έννοιες και τα χαρακτηριστικά του επιχειρηματία και της επιχειρηματικότητας στα πλαίσια της εταιρικής και της κοινωνικής διάστασης της</li> <li><b>ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ:</b> Θα διακρίνει την διάσταση της καινοτομίας και θα μπορεί να εκτιμήσει δράσεις για ανάπτυξη καινοτομικών εφαρμογών</li> </ol> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>ΕΦΑΡΜΟΓΗ:</b> Θα διακρίνει και θα αναλύει τα επιμέρους στοιχεία ενός επιχειρηματικού μοντέλου στο πρότυπο του Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου (BusinessModelCanvas)</li> <li><b>ΑΝΑΛΥΣΗ:</b> Θα συνδυάζει με επιτυχία ένα επιχειρηματικό μοντέλο και θα αναπτύσσει ένα αποτελεσματικό και ολοκληρωμένο επιχειρηματικό σχέδιο</li> <li><b>ΣΥΝΘΕΣΗ:</b> Θα δημιουργεί και θα οργανώνει όλα τα επιμέρους δεδομένα που είναι αναγκαία στην σύνταξη και στην εφαρμογή του επιχειρηματικού σχεδίου</li> </ol> <p><b>Ικανότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ:</b> Θα είναι σε θέση να αξιολογήσει και να υποστηρίξει με επιτυχία μια επιχειρηματική δραστηριότητα. Παράλληλα θα είναι ικανός να μετρά και να κρίνει τα αποτελέσματα της επιχειρηματικής δραστηριότητας ώστε να συμπεραίνει έγκαιρα κρίσιμες αποφάσεις.</li> </ol>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>✓ Λήψη αποφάσεων</li> <li>✓ Αυτόνομη εργασία</li> <li>✓ Ομαδική εργασία</li> <li>✓ Εργασία σε διεθνές περιβάλλον</li> <li>✓ Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον</li> <li>✓ Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών</li> <li>✓ Σχεδιασμός και διαχείριση έργων</li> <li>✓ Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα</li> </ul>			
<b>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Επιχειρηματικότητα Ιστορική Εξέλιξη</li> <li>2. Η Επιχειρηματική Νοοτροπία στα Ατομα</li> <li>3. Η Επιχειρηματική Νοοτροπία στους οργανισμούς Εταιρική Επιχειρηματικότητα</li> <li>4. Κοινωνική επιχειρηματικότητα και το παγκόσμιο περιβάλλον της επιχειρηματικότητας</li> <li>5. Καινοτομία Η Δημιουργική Επιδίωξη των Ιδεών</li> <li>6. Αξιολόγηση των Επιχειρηματικών Ευκαιριών</li> </ol>			

7. Πορεία προς τη Δημιουργία μιας Επιχειρηματικής Δραστηριότητας
8. Πηγές Κεφαλαίου για τους Επιχειρηματίες
9. Νομικές Πτυχές των Επιχειρήσεων
10. Προκλήσεις του Μάρκετινγκ για τις Επιχειρήσεις
11. Χρηματοοικονομική Διοίκηση Επιχειρηματικών Εγχειρημάτων
12. Ανάπτυξη ενός Αποτελεσματικού Επιχειρηματικού Σχεδίου
13. Στρατηγικές Ανάπτυξης για Νέα Εγχειρήματα

#### **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

##### ***Προτεινόμενη βιβλιογραφία***

- Kuratko F. Donald, «Επιχειρηματικότητα-Από τη Θεωρία στην Πράξη», 2018, BROKENHILLPUBLISHERS LTD
- Bessant J. -Tidd J., «Καινοτομία και Επιχειρηματικότητα», 2016, ΕΚΔΟΣΕΙΣ Α. ΤΖΙΟΛΑ& ΥΙΟΙ Α.Ε..
- BurnsPaul, «Επιχειρηματικότητα, επιχειρήσεις, καινοτομία, μικρές επιχειρήσεις, νεοφυείς επιχειρήσεις», 2020, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΚΛΕΙΔΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΕ
- Σαρρή Κατερίνα, Λασπίτα Σταυρούλα, Κέφης Βασίλης, «Επιχειρηματικότητα και Επιχειρηματικό Σχέδιο», 2021, ΕΚΔΟΣΕΙΣ Α. ΤΖΙΟΛΑ& ΥΙΟΙ Α.Ε

##### **Άλλες πηγές**

- Κέντρο Εθελοντών Μάνατζερ Ελλάδος (ΚΕΜΕΛ)[www.kemel.gr](http://www.kemel.gr)

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230503	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	5 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Έρευνα Μάρκετινγκ</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	2		
Ασκήσεις Πράξης	2		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Επιστημονικής Περιοχής		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΚΑΙ ΑΓΓΛΙΚΗ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΝΑΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210503_Per_Ereyna-mkt.pdf">http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210503_Per_Ereyna-mkt.pdf</a>		

### Μαθησιακά Αποτελέσματα

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:

#### Γνώσεις

**1. ΓΝΩΣΗ:** Αναγνωρίζουν το περιεχόμενο και περιγράφουν τη μεθοδολογία της έρευνας που σχετίζεται με τη δράση των επιχειρήσεων στην αγορά ως σχετικά αυτοτελές μέρος του συνολικότερου συστήματος πληροφόρησης μιας επιχείρησης

Διακρίνουν και εξηγούν τη σπουδαιότητα και το ρόλο της έρευνας μάρκετινγκ στη λήψη αποφάσεων από τη διοίκηση του μάρκετινγκ

1. **ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ:** Εξετάζουν και αναπαράγουν όλες τις μεθόδους συγκέντρωσης δευτερογενών και πρωτογενών στοιχείων. Εφαρμόζουν όλες τις μεθόδους δειγματοληψίας.

#### Δεξιότητες

**3. ΕΦΑΡΜΟΓΗ:** εξετάζουν ολοκληρωμένα ερευνητικά προγράμματα, ταξινομώντας όλες τις γνώσεις μάρκετινγκ που έχουν αποκτήσει εντός του προγράμματος σπουδών έως το Ε' εξάμηνο

**4. ΑΝΑΛΥΣΗ:** Σχεδιάζουν σύνθετα σενάρια προσομοίωσης διαφόρων προβλημάτων μάρκετινγκ στο χώρο των επιχειρήσεων ώστε να μπορούν να συνδυάσουν και να αναπτύξουν την διενέργεια ερευνών μάρκετινγκ

**5. ΣΥΝΘΕΣΗ:** Συνθέτουν και εξηγούν τα αποτελέσματα ερευνών μάρκετινγκ ώστε να προτείνουν λύσεις σε προβλήματα λήψης αποφάσεων μάρκετινγκ/και τη διενέργεια περαιτέρω έρευνας.

#### Ικανότητες

**6. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ:** εφαρμόζουν τις γνώσεις τους και αξιολογούν μελέτες περιπτώσεων, μετρώντας και κρίνοντας τη χρήση συγκεκριμένων εργαλείων.

### Γενικές Ικανότητες

- ✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών
- ✓ Ομαδική εργασία
- ✓ Παραγωγή νέων ερευνητικών ιδεών
- ✓ Σχεδιασμός ερευνητικών προγραμμάτων
- ✓ Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας
- ✓ Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής
- ✓ Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

### ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

- 1) Ο ρόλος και ο σκοπός της Ε.Μ., η σχέση της με την έννοια του μάρκετινγκ και τη Διοίκηση του Μάρκετινγκ.
- 2) Η λήψη αποφάσεων και η Ε.Μ. Επιχείρηση και πληροφορίες. Σύστημα Πληροφόρησης Μάρκετινγκ (MIS).
- 3) Αρχές και οργάνωση της Ε.Μ.
- 4) Προκαταρκτική φάση ερευνητικών προγραμμάτων.
- 5) Ερευνητικοί στόχοι
- 6) Ανάλυση των σταδίων διεξαγωγής ερευνητικών προγραμμάτων. Μεθοδολογία.

- 7) Η έρευνα δευτερογενών στοιχείων και η ανασκόπηση βιβλιογραφίας. Μέθοδοι – Τεχνικές – Σύστημα Αναφορών.
- 8) Συγκέντρωση πρωτογενών στοιχείων. Δημοσκόπηση (προσωπική συνέντευξη, τηλεφωνική, ταχυδρομική, ηλεκτρονική), Παρατήρηση, Πειραματική Έρευνα.
- 9) Δείγμα (μέγεθος, μέθοδοι).
- 10) Σχεδιασμός εργαλείων συγκέντρωσης πρωτογενών στοιχείων (ερωτηματολογίων)
- 11) Μέτρηση μεταβλητών. Αξιοπιστία-Εγκυρότητα
- 12) Επεξεργασία στοιχείων, ανάλυση δεδομένων, συζήτηση, εξαγωγή συμπερασμάτων, προτάσεις, σύνταξη εκθέσεως, παρουσίαση.
- 13) Ειδικά ζητήματα της Ε.Μ. (Δαπάνες, Δεοντολογία)

#### **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

##### ***Προτεινόμενη βιβλιογραφία***

- Τηλικίδου, Ε. (2010). Η Έρευνα του Μάρκετινγκ. Εκδόσεις “Σοφία”.
- Τηλικίδου, Ε. και Δελησταύρου, Α. (2018). Εργαστηριακές Σημειώσεις Έρευνας Μάρκετινγκ. Εκδόσεις ΑΤΕΙΘ.
- Chisnall, P.M. (1992). Marketing Research, 4<sup>th</sup> edition, London, McGraw-Hill, Inc.
- Tull, D.S., and Hawkins, D.I. (1993). Marketing Research 6<sup>th</sup> edition, New York, McMillan.
- Churchill, G.A., Jr. (1995). Marketing Research 6<sup>th</sup> edition, New York, McMillan
- Zikmund, W.G. (2000) Exploring Marketing Research. Orlando, The DrydenPress.

##### ***Συναφή επιστημονικά περιοδικά:***

- Journal of Marketing Research
- Journal of Consumer Research



<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230505	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	5 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Μάρκετινγκ Χονδρικού και Λιανικού Εμπορίου</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Γενικών Γνώσεων		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΚΑΙ ΑΓΓΛΙΚΗ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΝΑΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210505_Per_Mkt-lianikou-emporiou.pdf">http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210505_Per_Mkt-lianikou-emporiou.pdf</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>ΓΝΩΣΗ:</b> Οι φοιτητές και οι φοιτήτριες διδάσκονται με επάρκεια τις βασικές αρχές του χονδρικού και λιανικού εμπορίου ώστε να είναι σε θέση να αναγνωρίσουν και να προσδιορίσουν το περιβάλλον του λιανικού εμπορίου.</li> <li><b>ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ:</b> Μπορούν να διακρίνουν την δημογραφία των καταναλωτών και να διακρίνουν τις καταναλωτικές τάσεις.</li> </ol> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>ΕΦΑΡΜΟΓΗ:</b> Θα μπορούν να ανακαλύψουν και να εφαρμόσουν τεχνικές που επηρεάζουν το σύγχρονο λιανικό εμπόριο όπως το merchandising και ο αγοραστικός κύκλος.</li> <li><b>ΑΝΑΛΥΣΗ:</b> Μπορούν να αναλύουν το περιβάλλον του χονδρικού και λιανικού εμπορίου και να σχεδιάζουν το κατάλληλο μίγμα πωλήσεων.</li> <li><b>ΣΥΝΘΕΣΗ:</b> Μπορούν να δημιουργούν το χτίσιμο της γκάμας και να οργανώνουν την διαδικασία της πώλησης επιχείρησης προς επιχείρηση (b2b) και επιχείρησης προς καταναλωτή (b2c).</li> </ol> <p><b>Ικανότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ:</b> Επίσης θα μπορούν να αξιολογούν τον συνολικό κύκλο του λιανικού εμπορίου, από τις προμήθειες, τις βασικές αρχές των επιτυχημένων προμηθειών, τις σύγχρονες τεχνολογίες ελέγχου διακίνησης προϊόντων (logistics), τον ρόλο του αγοραστή στον προγραμματισμό, τις μελλοντικές τάσεις στο ηλεκτρονικό λιανικό εμπόριο και να μετρούν την αποδοτικότητα της επιχείρησης.</li> </ol>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών</li> <li>✓ Λήψη αποφάσεων</li> <li>✓ Αυτόνομη εργασία</li> <li>✓ Ομαδική εργασία</li> </ul>			

#### ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. Ιστορική ανασκόπηση του λιανικού εμπορίου.
2. Η διανομή των προϊόντων.
3. Χονδρικό εμπόριο.
4. Ταξινόμηση των επιχειρήσεων λιανικού και χονδρικού εμπορίου.
5. Η διεύθυνση προσωπικού των λιανεμπορικών επιχειρήσεων.
6. Αγορές εμπορευμάτων.
7. Τιμολόγηση εμπορευμάτων.
8. Προγραμματισμός και έλεγχος αποθεμάτων.
9. Κύκλος κίνησης αποθεμάτων
10. Εκτίμηση δυνατοτήτων πωλήσεων και προβλέψεις.
11. Στρατηγική μάρκετινγκ λιανικού εμπορίου.

12. Φυσική διανομή προϊόντων.  
13. Ηλεκτρονικές λιανικές πωλήσεις.

**ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

***Προτεινόμενη βιβλιογραφία***

- Τζωρτζάκης Κ, "Μάρκετινγκ λιανικού και χονδρικού εμπορίου", εκδόσεις Rosili
- Εξαδάκτυλος Ν,. "Μάρκετινγκ χονδρικού και λιανικού εμπορίου" Εκδόσεις Έλλην
- Παπαβασιλείου Ν., Μπάλας Γ. "Μάρκετινγκ λιανικού και χονδρικού εμπορίου" Εκδόσεις ROSILI, Αθήνα 2003

***Συναφή επιστημονικά περιοδικά:***

Journal of Retailing

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230506	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	5 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Οικολογικό Μάρκετινγκ</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Επιστημονικής Περιοχής		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΚΑΙ ΑΓΓΛΙΚΗ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΝΑΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210506_Per_Oikologiko-mkt.pdf">http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210506_Per_Oikologiko-mkt.pdf</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. ΓΝΩΣΗ:</b> Συνδυάζουν τα περιβαλλοντικά προβλήματα με τη δράση των επιχειρήσεων</li> <li><b>2. ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ:</b> Διακρίνουν και εξηγούν το ρόλο του μάρκετινγκ στην καταστροφή του περιβάλλοντος. Είναι σε θέση να συμπεράνουν το ρόλο της έρευνας του οικολογικά συνειδητού καταναλωτή.</li> </ol> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>3. ΕΦΑΡΜΟΓΗ:</b> Αλλάζουν την αντίληψη ότι το μάρκετινγκ είναι αποκλειστικά ένας καταστροφικός για το περιβάλλον παράγοντας. Ανακαλύπτουν τις δυνατότητες του μάρκετινγκ να συμβάλει στην προστασία του περιβάλλοντος.</li> <li><b>4. ΑΝΑΛΥΣΗ:</b> Συνδυάζουν τις γνώσεις μάρκετινγκ που έχουν αποκτηθεί εντός του προγράμματος σπουδών με την προσπάθεια προστασίας του περιβάλλοντος. Αναγνωρίζουν τη σπουδαιότητα της διαφοροποιημένης, εναλλακτικής στρατηγικής μάρκετινγκ.</li> <li><b>5. ΣΥΝΘΕΣΗ:</b> Συνθέτουν οικολογικές στρατηγικές μάρκετινγκ.</li> </ol> <p><b>Ικανότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>6. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ:</b> Αξιολογούν διαφορετικές στρατηγικές μάρκετινγκ σε ότι αφορά το οικολογικό τους αποτύπωμα. Αξιολογούν και συγκρίνουν τα αποτελέσματα των διαφορετικών ερευνών της οικολογικά συνειδητής συμπεριφοράς.</li> </ol>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>✓ Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον</li> <li>✓ Παραγωγή νέων ερευνητικών ιδεών</li> <li>✓ Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον</li> <li>✓ Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας</li> <li>✓ Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης</li> </ul>			
<b>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Μάρκετινγκ και καταστροφή του περιβάλλοντος</li> <li>2. Η καταστροφή του περιβάλλοντος και οι προσπάθειες προστασίας του.</li> <li>3. Η ευθύνη για την προστασία του περιβάλλοντος</li> <li>4. Η έννοια και το περιεχόμενο του Οικολογικού Μάρκετινγκ</li> <li>5. Το οικολογικό μάρκετινγκ διεθνώς</li> <li>6. Η έρευνα του οικολογικού μάρκετινγκ</li> <li>7. Η οικολογική έρευνα μάρκετινγκ στην Ελλάδα</li> <li>8. Η οικολογικά συνειδητή καταναλωτική συμπεριφορά</li> <li>9. Οι οικολογικά συνειδητοί καταναλωτές στην Ελλάδα και εξελίξεις</li> <li>10. Η εναλλακτική οικολογική στρατηγική των επιχειρήσεων</li> <li>11. Η εναλλακτική οικολογική στρατηγική μάρκετινγκ</li> </ol>			

12. Παρουσίαση μιας εναλλακτικής οικολογικής στρατηγικής μάρκετινγκ
13. Μελέτες περιπτώσεων επιτυχημένων οικολογικών επιχειρηματικών στρατηγικών (παρουσιάσεις και συζήτηση φοιτητικών εργασιών)

#### **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

##### **Προτεινόμενη βιβλιογραφία**

Τηλικίδου, Ε. (2008). *Οικολογικό Μάρκετινγκ*. Εκδόσεις ΣΟΦΙΑ.

Coddington, W. (1993). *Environmental Marketing*. New York: McGraw-Hill Inc.

Ottman, J. A. (1997). *Green Marketing: Opportunities for Innovation*. Chicago, IL.: NTC Business Books.

Peattie, K. (1995). *Environmental Marketing Management*. London: Pitman Publishing.

##### **Συναφή επιστημονικά περιοδικά:**

Business Strategy and the Environment

Environment and Behavior

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230507	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	5 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Εφαρμογές Πολυμέσων στο Μάρκετινγκ</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	1		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	2		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΕΙΔΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΗ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="https://exams-sod.the.ihu.gr/course/view.php?id=270">https://exams-sod.the.ihu.gr/course/view.php?id=270</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Στόχος του μαθήματος είναι η εξοικείωση των φοιτητών με τις νέες τεχνολογίες που χρησιμοποιούνται στο Μάρκετινγκ για την επικοινωνία και την προβολή των αγαθών και υπηρεσιών που προσφέρει μια επιχείρηση.</p> <p>Η εκμάθηση επικεντρώνεται σε θεμελιώδεις και καθοριστικές έννοιες που διέπουν τις εφαρμογές πολυμέσων, καθώς και σε τεχνικές και εργαλεία που χρησιμοποιούνται για τη δημιουργία, ανάπτυξη και ολοκλήρωση του υλικού που είναι απαραίτητο για τον σχηματισμό τους ως εργαλεία μάρκετινγκ, δημοσίων σχέσεων και διαφήμισης. Το μάθημα εμβαθύνει στη φύση των ψηφιακών συστημάτων που συνδυάζονται για να δημιουργηθεί και να αναπτυχθεί η αναπαράσταση της πληροφορίας σε μια πολυμεσική εφαρμογή (ήχος, εικόνα ,βίντεο κτλ). Επικεντρώνεται στα εργαλεία/software που χρησιμοποιούνται καθώς και στις διαδικασίες που ακολουθούνται για την ανάπτυξη ολοκληρωμένων πολυμεσικών εφαρμογών με εστίαση στην αξιοποίησή τους στον τομέα της επικοινωνίας.</p> <p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p>			
<b>Γνώσεις</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li><b>ΓΝΩΣΗ:</b> Να αναγνωρίσει την σπουδαιότητα των διαδραστικών πολυμέσων ως εργαλεία μάρκετινγκ, δημοσίων σχέσεων και διαφήμισης. Αποκτώντας τις απαραίτητες γνώσεις και πρακτική εμπειρία, να μπορεί να προσδιορίσει και αναπτύξει, πρωτότυπες προτάσεις για τον σχεδιασμό και την ανάπτυξη γραφικών/πολυμεσικών εφαρμογών είτε σε ατομικό είτε σε ομαδικό επίπεδο.</li> <li><b>ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ:</b> Να διακρίνει τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, πρότυπα και τεχνολογίες που αφορούν τα διάφορα μέσα αναπαράστασης της πληροφορίας (ιστορικά στοιχεία, κείμενο, υπερκείμενο, υπερμέσα, εικόνα, ήχος, animation, Video, θεωρία χρώματος, χρωματικά μοντέλα, μετασχηματισμοί μεταξύ χρωματικών μοντέλων κλπ.) Καθώς επίσης να εξοικειωθεί με τις βασικές τεχνικές κωδικοποίησης των μέσων στις πολυμεσικές εφαρμογές.</li> </ol>			
<b>Δεξιότητες</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li><b>ΕΦΑΡΜΟΓΗ:</b> Να εξετάσει και ανακαλύψει τις βασικές έννοιες που σχετίζονται με τις Τεχνολογίες Πολυμέσων γνωρίζοντας βασικές αρχές (ψηφιακά σήματα, διαφορές από αναλογικό και ψηφιακό σήμα, ψηφιοποίηση σημάτων, βασικές έννοιες και παράμετροι ψηφιοποίησης).</li> <li><b>ΑΝΑΛΥΣΗ:</b> Μέσα από τα εργαλεία και τα ειδικά λογισμικά (ψηφιογραφικά , διανυσματικά) για τη δημιουργία εφαρμογών πολυμέσων να σχεδιάσει και αναλύσει μελέτη περίπτωσης εφαρμογής πολυμέσων και να εκτιμήσει το ρόλο των ενδιαφερομένων μερών στην υλοποίηση του έργου. .</li> <li><b>ΣΥΝΘΕΣΗ:</b> Να δημιουργήσει και ανακατασκευάσει μεθοδολογίες διαχείρισης έργων και τεχνολογίες ανάπτυξης συστημάτων πολυμέσων,οργανώνοντας και προτείνοντας δομές που θα εξασφαλίσουν επιτυχή ολοκλήρωση των εφαρμογών πολυμέσων.</li> </ol>			
<b>Ικανότητες</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li><b>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ:</b> Να εντοπίσει τα ιδιαίτερα προβλήματα που προκύπτουν κατά την ανάπτυξη εφαρμογών με αυξημένη και εγγυημένη ποιότητας υπηρεσία πολυμέσων να αξιολογήσει και να μελετήσει τρόπους επίλυσης τους. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Να συνεργαστεί με τους συμμαθητές του για να δημιουργήσουν και παρουσιάσουν μια μελέτη περίπτωσης διαδραστικής εφαρμογής πολυμέσων.</li> </ul> </li> </ol>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			

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

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

### 1<sup>η</sup> ΔΙΑΛΕΞΗ. ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ

- ΓΕΝΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΕΚΜΑΘΗΣΗΣ
- ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΠΟΧΗ. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΠΟΛΥΜΕΣΩΝ
- ΘΕΜΕΛΙΩΔΕΙΣ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΗΣ ΨΗΦΙΑΚΗΣ ΑΠΕΙΚΟΝΗΣΗΣ
- ΠΟΛΥΜΕΣΑ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΕΥΡΕΙΑΣ ΧΡΗΣΗΣ
- ΑΛΛΗΛΕΠΙΔΡΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ- ΔΙΑΛΟΓΙΚΑ ΜΕΣΑ
- ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΠΟΛΥΜΕΣΩΝ
- ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΑΝΑΦΟΡΑΣ
- ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗΣ
- ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ

### 2<sup>η</sup> ΔΙΑΛΕΞΗ. ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ-ΔΟΜΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

- ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΠΟΛΥΜΕΣΩΝ
- ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΨΙΑ, ΚΒΑΝΤΟΠΟΙΗΣΗ, ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΜΕΓΕΘΗ
- ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΉΧΟΥ ΚΑΙ ΦΩΝΗΣ, ΚΩΔΙΚΟΠΟΙΗΤΕΣ ΉΧΟΥ (MP3, AAC ΚΤΛ)
- ΣΥΜΠΙΕΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΕΙΚΟΝΑΣ ΚΑΙ ΒΙΝΤΕΟ
- ΔΙΕΘΝΗ ΠΡΟΤΥΠΑ ΣΥΜΠΙΕΣΗΣ ΉΧΟΥ ΚΑΙ ΒΙΝΤΕΟ MPEG
- ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΨΗΦΙΑΚΟΥ ΉΧΟΥ

### 3<sup>η</sup> ΔΙΑΛΕΞΗ.ΥΛΙΚΟ ΚΑΙ ΛΟΓΙΣΜΙΚΟ ΓΙΑ ΠΟΛΥΜΕΣΑ

- ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΕΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΑ
- ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗΣ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ ΠΟΛΥΜΕΣΩΝ
- ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ ΗΧΟΥ-ΚΥΜΑΤΟΜΟΡΦΕΣ
- ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ ΓΡΑΦΙΚΩΝ
- ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ ΕΙΚΟΝΩΝ
- ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ ΒΙΝΤΕΟ

### 4<sup>η</sup> ΔΙΑΛΕΞΗ ΨΗΦΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ

- ΨΗΦΙΟΠΟΙΗΣΗ ΕΙΚΟΝΩΝ
- ΕΙΚΟΝΕΣ ΒΙΤΜΑΡ
- ΔΙΑΝΥΣΜΑΤΙΚΑ ΓΡΑΦΙΚΑ
- ΤΥΠΟΙ ΑΡΧΕΙΩΝ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΕΙΚΟΝΩΝ
- ΜΕΓΕΘΟΣ ΑΡΧΕΙΟΥ ΨΗΦΙΑΚΗΣ ΕΙΚΟΝΑΣ ΚΑΙ ΒΕΛΤΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ
- ΑΝΑΠΑΡΑΣΤΑΣΗ ΧΡΩΜΑΤΟΣ
- ΧΡΩΜΑΤΙΚΑ ΜΟΝΤΕΛΑ

### 5<sup>η</sup> ΔΙΑΛΕΞΗ. ΑΝΑΠΑΡΑΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ 1

- ΑΠΑΘΑΝΑΤΙΣΗ ΚΑΙ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΨΗΦΙΑΚΗΣ ΕΙΚΟΝΑΣ
- ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΨΗΦΙΑΚΗΣ ΕΙΚΟΝΑΣ (photoshop, photoPaint)
- ΕΡΓΑΣΙΑ- ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΜΕ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ ΕΙΚΟΝΑΣ

### 6<sup>η</sup> ΔΙΑΛΕΞΗ ΑΝΑΠΑΡΑΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ 2

- ΑΠΑΘΑΝΑΤΙΣΗ ΚΑΙ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΕΙΚΟΝΑΣ ΔΙΑΝΥΣΜΑΤΙΚΗΣ ΣΧΕΔΙΑΣΗΣ
- ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΕΙΚΟΝΑΣ ΔΙΑΝΥΣΜΑΤΙΚΗΣ ΣΧΕΔΙΑΣΗΣ (Illustrator, CorelDraw)
- ΕΡΓΑΣΙΑ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΜΕ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ CorelDraw

### 7<sup>η</sup> ΔΙΑΛΕΞΗ. ΠΟΛΥΜΕΣΑ – ΥΠΕΡΜΕΣΑ – ΚΟΜΒΟΙ – ΑΛΛΗΛΕΠΙΔΡΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ – INTERACTIVE MULTIMEDIA.

- ΔΙΑΔΡΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ.
- ΣΧΟΛΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΣΥΝΕΡΓΑΤΙΚΟΤΗΤΑ.
- ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΣΥΓΓΡΑΦΗΣ.
- ΠΡΟΣΑΡΜΟΣΤΙΚΑ ΥΠΕΡΜΕΣΑ.
- ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗ ΠΡΟΣΑΡΜΟΣΤΙΚΩΝ ΥΠΕΡΜΕΣΩΝ.
- ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΠΡΟΣΑΡΜΟΣΤΙΚΩΝ ΥΠΕΡΜΕΣΩΝ.
- ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΧΡΗΣΗΣ

### 8<sup>η</sup> ΔΙΑΛΕΞΗ ΠΕΔΙΑ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ ΠΟΛΥΜΕΣΩΝ:

- ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ
- ΠΟΛΥΜΕΣΑ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ
- ΠΟΛΥΜΕΣΑ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ
- ΠΟΛΥΜΕΣΑ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ
- ΠΟΛΥΜΕΣΑ ΚΑΙ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ
- ΠΟΛΥΜΕΣΑ ΚΑΙ ΨΥΧΑΓΩΓΙΑ

- ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΤΑΣΕΙΣ ΣΤΑ ΔΙΑΔΡΑΣΤΙΚΑ ΠΟΛΥΜΕΣΑ

#### 9<sup>ο</sup> ΔΙΑΛΕΞΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΔΙΚΤΥΑΚΟΥ ΤΟΠΟΥ.

- ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ HTML
- ΣΤΟΙΧΕΙΩΔΗΣ ΔΟΜΗ ΤΗΣ HTML
- ΠΡΟΣΑΡΤΗΜΑΤΑ HTML
- ΤΥΠΟΙ ΔΙΑΔΡΟΜΩΝ ΑΡΧΕΙΩΝ ΓΙΑ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ
- ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑΣ ΔΙΚΤΥΑΚΟΥ ΤΟΠΟΥ ΜΕ HTML

#### 10<sup>ο</sup> ΔΙΑΛΕΞΗ. ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ ΠΟΛΥΜΕΣΙΚΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ – SOFTWARE.

- ΣΥΛΛΗΨΗ CAPTURE
- ΑΠΟΘΗΚΕΥΣΗ STORAGE
- ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ RETRIEVAL
- ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ PRESENTATION
- ΜΕΤΑΦΟΡΑ TRANSFER

#### 11<sup>ο</sup> ΔΙΑΛΕΞΗ ΚΙΝΗΣΙΟΔΟΤΗΣΗ

- ΓΕΝΙΚΑ ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΚΙΝΗΣΙΟΔΟΤΗΣΗ
- ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΧΡΗΣΗΣ
- Βασικές λειτουργίες
- ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΤΑΧΩΡΗΣΗ ΠΟΥ ΚΙΝΕΙΤΑΙ

#### 12<sup>ο</sup> ΔΙΑΛΕΞΗ. ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑΣ ΒΪΝΤΕΟ- ΔΙΚΤΥΑΚΟΥ ΤΟΠΟΥ.

- ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ
- ΑΝΑΛΟΓΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ
- ΨΗΦΙΑΚΟ ΒΙΝΤΕΟ ΕΞΑΓΩΓΗ ΚΑΙ ΔΙΑΜΟΙΡΑΣΜΟΣ ΤΕΛΙΚΟΥ ΒΙΝΤΕΟ
- ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΔΙΚΤΥΑΚΟΥ ΤΟΠΟΥ. (FRONTPAGE, MICROSOFT OFFICE PUBLISHER)
- ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΧΡΗΣΗΣ
- Βασικές λειτουργίες

#### 13<sup>ο</sup> ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΠΟΛΥΜΕΣΩΝ

- ΙΔΕΑ
- ΑΝΑΘΕΣΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ
- ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΙ ΠΟΡΟΙ (ΛΟΓΙΣΜΙΚΟ ΥΛΙΚΑ)
- ΣΧΕΔΙΑΣΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ
- ΑΣΚΗΣΕΙΣ ΠΡΑΞΗΣ
- ΕΠΙΛΟΓΟΣ

#### ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

##### Προτεινόμενη βιβλιογραφία

- ✓ ΧΡΗΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΠΟΛΥΜΕΣΩΝ (ΨΗΦΙΑΚΟΣ ΗΧΟΣ, ΨΗΦΙΑΚΟ ΒΙΝΤΕΟ, ΨΗΦΙΑΚΗ ΑΠΕΙΚΟΝΙΚΗ ΚΑΙ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΠΟΛΥΜΕΣΩΝ, YUE-LING WONG (2020), ΕΚΔΟΣΕΙΣ Μ. ΓΚΙΟΥΡΔΑΣ
- ✓ ΔΙΑΔΡΑΣΤΙΚΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΠΟΛΥΜΕΣΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ, ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ, ΠΑΝΤΑΝΟ-ΡΟΚΟΥ ΦΡΑΝΚΑ
- ✓ Σύγχρονα Πολυμεσικά Εργαλεία, Στυλιάρης Γ., Δήμου Β., Ζευγώλης Δ, 2019, ΕΚΔΟΣΕΙΣ Α. ΤΖΙΟΛΑ & ΥΙΟΙ Α.Ε
- ✓ Καλαφατούδης, Δροσίτης, Κοίλιας (2011) Εισαγωγή στις Τεχνολογίες Πληροφορίας και Επικοινωνίας, Εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών, Αθήνα.
- ✓ Beekman George, Quinn Michael J (2010), *Εισαγωγή στην πληροφορική*, Εκδόσεις Χ. Γκιούρδα, Αθήνα.
- ✓ “Τεχνολογία Πολυμέσων και Πολυμεσικές Επικοινωνίες”, Γ.Β. Ξυλωμένος & Γ.Κ. Πολύζος, Εκδόσεις Κλειδάριθμος, Αθήνα, 2009
- ✓ Μαχίας Γ. (2013) Εφαρμογή και Χρήση Πολυμέσων, Εκδόσεις Αρναούτη

##### Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

Venkatesh Shankar and Manjit S. Yadav (2010) Special Issue on “Emerging Perspectives on Marketing in a Multichannel and Multimedia Retailing Environment”, *Journal of Interactive Marketing*, Vol. 24(2) pp. 55-180

Hamilton, J., Woodward-Kron R. (2011) Developing cultural awareness and intercultural communication through multimedia: A case study from medicine and the health sciences, *System*, Vol 38(4), pp. 560-568.

Koanchev, D., Cao, Y., Klamka (2011) Mobile Multimedia Cloud Computing and the Web, *Multimedia on the Web Workshop*, Graz, 8–9 Sept, pp. 21-26

Sebastiano Battiato, Giovanni Maria Farinella, Giovanni Giuffrida, Catarina ismeiro, Giuseppe Tribulato (2009), Using visual and text features for direct marketing on multimedia messaging services domain, *Multimedia Tools and Applications*, 2009, Volume 42, Number 1, Page 5-30.

Neeharika Adabala, Naren Datha, Joseph Joy, Chinmay Kulkarni, Ajay Manchepalli, Aditya Sankar, and Rebecca Walton. (2010). An interactive multimedia framework for digital heritage narratives. In *Proceedings of the international conference on Multimedia (MM '10)*. ACM, New York, NY, USA, 1445-1448.





<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230508	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	5 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Εργατικό και Εμπορικό Δίκαιο</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΕΙΔΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΚΑΙ ΑΓΓΛΙΚΗ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>			
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <p><b>1. Γνώση:</b> Να εξοικειωθεί με την χρήση εισαγωγικών όρων στο εμπορικό και εργατικό δίκαιο.</p> <p><b>2. Κατανόηση:</b> Να διακρίνει τις γνώσεις που θα του επιτρέψουν να κατανοήσει ευρεία και κριτικά τη δομή και τις λειτουργίες των συστατικών στοιχείων ενός νομικού συστήματος, εξοικειώνοντας περισσότερο των φοιτητή με τις πτυχές που άπτονται την εργατική και εμπορική νομοθεσία.</p> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <p><b>3. Εφαρμογή:</b> Να ταξινομήσει με σαφήνεια και να ανακαλύψει τα θεμελιώδη δομικά συστατικά του νομικού συστήματος και τον τρόπο που αυτά αλληλεπιδρούν και επηρεάζουν τη διοίκηση των επιχειρήσεων αναφορικά με την αλληλεπίδραση των εργαζομένων και τις εμπορικές συναλλαγές.</p> <p><b>4. Ανάλυση:</b> Να αναπτύξουν την ικανότητα τόσο της αντίληψης του τρόπου λειτουργίας του νομικού συστήματος αλλά και της εφαρμογής, μέσω της εν λόγω αντίληψης μέσα από μία σειρά διαφορετικών απόψεων σχετικά με το εργατικό και εμπορικό νομικό σύστημα.</p> <p><b>5. Σύνθεση:</b> Να συνθέτει και να εξηγεί από τις δικές του πρακτικές εμπειρίες στο πλαίσιο της νομικής κοινότητας θέματα και case study που αφορούν υποθέσεις εργατικού και εμπορικού δικαίου.</p> <p><b>Ικανότητες</b></p> <p><b>6. Αξιολόγηση:</b> Να συγκρίνει τις διάφορες δομικές μορφές του νομικού συστήματος και να προτείνει σύννομες πρακτικές στο πεδίο της Διοίκησης Επιχειρήσεων με έμφαση στο εργατικό και εμπορικό δίκαιο.</p>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>✓ Λήψη αποφάσεων</li> <li>✓ Αυτόνομη εργασία</li> <li>✓ Ομαδική εργασία</li> <li>✓ Εργασία σε διεθνές περιβάλλον</li> <li>✓ Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον</li> </ul>			

#### ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. Γενικό μέρος: έννοια και αντικείμενο του εμπορικού δικαίου.
2. Δικαιολογητικός λόγος του εμπορικού δικαίου ως ιδιαίτερου κλάδου – Σχέσεις με άλλους κλάδους δικαίου.
3. Οι δογματικές βάσεις του εμπορικού δικαίου-Εμπορικές πράξεις-Εμποροι (νομοθετικό καθεστώς) -Συνέπειες της εμπορικότητας.
4. Η διοικητική οργάνωση του εμπορικού επαγγέλματος-Βασικές έννοιες και ρυθμίσεις του δικαίου της αγοράς.
5. Γένεση, ιστορική εξέλιξη και πηγές του εργατικού δικαίου.
6. Η ατομική σύμβαση εργασίας, δικαιώματα και υποχρεώσεις του εργαζομένου.
7. Υποχρεώσεις και δικαιώματα του εργοδότη.
8. Η νομική οργάνωση της εκμεταλλεύσεως επιχειρήσεως.

9. Μεταβολή των όρων εργασίας, αναστολή και λήξη της σχέσεως εργασίας.
10. Καταγγελία της συμβάσεως εργασίας.
11. Τεχνικές δημιουργίες (ευρεσιτεχνία, υποδείγματα χρησιμότητας, βιομηχανικά σχέδια και υποδείγματα κ.λπ.)
12. Διακριτά γνωρίσματα (σήμα, εμπορική επωνυμία).
13. Δίκαιο αθέμιτου ανταγωνισμού και των περιορισμών του ανταγωνισμού.

#### **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

##### ***Προτεινόμενη βιβλιογραφία***

. ΕΙΣΗΓΗΣΕΙΣ ΕΜΠΟΡΙΚΟΥ ΔΙΚΑΙΟΥ. Έκδοση: 2Η/2018. Συγγραφείς: ΓΕΩΡΓΙΟΣ Δ. ΤΡΙΑΝΤΑΦΥΛΛΑΚΗΣ ISBN: 978-960-622-564-2. Σύγγραμμα  
(Εκδότης): ΝΟΜΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ ΑΕΕΤΕ

***Συναφή επιστημονικά περιοδικά:***

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230509	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	5 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Αγγλικά II</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Γενικού υποβάθρου		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	Ελληνικά- Αγγλικά		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	Ναι		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="http://ommt.ihu.gr/mathimata/eksamino5/">http://ommt.ihu.gr/mathimata/eksamino5/</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Το μάθημα έχει ως στόχο να διδάξει στους φοιτητές την αγγλική γλώσσα, όπως λειτουργεί μέσα στο επαγγελματικό περιβάλλον, κυρίως σε περιβάλλοντα διοίκησης, οικονομίας, εμπορίου και τουρισμού. Συνδυάζει την μελέτη και δημιουργική αποτίμηση κειμένων διαφόρων τύπων του εργασιακού χώρου καθώς και την ενεργή συμμετοχή και συζήτηση από τους φοιτητές, ομαδικές εργασίες και ασκήσεις που θα τους βοηθήσουν στην όσο το δυνατόν πληρέστερη κατανόηση της επικοινωνίας σε αυτό το πλαίσιο. Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>ΓΝΩΣΗ:</b> αναγνωρίζουν και να προσδιορίζουν τις ανάγκες του εκάστοτε εργασιακού τους περιβάλλοντος. Να συνδυάζουν και να αντεπεξέρχονται επαρκώς σε κάθε επαγγελματική υποχρέωση.</li> <li><b>ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ:</b> διακρίνουν ειδικούς όρους του επαγγέλματος στα αγγλικά γενικεύουν την γνώση και εμπλουτίζουν το λεξιλόγιό τους.</li> </ol> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>ΕΦΑΡΜΟΓΗ:</b> εξετάζουν αληθινές περιστάσεις, ώστε να μπορούν να καλύπτουν πολύπλευρα ένα ζήτημα που προέρχεται από διάφορους επαγγελματικούς χώρους (πχ. διοίκηση, οικονομία, εμπόριο, τουρισμό).</li> <li><b>ΑΝΑΛΥΣΗ:</b> συνδυάζουν εξειδικευμένες περιπτώσεις, οι οποίες έχουν τη μορφή σεναρίων. Αναπτύσσουν διάφορες ασκήσεις γραπτές ή ακουστικές, συνδυάζουν παιχνίδια ρόλων και συζητήσεις, ώστε να αναπτύξουν αποτελεσματικότερα την ικανότητα στις προκλήσεις του κόσμου των επιχειρήσεων, διαμορφώνοντας μια ισχυρή επαγγελματική ταυτότητα.</li> <li><b>ΣΥΝΘΕΣΗ:</b> συνθέτουν άρθρα και γράμματα απολογητικού ή πληροφοριακού χαρακτήρα, ανακατασκευάζουν τα κατάλληλα επιχειρήματα στην εκάστοτε επικοινωνιακή κατάσταση στο χώρο εργασίας.</li> </ol> <p><b>Ικανότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ:</b> υποστηρίζουν με άνεση την αγγλική επιχειρηματική ορολογία, να αξιολογούν αποτελεσματικά τα προβλήματα ώστε να είναι πιο δημιουργικοί και αυτόνομοι, πιο αποδοτικοί και συνεργάσιμοι λόγω της καλής ευχέρειας που θα αποκτήσουν στη γλώσσα</li> </ol>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αυτόνομη Εργασία</li> <li>✓ Λήψη αποφάσεων</li> <li>✓ Ομαδική εργασία</li> <li>✓ Εργασία σε διεθνές περιβάλλον</li> <li>✓ Ευχέρεια στο λόγο και ανάπτυξη ικανοτήτων για ατομική μελέτη και αυτοκατευθυμένη μάθηση</li> <li>✓ Άριστη εκμάθηση της αγγλικής ορολογίας</li> <li>✓ Σημαντική ανάπτυξη διανοητικών και μεταβιβάσιμων δεξιοτήτων που αποτελούν σημαντικό εφόδιο στην επαγγελματική πορεία</li> </ul>			
<b>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>Γνωριμία με τους φοιτητές</li> <li>Me Myself and I: Vocabulary</li> <li>Me Myself and I: Speaking</li> <li>Sports and Leisure: Vocabulary</li> </ol>			

5. Sports and Leisure: Speaking
6. Urban and Rural Life: Vocabulary
7. Urban and Rural Life: Speaking
8. Fashion and Appearance: Vocabulary
9. Fashion and Appearance: Speaking
10. Travelling: Plans and Habits: Vocabulary
11. Travelling: Plans and Habits: Speaking
12. Writing
13. Επανάληψη

#### **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

##### ***Προτεινόμενη βιβλιογραφία***

Taylor, J. & Zeter, J. (2011). *Business English*. EU: Express Publishing.

Catrin, M. (2016). *Flash on English for Tourism*. Cyprus: Deportivo Publishing Ltd

Dulay, H., Burt, M. and Krashen, S. 1982. *Language two*. Oxford: Oxford Unoversity Press

Gass, S. and Selinken, L. 2008. *Second language acquisition: An introductory course*. New Jersey: Lawrence Erlbaum

##### ***Συναφή επιστημονικά περιοδικά:***

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230510	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	5 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Διαχείριση Γνώσης</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΕΙΔΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΚΑΙ ΑΓΓΛΙΚΗ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="https://exams-sod.the.ihu.gr/course/view.php?id=276">https://exams-sod.the.ihu.gr/course/view.php?id=276</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Είναι κοινά αποδεκτό από την παγκόσμια βιβλιογραφία, ότι στο σύγχρονο ανταγωνιστικό περιβάλλον, η γνώση αποτελεί ακρογωνιαίο λίθο της ανταγωνιστικότητας κάθε φορέα/ επιχείρησης/ οργανισμού. Σκοπός του μαθήματος είναι να γίνει κατανοητή η σημασία της διαχείρισης γνώσης, η διαδικασία δημιουργίας, απορρόφησης και μεταφοράς της. Στο πλαίσιο του μαθήματος θα παρουσιαστούν οι βασικοί όροι, θεωρίες, μοντέλα αλλά και τρόποι μεταφοράς γνώσης και εκπαίδευσης του προσωπικού των επιχειρήσεων, λαμβάνοντας υπόψη τεχνολογίες αιχμής και εργαλεία αποτελεσματικής μάθησης. Το μάθημα εκτός της διοικητικής και επιχειρηματικής διάστασης, θα προσεγγίζει την επιστήμη της ψυχολογίας, της βιολογίας και παράλληλα της πληροφορικής. Απώτερος σκοπός του μαθήματος είναι να καταστεί ικανός ο φοιτητής/τρια να μεταφέρει εντός και εκτός της επιχείρησης, αποτελεσματικά τη γνώση, χρησιμοποιώντας τα κατάλληλα εργαλεία και μεθόδους.</p> <p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p>			
<b>Γνώσεις</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Αναγνωρίσουν την ρητή από την άρρητη γνώση και την αξία της εμπειρικής γνώσης</li> <li>• Αναγνωρίσουν τρόπους μετάδοσης της γνώσης εντός και εκτός του φορέα εργασίας</li> <li>• Να κατανοήσουν τις βιολογικές διεργασίες δημιουργίας της γνώσης</li> </ul>			
<b>Δεξιότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Αναπτύξουν δεξιότητες αναλυτικής και κριτικής σκέψης σχετικές με τη θεωρία της διαχείρισης γνώσης</li> <li>• Αναγνωρίσουν και κατανοήσουν τους παράγοντες κλειδιά ενός συστήματος διαχείρισης γνώσης μέσα από πραγματικές μελέτες περίπτωσης</li> </ul>			
<b>Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Να αναπτύξουν ικανότητες που θα τους βοηθήσουν να τους τρόπους βέλτιστης μεταφοράς γνώσης, εκπαίδευσης προσωπικού και επικοινωνίας μέσα σε επιχειρήσεις και οργανισμούς.</li> <li>• Επιδείξουν σε βάθος γνώσεις των βασικών συμπεριφορών και πρακτικών που σχετίζονται με τη διαχείριση της γνώσης και τη καινοτομία στους οργανισμούς</li> </ul>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<p><b>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές/ τριες αναπτύσσουν γνώσεις που θα τους βοηθήσουν να:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>✓ Λήψη αποφάσεων</li> <li>✓ Αυτόνομη εργασία</li> <li>✓ Ομαδική εργασία</li> <li>✓ Εργασία σε διεθνές περιβάλλον</li> <li>✓ Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον</li> <li>✓ Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών</li> </ul>			

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

#### **Θεωρία και Μελέτες Περίπτωσης:**

- 1<sup>η</sup> Εβδομάδα:** Εισαγωγή στη Διαχείριση Γνώσης, Βασικές έννοιες και παραδείγματα με τη χρήση οπτικοακουστικού υλικού
- 2<sup>η</sup> Εβδομάδα:** Διεργασία της οργανωσιακής μάθησης και βασικά Μοντέλα Μεταφοράς της γνώσης.
- 3<sup>η</sup> Εβδομάδα:** Μοντέλο μεταφοράς γνώσης Nonaka&Takeuchi. Ανάλυση και εφαρμογή σχετικού ερωτηματολογίου
- 4<sup>η</sup> Εβδομάδα:** Δημιουργία της γνώσης στην πράξη – Μελέτες Περιπτώσεων Εταιριών
- 5<sup>η</sup>& 6<sup>η</sup> Εβδομάδα:** Νέες Τεχνολογίες και διαχείριση γνώσης, στο κατώφλι της 4<sup>ης</sup> βιομηχανικής. Ο ρόλος της τεχνητής νοημοσύνης στη μάθηση (βασική ανάλυση της Τ.Ν στη λήψη απόφασης)
- 7<sup>η</sup>& 8<sup>η</sup> Εβδομάδα:** Διάχυση Γνώσης και Blockchain.
- 9<sup>η</sup>& 10<sup>η</sup> Εβδομάδα:** Οργανωσιακή Γνώση.
- 11<sup>η</sup> Εβδομάδα:** Προετοιμασία εργασιών φοιτητών
- 12<sup>η</sup> Εβδομάδα:** Βασικές αρχές στην εκπαίδευση ενηλίκων
- 13<sup>η</sup> Εβδομάδα:** Επανάληψη ύλης και παρουσίαση εργασιών φοιτητών που θα αφορούν α) ενδοοργανωσιακή εκπαίδευση ή β) νέες τεχνολογίες και μηχανισμούς μάθησης

#### **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

##### ***Προτεινόμενη βιβλιογραφία***

Εγχειρίδιο Οργανωσιακής Μάθησης και Διαχείρισης Γνώσης, Easterby-Smith Mark, Lyles Marjorie, BROKEN HILL PUBLISHERS LTD, 2017

Η επιχείρηση της Γνώσης, Νονάκα Ι. και Τακεούτσι, Χ., Εκδόσεις Καστανιώτη, 2003

Διαχείριση Γνώσης, Dalkir Kimiz, Εκδόσεις ΤΖΟΛΑ και ΥΙΟΙ ΑΕ, 2021

Knowledge Management, Gamble P., ΔΙΑΥΛΟΣ ΑΕ ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΒΙΒΛΙΩΝ, 2004

Διαχείριση Γνώσης, Ρωσσίδης Ι., Ασπρίδης Γ., ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΣΤΑΜΟΥΛΗ ΑΕ, 2017

##### ***Συναφή επιστημονικά περιοδικά:***

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230511	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	5 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Διοικητική Λογιστική</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Γενικού υποβάθρου		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	Ελληνικά- Αγγλικά		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	Ναι		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>			
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Γνώση:</b> να γνωρίσουν και να εξοικειωθούν με τα εργαλεία που χρησιμοποιεί η Χρηματοοικονομική Λογιστική και τα χαρακτηριστικά των διαφόρων κοστολόγων συστημάτων.</li> <li><b>2. Κατανόηση:</b> να κατανοούν την έννοια και το σκοπό της λογιστικής μέσα στην επιχείρηση.</li> </ol> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>3. Εφαρμογή:</b> να αντιλαμβάνονται και να εφαρμόζουν το ρόλο και τη σχέση Χρηματοοικονομικής Λογιστικής και Διοικητικής Λογιστικής. Να αντιλαμβάνονται το ρόλο των διαφόρων μορφών κόστους στη λήψη αποφάσεων.</li> <li><b>4. Ανάλυση:</b> να αναλύουν στοιχεία της Χρηματοοικονομικής Λογιστικής με σκοπό την κοστολόγηση αγαθών και υπηρεσιών. Να αναλύουν και να ερμηνεύουν τις αποκλίσεις μεταξύ ιστορικών και προκαθορισμένων μεγεθών.</li> <li><b>5. Σύνθεση:</b> να καταρτίζουν εκθέσεις εξωλογιστικής κοστολόγησης.</li> </ol> <p><b>Ικανότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>6. Αξιολόγηση:</b> να σχεδιάζουν και να καταρτίζουν Προϋπολογισμούς και καταστάσεις προτύπου κόστους.</li> </ol>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Αυτόνομη εργασία</li> <li>✓ Ομαδική εργασία</li> <li>✓ Εργασία σε διεθνές περιβάλλον</li> <li>✓ Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον</li> </ul>			

#### ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Εισαγωγή στη λογιστική (έννοια, σκοπός, αντικείμενο). Έννοια και δομή περιουσίας. Λογιστική εξίσωση. Μεταβολές περιουσίας.</li> <li>2. Εργαλεία Λογιστικής: Απογραφή - Ισολογισμός (έννοια, περιεχόμενο, σκοπός). Λογαριασμοί (ενεργητικού, παθητικού, αποτελεσματικού).</li> <li>3. Λογιστικά πρότυπα: Ημερολόγιο, Καταχωρήσεις, Λογιστικό Κύκλωμα</li> <li>4. Διάρθρωση και προσδιορισμός αποτελεσμάτων τέλους χρήσης.</li> <li>5. Ο ρόλος της Διοικητικής Λογιστικής στη διαδικασία λήψης αποφάσεων. Βασικές έννοιες και παραδοχές που διέπουν τα λογιστικά συστήματα σε δουλευμένη βάση. (κόστος – έξοδο – δαπάνη – έκτακτη ζημιά – έσοδο).</li> <li>6. Είδη και συμπεριφορά του κόστους σε σχέση με το επίπεδο δραστηριότητας. Συσχέτιση επιπέδου δραστηριότητας – κόστους και επιχειρησιακού αποτελέσματος.</li> <li>7. Κέντρα κόστους Κατανομή εμμέσου κόστους σε κύρια και βοηθητικά κέντρα κόστους.</li> <li>8. Συστήματα και μέθοδοι κοστολόγησης.</li> <li>9. Κοστολόγηση υπηρεσιών και δραστηριοτήτων. Κοστολόγηση με βάση τις δραστηριότητες (ABC).</li> <li>10. Προϋπολογισμός (έννοια, σκοπός και κατάρτιση). Ελαστικοί προϋπολογισμοί.</li> </ol>
---

11. Πρότυπο κόστος, καθορισμός προτύπων και διερεύνηση αποκλίσεων.
12. Μορφές κόστους για την υποστήριξη των αποφάσεων – Κοστολόγηση και Τιμολόγηση - Κόστος εφοδιαστικής αλυσίδας – Παρεμβάσεις για τη μείωση του κόστους.
13. Ανάλυση Χρηματοοικονομικών Καταστάσεων

#### **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

##### ***Προτεινόμενη βιβλιογραφία***

1. Βιβλίο [68373075]: Διοικητική Λογιστική, Needles Belverd, Powers Marian, Crosson Susan. ISBN: 9789963274444. BROKEN HILL PUBLISHERS LTD. Έκδοση: 1/2017
2. Βιβλίο [102070208]: Horngren's Διοικητική Λογιστική, Miller-Nobles T.L., Mattison B.L., Matsumura Ella Mae. ISBN: 9789925588312. BROKEN HILL PUBLISHERS LTD. Έκδοση: 1/2021

##### ***Συναφή επιστημονικά περιοδικά:***



<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230512	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	5 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Εργατικό και Εμπορικό Δίκαιο</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΕΙΔΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΚΑΙ ΑΓΓΛΙΚΗ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>			
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <p><b>1. Γνώση:</b> Να εξοικειωθεί με την χρήση εισαγωγικών όρων στο εμπορικό και εργατικό δίκαιο.</p> <p><b>2. Κατανόηση:</b> Να διακρίνει τις γνώσεις που θα του επιτρέψουν να κατανοήσει ευρεία και κριτικά τη δομή και τις λειτουργίες των συστατικών στοιχείων ενός νομικού συστήματος, εξοικειώνοντας περισσότερο των φοιτητή με τις πτυχές που άπτονται την εργατική και εμπορική νομοθεσία.</p> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <p><b>3. Εφαρμογή:</b> Να ταξινομήσει με σαφήνεια και να ανακαλύψει τα θεμελιώδη δομικά συστατικά του νομικού συστήματος και τον τρόπο που αυτά αλληλεπιδρούν και επηρεάζουν τη διοίκηση των επιχειρήσεων αναφορικά με την αλληλεπίδραση των εργαζομένων και τις εμπορικές συναλλαγές.</p> <p><b>4. Ανάλυση:</b> Να αναπτύξουν την ικανότητα τόσο της αντίληψης του τρόπου λειτουργίας του νομικού συστήματος αλλά και της εφαρμογής, μέσω της εν λόγω αντίληψης μέσα από μία σειρά διαφορετικών απόψεων σχετικά με το εργατικό και εμπορικό νομικό σύστημα.</p> <p><b>5. Σύνθεση:</b> Να συνθέτει και να εξηγεί από τις δικές του πρακτικές εμπειρίες στο πλαίσιο της νομικής κοινότητας θέματα και case study που αφορούν υποθέσεις εργατικού και εμπορικού δικαίου.</p> <p><b>Ικανότητες</b></p> <p><b>6. Αξιολόγηση:</b> Να συγκρίνει τις διάφορες δομικές μορφές του νομικού συστήματος και να προτείνει σύννομες πρακτικές στο πεδίο της Διοίκησης Επιχειρήσεων με έμφαση στο εργατικό και εμπορικό δίκαιο.</p>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>✓ Λήψη αποφάσεων</li> <li>✓ Αυτόνομη εργασία</li> <li>✓ Ομαδική εργασία</li> <li>✓ Εργασία σε διεθνές περιβάλλον</li> <li>✓ Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον</li> </ul>			

#### ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. Γενικό μέρος: έννοια και αντικείμενο του εμπορικού δικαίου.
2. Δικαιολογητικός λόγος του εμπορικού δικαίου ως ιδιαίτερου κλάδου – Σχέσεις με άλλους κλάδους δικαίου.
3. Οι δογματικές βάσεις του εμπορικού δικαίου-Εμπορικές πράξεις-Εμποροι (νομοθετικό καθεστώς) -Συνέπειες της εμπορικότητας.
4. Η διοικητική οργάνωση του εμπορικού επαγγέλματος-Βασικές έννοιες και ρυθμίσεις του δικαίου της αγοράς.
5. Γένεση, ιστορική εξέλιξη και πηγές του εργατικού δικαίου.
6. Η ατομική σύμβαση εργασίας, δικαιώματα και υποχρεώσεις του εργαζομένου.
7. Υποχρεώσεις και δικαιώματα του εργοδότη.
8. Η νομική οργάνωση της εκμεταλλεύσεως επιχειρήσεως.
9. Μεταβολή των όρων εργασίας, αναστολή και λήξη της σχέσεως εργασίας.

10. Καταγγελία της συμβάσεως εργασίας.
11. Τεχνικές δημιουργίες (ευρεσιτεχνία, υποδείγματα χρησιμότητας, βιομηχανικά σχέδια και υποδείγματα κ.λπ.)
12. Διακριτά γνωρίσματα (σήμα, εμπορική επωνυμία).
13. Δίκαιο αθέμιτου ανταγωνισμού και των περιορισμών του ανταγωνισμού.

**ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

***Προτεινόμενη βιβλιογραφία***

. ΕΙΣΗΓΗΣΕΙΣ ΕΜΠΟΡΙΚΟΥ ΔΙΚΑΙΟΥ. Έκδοση: 2Η/2018. Συγγραφείς: ΓΕΩΡΓΙΟΣ Δ. ΤΡΙΑΝΤΑΦΥΛΛΑΚΗΣ ISBN: 978-960-622-564-2. Σύγγραμμα  
(Εκδότης): ΝΟΜΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ ΑΕΕΤΕ

***Συναφή επιστημονικά περιοδικά:***

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230513	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	5 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Διοίκηση Εφοδιαστικής Αλυσίδας</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΕΙΔΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΚΑΙ ΑΓΓΛΙΚΗ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>			
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>Γνώση:</b> Να εξοικειωθεί με την χρήση εισαγωγικών όρων στη διοίκηση εφοδιαστικής αλυσίδας και με τη διεκπαιραίωση κύριων λειτουργιών/διαδικασιών του επιχειρείν, μετρήσεων απόδοσης και βασικών αποφάσεων (στρατηγικών, τακτικών και επιχειρησιακών) σε δίκτυα αλυσίδων εφοδιασμού.</li> <li><b>Κατανόηση:</b> Να διακρίνει τις γνώσεις που θα του επιτρέψουν να κατανοήσει τον ρόλο των στοχαστικών μοντέλων, μοντέλων βελτιστοποίησης και προσομοίωσης στο σχεδιασμό της αλυσίδας εφοδιασμού.</li> </ol> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>Εφαρμογή:</b> Να ταξινομήσει με σαφήνεια και να ανακαλύψει εννοιολογικά τα κύρια στοιχεία της Διαχείρισης Εφοδιαστικής Αλυσίδας (ΔΕΑ) και της Εφοδιαστικής Αλυσίδας (ΕΑ).</li> <li><b>Ανάλυση:</b> Να αναλύει τον ρόλο των δικτυακών τεχνολογιών και του Ηλεκτρονικού Εμπορίου στη διαχείριση των εφοδιαστικών αλυσίδων.</li> <li><b>Σύνθεση:</b> Να συνθέτει και να εξηγεί από τις δικές του πρακτικές εμπειρίες τη σημαντικότητα της ΔΕΑ και να συνθέτουν τη ση σημαντικότητα των πληροφοριών στη βελτιστοποίηση της ΔΕΑ.</li> </ol> <p><b>Ικανότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>Αξιολόγηση:</b> Να αξιολογεί πως οι αποφάσεις που σχετίζονται μπορούν να επηρεάσουν τη συνολική απόδοση και αποτελεσματικότητα μιας επιχείρησης / οργανισμού.</li> </ol>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>✓ Λήψη αποφάσεων</li> <li>✓ Αυτόνομη εργασία</li> <li>✓ Ομαδική εργασία</li> <li>✓ Εργασία σε διεθνές περιβάλλον</li> <li>✓ Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον</li> </ul>			

#### ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

- Εφοδιαστική Αλυσίδα (ΕΑ): Ορισμός, πώς σχηματίζεται, από τί αποτελείται, σχήμα / παραδείγματα, ροές (προϊόντα / υπηρεσίες, πληροφορίες, χρηματοροές), αντικειμενικοί στόχοι, προστιθέμενη αξία ΕΑ, μοντέλο αλυσίδας αξιών Porter (κύριες και δευτερεύουσες / συμπληρωματικές λειτουργίες), ανάλυση συστήματος ΕΑ, συνεργασίες (λόγοι, οφέλη).
- Διαχείριση Εφοδιαστικής Αλυσίδας (ΔΕΑ): Ορισμός, Λειτουργίες: αναφορά και συνοπτική παρουσίαση των διαδικασιών που περιλαμβάνουν, Συστημική προσέγγιση (προβλήματα κλπ.).
- ΔΕΑ: Μετασχηματισμός σε σχέση με την εξέλιξη των νέων τεχνολογιών, την εμφάνιση του Διαδικτύου, την αποδοχή αυτού ως μέσο μάρκετινγκ / υλοποίησης εμπορικών συναλλαγών / ανταλλαγής πληροφοριών κλπ. και την αντίληψη των ωφελειών που προκύπτουν από μία επιτυχημένη ΔΕΑ.
- Φάσεις υλοποίησης ΔΕΑ: στρατηγική, σχεδιασμός, λειτουργία, αξιολόγηση.
- Παράγοντες που επηρεάζουν την ανάπτυξη ΕΑ και τη ΔΕΑ για την απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.

6. Οργάνωση καναλιών και δικτύων διανομών στην ΕΑ.
7. Διαχείριση πληροφοριών για την υποστήριξη της διαδικασίας των αποφάσεων σε θέματα που σχετίζονται με τις βασικές λειτουργίες της ΔΕΑ και το σχεδιασμό του δικτύου της ΕΑ.
8. Πληροφοριακές τεχνολογίες ΔΕΑ, Συνοπτική παρουσίαση τεχνολογιών (κύρια χαρακτηριστικά, δυνατότητες, κύριοι προμηθευτές παγκόσμιας αγοράς).
9. Ο ρόλος του Ηλεκτρονικού Εμπορίου (ΗΕ) στη ΔΕΑ
10. Ηλεκτρονική ΕΑ, (ορισμός, χαρακτηριστικά, εξέλιξη, τύποι, σημερινή κατάσταση, επίδραση ΗΕ στην αυτοματοποίηση και βελτιστοποίηση των διαδικασιών της ΕΑ).
11. Σύγχρονες μορφές δικτύων ΕΑ (εικονικές επιχειρήσεις, ορισμός, χαρακτηριστικά, τύποι, μοντέλα διοίκησης, κλπ.).
12. Συντονισμός ΔΕΑ και ολοκλήρωση ΕΑ.
14. Ανακεφαλαίωση ΔΕΑ & ΕΑ.

#### **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

##### ***Προτεινόμενη βιβλιογραφία***

1. Διοίκηση Λειτουργιών-Βιωσιμότητα και Διαχείριση Εφοδιαστικής Αλυσίδας, Heizer Jay, Render Barry, Munson Chuck. ISBN: 9789925575480. BROKEN HILL PUBLISHERS LTD. 1/2020
2. Βιβλίο [50659353]: Logistics: Εφοδιαστική και διοίκηση δικτύων διανομής, Bowersox D., Closs D., Cooper M., Bowersox J. ISBN: 9789963258413. BROKEN HILL PUBLISHERS LTD. Έκδοση: 4η έκδ./201

##### ***Συναφή επιστημονικά περιοδικά:***

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230514	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	5 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Έρευνα Τουριστικής Αγοράς</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3		
Ασκήσεις Πράξης	1		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΕΙΔΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΚΑΙ ΑΓΓΛΙΚΗ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="https://exams-sod.the.ihu.gr/course/view.php?id=281">https://exams-sod.the.ihu.gr/course/view.php?id=281</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Το μάθημα αυτό στοχεύει στην κατανόηση της έννοιας και του περιεχομένου της έρευνας της τουριστικής αγοράς. Συνδέει την έρευνα αγοράς με το τουριστικό μάρκετινγκ και αναλύει την σχέση μεταξύ της λήψης αποφάσεων και της κατάστροφης ερευνητικών σχεδίων. Παρουσιάζεται επίσης η χρησιμότητα της έρευνας και εντοπίζονται οι ιδιαιτερότητες της έρευνας της τουριστικής αγοράς. Ακόμα, αναλύονται οι έννοιες της ποσοτικής και της ποιοτικής έρευνας. Με την ολοκλήρωση του μαθήματος αυτού, ο φοιτητής θα μπορεί να:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Κατανοεί τις βασικές μεθοδολογίες που χρησιμοποιούνται για την έρευνα της τουριστικής αγοράς.</li> <li>Περιγράψει τους τύπους των σχεδίων έρευνας και να αναλύει τα στάδια της ερευνητικής διαδικασίας καθώς και τα είδη της έρευνας σύμφωνα με την προέλευση των στοιχείων.</li> <li>Εξηγήσει τους τρόπους συλλογής πρωτογενών στοιχείων και να αξιολογήσει συγκριτικά τις μεθόδους επικοινωνίας με το κοινό.</li> </ul> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Περιγράψει τους περιορισμούς της έρευνας της τουριστικής αγοράς και να εντοπίσει τους οργανισμούς που κάνουν έρευνα αγοράς ή χρησιμοποιούν τα αποτελέσματα της.</li> <li>Αναλύσει την έννοια της δειγματοληψίας στην έρευνα της τουριστικής αγοράς καθώς και των βασικών δειγματοληπτικών μεθοδολογιών που μπορούν να χρησιμοποιηθούν.</li> <li>Αναλύσει τη θεωρία των πιθανοτήτων και να εξετάσει τα πλαίσια της δειγματοληψίας.</li> <li>Διακρίνει εναλλακτικά είδη δειγματοληψίας και τις χρησιμότητες τους, να αναλύσει τους τρόπους με τους οποίους γίνεται η επιλογή ενός πληθυσμού και ο υπολογισμός του μεγέθους του δείγματος.</li> </ul> <p><b>Ικανότητες</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Καταστρώσει ερωτηματολόγια και να κατασκευάσει ανοικτές ή κλειστές ερωτήσεις.</li> <li>Εξηγήσει την τεχνική της λήψης συνεντεύξεων.</li> <li>Χρησιμοποιήσει βασικές τεχνικές της ποιοτικής έρευνας.</li> <li>Αξιολογήσει την φιλοσοφία και τα στοιχεία ενός Συστήματος Πληροφόρησης Μάρκετινγκ.</li> </ul>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>✓ Ομαδική ή/και ατομική εργασία</li> <li>✓ Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον</li> <li>✓ Παραγωγή νέων ερευνητικών ιδεών</li> <li>✓ Σχεδιασμός και διαχείριση έργων</li> <li>✓ Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας</li> <li>✓ Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής</li> <li>✓ Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης</li> </ul>			
<b>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>			
1. Εισαγωγή - Ορισμοί - Ταξινόμηση Έρευνας της Τουριστικής Αγοράς			

2. Μεθοδολογίες Έρευνας της Τουριστικής Αγοράς - Τύποι Σχεδίων Έρευνας - Στάδια Έρευνας
3. Δευτερογενής Έρευνα - Πρωτογενής Έρευνα
4. Πρωτογενής Έρευνα – Εφαρμογές και Περιορισμοί Έρευνας της Τουριστικής Αγοράς
5. Δειγματοληψία - Ορισμοί – Θεωρία - Είδη Δειγματοληψίας
6. Σχεδιασμός του Δείγματος
7. Σχεδιασμός Ερωτηματολογίου
8. Σφάλματα στις Ερωτήσεις - Ακολουθία Ερωτήσεων
9. Ανοικτές Ερωτήσεις - Κλειστές Ερωτήσεις
10. Πιλοτική Δοκιμή & Συλλογή Πληροφοριών
11. Συνεντεύξεις σε Βάθος & Ποιοτική Έρευνα
12. Σύστημα Πληροφόρησης Μάρκετινγκ στον Τουρισμό
13. Σύνταξη Αναφοράς Έρευνας της Τουριστικής Αγοράς

#### **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

##### **Προτεινόμενη βιβλιογραφία**

- Veal A.J. & Χρήστου Ε. (2021). *Ερευνητικές Μεθοδολογίες στον Τουρισμό*. Λευκωσία, Κύπρος: Broken Hill Publishers, ISBN: 9789925588343.
- Σιώμκος, Γ.Ι. & Μαύρος, Δ. (2018). *Έρευνα και Μετρικές Μάρκετινγκ*. Λευκωσία, Κύπρος: Broken Hill Publishers, ISBN: 9789925563647.
- Σαμαντά, Ε. (2019). *Μέθοδοι Έρευνας Αγοράς*. Αθήνα: Εκδόσεις Μπένου, ISBN: 978-960-359-151-1.
- Χρήστου, Ε. (2019). *Έρευνα Τουριστικής Αγοράς*. Αθήνα: Φαίδημος, ISBN: 978-618-5062-32-3.

##### **Συναφή επιστημονικά περιοδικά:**

- European Journal of Tourism Research (<https://ejtr.vumk.eu>)
- Annals of Tourism Research (<https://www.journals.elsevier.com/annals-of-tourism-research>)
- Journal of Marketing Research (<https://journals.sagepub.com/home/mrj>)
- International Journal of Research in Marketing (<https://www.journals.elsevier.com/international-journal-of-research-in-marketing>)

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230515	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	5 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Αγγλικά II</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Γενικού υποβάθρου		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	Ελληνικά- Αγγλικά		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	Ναι		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="http://ommt.ihu.gr/mathimata/eksamino5/">http://ommt.ihu.gr/mathimata/eksamino5/</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Το μάθημα έχει ως στόχο να διδάξει στους φοιτητές την αγγλική γλώσσα, όπως λειτουργεί μέσα στο επαγγελματικό περιβάλλον, κυρίως σε περιβάλλοντα διοίκησης, οικονομίας, εμπορίου και τουρισμού. Συνδυάζει την μελέτη και δημιουργική αποτίμηση κειμένων διαφόρων τύπων του εργασιακού χώρου καθώς και την ενεργή συμμετοχή και συζήτηση από τους φοιτητές, ομαδικές εργασίες και ασκήσεις που θα τους βοηθήσουν στην όσο το δυνατόν πληρέστερη κατανόηση της επικοινωνίας σε αυτό το πλαίσιο. Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p>			
<b>Γνώσεις</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li><b>ΓΝΩΣΗ:</b> αναγνωρίζουν και να προσδιορίζουν τις ανάγκες του εκάστοτε εργασιακού τους περιβάλλοντος. Να συνδυάζουν και να αντεπεξέρχονται επαρκώς σε κάθε επαγγελματική υποχρέωση.</li> <li><b>ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ:</b> διακρίνουν ειδικούς όρους του επαγγέλματος στα αγγλικά γενικεύουν την γνώση και εμπλουτίζουν το λεξιλόγιό τους.</li> </ol>			
<b>Δεξιότητες</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li><b>ΕΦΑΡΜΟΓΗ:</b> εξετάζουν αληθινές περιστάσεις, ώστε να μπορούν να καλύπτουν πολύπλευρα ένα ζήτημα που προέρχεται από διάφορους επαγγελματικούς χώρους (πχ. διοίκηση, οικονομία, εμπόριο, τουρισμό).</li> <li><b>ΑΝΑΛΥΣΗ:</b> συνδυάζουν εξειδικευμένες περιπτώσεις, οι οποίες έχουν τη μορφή σεναρίων. Αναπτύσσουν διάφορες ασκήσεις γραπτές ή ακουστικές, συνδυάζουν παιχνίδια ρόλων και συζητήσεις, ώστε να αναπτύξουν αποτελεσματικότερα την ικανότητα στις προκλήσεις του κόσμου των επιχειρήσεων, διαμορφώνοντας μια ισχυρή επαγγελματική ταυτότητα.</li> <li><b>ΣΥΝΘΕΣΗ:</b> συνθέτουν άρθρα και γράμματα απολογητικού ή πληροφοριακού χαρακτήρα, ανακατασκευάζουν τα κατάλληλα επιχειρήματα στην εκάστοτε επικοινωνιακή περίπτωση στο χώρο εργασίας.</li> </ol>			
<b>Ικανότητες</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li><b>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ:</b> υποστηρίζουν με άνεση την αγγλική επιχειρηματική ορολογία, να αξιολογούν αποτελεσματικά τα προβλήματα ώστε να είναι πιο δημιουργικοί και αυτόνομοι, πιο αποδοτικοί και συνεργάσιμοι λόγω της καλής ευχέρειας που θα αποκτήσουν στη γλώσσα</li> </ol>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αυτόνομη Εργασία</li> <li>✓ Λήψη αποφάσεων</li> <li>✓ Ομαδική εργασία</li> <li>✓ Εργασία σε διεθνές περιβάλλον</li> <li>✓ Ευχέρεια στο λόγο και ανάπτυξη ικανοτήτων για ατομική μελέτη και αυτοκατευθυμένη μάθηση</li> <li>✓ Άριστη εκμάθηση της αγγλικής ορολογίας</li> <li>✓ Σημαντική ανάπτυξη διανοητικών και μεταβιβάσιμων δεξιοτήτων που αποτελούν σημαντικό εφόδιο στην επαγγελματική πορεία</li> </ul>			
<b>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>Γνωριμία με τους φοιτητές</li> <li>Me Myself and I: Vocabulary</li> <li>Me Myself and I: Speaking</li> <li>Sports and Leisure: Vocabulary</li> </ol>			

5. Sports and Leisure: Speaking
6. Urban and Rural Life: Vocabulary
7. Urban and Rural Life: Speaking
8. Fashion and Appearance: Vocabulary
9. Fashion and Appearance: Speaking
10. Travelling: Plans and Habits: Vocabulary
11. Travelling: Plans and Habits: Speaking
12. Writing
13. Επανάληψη

#### **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

##### ***Προτεινόμενη βιβλιογραφία***

Taylor, J. & Zeter, J. (2011). *Business English*. EU: Express Publishing.

Catrin, M. (2016). *Flash on English for Tourism*. Cyprus: Deportivo Publishing Ltd

Dulay, H., Burt, M. and Krashen, S. 1982. *Language two*. Oxford: Oxford University Press

Gass, S. and Selinker, L. 2008. *Second language acquisition: An introductory course*. New Jersey: Lawrence Erlbaum

##### ***Συναφή επιστημονικά περιοδικά:***



<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230516	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	5 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Αειφόρος Τουρισμός και Πολιτική</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	2		
Ασκήσεις Πράξης	1		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Ειδικού Υπόβαθρου		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	Ελληνικά- Αγγλικά		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	Ναι		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210517_Per_Aeiforos-tourismos-k-politikh.pdf">http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210517_Per_Aeiforos-tourismos-k-politikh.pdf</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <p><b>1. ΓΝΩΣΗ:</b> να προσδιορίσει την έννοια της αειφόρου ανάπτυξης και των βασικών αρχών που την συνθέτουν.</p> <p><b>2. ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ:</b> να διακρίνει πώς οι αρχές της αειφόρου ανάπτυξης έχουν εφαρμογή στον τουριστικό τομέα γενικότερα στη χάραξη της τουριστικής πολιτικής και ειδικότερα σε επίπεδο μικροοικονομικό (επιχείρησης).</p> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <p><b>3. ΕΦΑΡΜΟΓΗ:</b> να είναι σε θέση να εξετάσει κριτικά στάσεις και συμπεριφορές των τουριστικών επιχειρήσεων σε σχέση με τις αρχές του αειφόρου τουρισμού ώστε να είναι προβλέψιμη και δυνατή μια προληπτική προσέγγιση αλλά και ενθάρρυνση των δραστηριοτήτων τους σε σχέση με τις αρχές της αειφορίας.</p> <p><b>4. ΑΝΑΛΥΣΗ:</b> να ανακαλύψει ποια είναι εκείνα τα πρακτικά εργαλεία τα οποία μπορεί και θα πρέπει η τουριστική επιχείρηση, ιδιαίτερα η μικρομεσαία, να χρησιμοποιήσει προκειμένου να επιτευχθεί ο στόχος του αειφόρου τουρισμού.</p> <p><b>5. ΣΥΝΘΕΣΗ:</b> να συγκρίνει και να αξιολογήσει μελέτες περιπτώσεων</p> <p><b>Ικανότητες</b></p> <p><b>6. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ:</b> να δημιουργήσει ένα μοντέλο τουριστική επιχείρησης που να βασίζεται στην αειφορία</p>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>✓ Λήψη αποφάσεων</li> <li>✓ Αυτόνομη εργασία</li> <li>✓ Ομαδική εργασία</li> <li>✓ Εργασία σε διεθνές περιβάλλον</li> <li>✓ Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον</li> <li>✓ Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών</li> <li>✓ Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα</li> <li>✓ Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον</li> </ul>			
<b>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>			
<p>Το περιεχόμενο του μαθήματος διαπραγματεύεται τα παρακάτω θέματα:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟ ΘΕΜΑ ΤΗΣ ΑΕΙΦΟΡΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ. Ιστορικό του θέματος.</li> <li>2. Σκέψεις γύρω από το ζήτημα της Αειφόρου Τουριστικής Ανάπτυξης. Ατζέντα 21 και Τουρισμός.</li> <li>3. Προβληματισμοί γύρω από τη σχέση αειφορίας και μικρομεσαίας τουριστικής επιχείρησης.</li> <li>4. ΑΕΙΦΟΡΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗ. Έννοια και διφορούμενες προσεγγίσεις της αειφόρου ανάπτυξης.. Βασικές αρχές της αειφόρου ανάπτυξης.</li> <li>5. Φέρουσα Ικανότητα.. Βιοποικιλότητα.. Δια-γενεαλογική Δικαιοσύνη. Δια-χωρική Υπευθυνότητα.</li> </ol>			

6. Συμμετοχή. Κρίσιμο Φυσικό Κεφάλαιο. Ολιστική Προσέγγιση. Αρχή της Προληπτικότητας.
7. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΙ ΤΑΣΕΙΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ. Τύποι τουριστών. "Νέος Τουρισμός" και "Νέος Τουρίστας". Μορφές του "Νέου Τουρισμού".
8. ΑΕΙΦΟΡΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ. Βασικές αρχές και ερμηνείες του αειφόρου τουρισμού.
9. Αειφόρος τουρισμός και πρακτικές προσεγγίσεις. Αειφόρος τουρισμός και επιχειρηματικότητα.
10. Μέγεθος επιχείρησης και επιδράσεις αειφορίας. Αειφορία και μικρομεσαία επιχείρηση.
11. Συστήματα πιστοποίησης αειφορίας στην τουριστική βιομηχανία
12. Αειφορία και τουριστική πολιτική ανάπτυξης προορισμών
13. Καλές πρακτικές αειφορίας από την εσωτερική και διεθνή πραγματικότητα

#### ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

##### *Προτεινόμενη βιβλιογραφία*

- Sustainable Tourism on a Finite Planet Megan Epler Wood (Earthscan from Routledge, 2017)
- **International Cases in Sustainable Travel & Tourism**, Edited by Dagmar Lund-Durlacher (Goodfellow Publishers, 2013)
- **Green Growth and Travelism: Letters from Leaders**, Edited by **Geoffrey Lipman**, Terry DeLacy, Shaun Vorster, **Rebecca Hawkins**, and Min Jiang (Goodfellow Publishers, 2012)
- **Taking Responsibility for Tourism**, **Harold Goodwin**, (Goodfellow Publishers 2011)
- **Sustainable Tourism in Island Destinations**, **Sonya Graci** and **Rachel Dodds** (2010, Earthscan/Routledge)
- Sustainable Tourism Management, by John Swarbrooke, 2015 CABI INTERNATIONAL
- Φώτης Κιλπίρης (2009). Αειφόρος Τουριστική Ανάπτυξη: Εμπειρικές προσεγγίσεις. Δίαιγμα Θεσσαλονίκη, (2009).
- Middleton, V. Sustainable Tourism: A Marketing Perspective. Oxford, Butterworth Heinechann, (1998).

##### *Συναφή επιστημονικά περιοδικά:*

- Annals of Tourism Research
- International Journal of Contemporary Hospitality Management
- Journal of Hospitality and Tourism Research
- Journal of Travel & Tourism Marketing
- Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism
- Journal of Sustainable Tourism Management

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230517	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	5 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Έρευνα Τουριστικής Αγοράς</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3		
Ασκήσεις Πράξης	1		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΕΙΔΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΚΑΙ ΑΓΓΛΙΚΗ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="https://exams-sod.the.ihu.gr/course/view.php?id=281">https://exams-sod.the.ihu.gr/course/view.php?id=281</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Το μάθημα αυτό στοχεύει στην κατανόηση της έννοιας και του περιεχομένου της έρευνας της τουριστικής αγοράς. Συνδέει την έρευνα αγοράς με το τουριστικό μάρκετινγκ και αναλύει την σχέση μεταξύ της λήψης αποφάσεων και της κατάστρωσης ερευνητικών σχεδίων. Παρουσιάζεται επίσης η χρησιμότητα της έρευνας και εντοπίζονται οι ιδιαιτερότητες της έρευνας της τουριστικής αγοράς. Ακόμα, αναλύονται οι έννοιες της ποσοτικής και της ποιοτικής έρευνας. Με την ολοκλήρωση του μαθήματος αυτού, ο φοιτητής θα μπορεί να:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Κατανοεί τις βασικές μεθοδολογίες που χρησιμοποιούνται για την έρευνα της τουριστικής αγοράς.</li> <li>Περιγράφει τους τύπους των σχεδίων έρευνας και να αναλύει τα στάδια της ερευνητικής διαδικασίας καθώς και τα είδη της έρευνας σύμφωνα με την προέλευση των στοιχείων.</li> <li>Εξηγήσει τους τρόπους συλλογής πρωτογενών στοιχείων και να αξιολογήσει συγκριτικά τις μεθόδους επικοινωνίας με το κοινό.</li> </ul> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Περιγράψει τους περιορισμούς της έρευνας της τουριστικής αγοράς και να εντοπίσει τους οργανισμούς που κάνουν έρευνα αγοράς ή χρησιμοποιούν τα αποτελέσματα της.</li> <li>Αναλύσει την έννοια της δειγματοληψίας στην έρευνα της τουριστικής αγοράς καθώς και των βασικών δειγματοληπτικών μεθοδολογιών που μπορούν να χρησιμοποιηθούν.</li> <li>Αναλύσει τη θεωρία των πιθανοτήτων και να εξετάσει τα πλαίσια της δειγματοληψίας.</li> <li>Διακρίνει εναλλακτικά είδη δειγματοληψίας και τις χρησιμότητες τους, να αναλύσει τους τρόπους με τους οποίους γίνεται η επιλογή ενός πληθυσμού και ο υπολογισμός του μεγέθους του δείγματος.</li> </ul> <p><b>Ικανότητες</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Καταστρώσει ερωτηματολόγια και να κατασκευάσει ανοικτές ή κλειστές ερωτήσεις.</li> <li>Εξηγήσει την τεχνική της λήψης συνεντεύξεων.</li> <li>Χρησιμοποιήσει βασικές τεχνικές της ποιοτικής έρευνας.</li> <li>Αξιολογήσει την φιλοσοφία και τα στοιχεία ενός Συστήματος Πληροφόρησης Μάρκετινγκ.</li> </ul>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>✓ Ομαδική ή/και ατομική εργασία</li> <li>✓ Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον</li> <li>✓ Παραγωγή νέων ερευνητικών ιδεών</li> <li>✓ Σχεδιασμός και διαχείριση έργων</li> <li>✓ Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας</li> <li>✓ Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής</li> <li>✓ Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης</li> </ul>			
<b>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>			
1. Εισαγωγή - Ορισμοί - Ταξινόμηση Έρευνας της Τουριστικής Αγοράς			

2. Μεθοδολογίες Έρευνας της Τουριστικής Αγοράς - Τύποι Σχεδίων Έρευνας - Στάδια Έρευνας
3. Δευτερογενής Έρευνα - Πρωτογενής Έρευνα
4. Πρωτογενής Έρευνα – Εφαρμογές και Περιορισμοί Έρευνας της Τουριστικής Αγοράς
5. Δειγματοληψία - Ορισμοί – Θεωρία - Είδη Δειγματοληψίας
6. Σχεδιασμός του Δείγματος
7. Σχεδιασμός Ερωτηματολογίου
8. Σφάλματα στις Ερωτήσεις - Ακολουθία Ερωτήσεων
9. Ανοικτές Ερωτήσεις - Κλειστές Ερωτήσεις
10. Πιλοτική Δοκιμή & Συλλογή Πληροφοριών
11. Συνεντεύξεις σε Βάθος & Ποιοτική Έρευνα
12. Σύστημα Πληροφόρησης Μάρκετινγκ στον Τουρισμό
13. Σύνταξη Αναφοράς Έρευνας της Τουριστικής Αγοράς

#### **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

##### **Προτεινόμενη βιβλιογραφία**

- Veal A.J. & Χρήστου Ε. (2021). *Ερευνητικές Μεθοδολογίες στον Τουρισμό*. Λευκωσία, Κύπρος: Broken Hill Publishers, ISBN: 9789925588343.
- Σιώμκος, Γ.Ι. & Μαύρος, Δ. (2018). *Έρευνα και Μετρικές Μάρκετινγκ*. Λευκωσία, Κύπρος: Broken Hill Publishers, ISBN: 9789925563647.
- Σαμαντά, Ε. (2019). *Μέθοδοι Έρευνας Αγοράς*. Αθήνα: Εκδόσεις Μπένου, ISBN: 978-960-359-151-1.
- Χρήστου, Ε. (2019). *Έρευνα Τουριστικής Αγοράς*. Αθήνα: Φαίδημος, ISBN: 978-618-5062-32-3.

##### **Συναφή επιστημονικά περιοδικά:**

- European Journal of Tourism Research (<https://ejtr.vumk.eu>)
- Annals of Tourism Research (<https://www.journals.elsevier.com/annals-of-tourism-research>)
- Journal of Marketing Research (<https://journals.sagepub.com/home/mrj>)
- International Journal of Research in Marketing (<https://www.journals.elsevier.com/international-journal-of-research-in-marketing>)

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230518	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	5 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Εργατικό και Εμπορικό Δίκαιο</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΕΙΔΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΚΑΙ ΑΓΓΛΙΚΗ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>			
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <p><b>1. Γνώση:</b> Να εξοικειωθεί με την χρήση εισαγωγικών όρων στο εμπορικό και εργατικό δίκαιο.</p> <p><b>2. Κατανόηση:</b> Να διακρίνει τις γνώσεις που θα του επιτρέψουν να κατανοήσει ευρεία και κριτικά τη δομή και τις λειτουργίες των συστατικών στοιχείων ενός νομικού συστήματος, εξοικειώνοντας περισσότερο των φοιτητή με τις πτυχές που άπτονται την εργατική και εμπορική νομοθεσία.</p> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <p><b>3. Εφαρμογή:</b> Να ταξινομήσει με σαφήνεια και να ανακαλύψει τα θεμελιώδη δομικά συστατικά του νομικού συστήματος και τον τρόπο που αυτά αλληλεπιδρούν και επηρεάζουν τη διοίκηση των επιχειρήσεων αναφορικά με την αλληλεπίδραση των εργαζομένων και τις εμπορικές συναλλαγές.</p> <p><b>4. Ανάλυση:</b> Να αναπτύξουν την ικανότητα τόσο της αντίληψης του τρόπου λειτουργίας του νομικού συστήματος αλλά και της εφαρμογής, μέσω της εν λόγω αντίληψης μέσα από μία σειρά διαφορετικών απόψεων σχετικά με το εργατικό και εμπορικό νομικό σύστημα.</p> <p><b>5. Σύνθεση:</b> Να συνθέτει και να εξηγεί από τις δικές του πρακτικές εμπειρίες στο πλαίσιο της νομικής κοινότητας θέματα και case study που αφορούν υποθέσεις εργατικού και εμπορικού δικαίου.</p> <p><b>Ικανότητες</b></p> <p><b>6. Αξιολόγηση:</b> Να συγκρίνει τις διάφορες δομικές μορφές του νομικού συστήματος και να προτείνει σύννομες πρακτικές στο πεδίο της Διοίκησης Επιχειρήσεων με έμφαση στο εργατικό και εμπορικό δίκαιο.</p>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>✓ Λήψη αποφάσεων</li> <li>✓ Αυτόνομη εργασία</li> <li>✓ Ομαδική εργασία</li> <li>✓ Εργασία σε διεθνές περιβάλλον</li> <li>✓ Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον</li> </ul>			

#### ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. Γενικό μέρος: έννοια και αντικείμενο του εμπορικού δικαίου.
2. Δικαιολογητικός λόγος του εμπορικού δικαίου ως ιδιαίτερου κλάδου – Σχέσεις με άλλους κλάδους δικαίου.
3. Οι δογματικές βάσεις του εμπορικού δικαίου-Εμπορικές πράξεις-Εμποροι (νομοθετικό καθεστώς) -Συνέπειες της εμπορικότητας.
4. Η διοικητική οργάνωση του εμπορικού επαγγέλματος-Βασικές έννοιες και ρυθμίσεις του δικαίου της αγοράς.
5. Γένεση, ιστορική εξέλιξη και πηγές του εργατικού δικαίου.
6. Η ατομική σύμβαση εργασίας, δικαιώματα και υποχρεώσεις του εργαζομένου.
7. Υποχρεώσεις και δικαιώματα του εργοδότη.

8. Η νομική οργάνωση της εκμεταλλεύσεως επιχειρήσεως.
9. Μεταβολή των όρων εργασίας, αναστολή και λήξη της σχέσεως εργασίας.
10. Καταγγελία της συμβάσεως εργασίας.
11. Τεχνικές δημιουργίες (ευρεσιτεχνία, υποδείγματα χρησιμότητας, βιομηχανικά σχέδια και υποδείγματα κ.λπ.)
12. Διακριτά γνωρίσματα (σήμα, εμπορική επωνυμία).
13. Δίκαιο αθέμιτου ανταγωνισμού και των περιορισμών του ανταγωνισμού.

**ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

***Προτεινόμενη βιβλιογραφία***

. ΕΙΣΗΓΗΣΕΙΣ ΕΜΠΟΡΙΚΟΥ ΔΙΚΑΙΟΥ. Έκδοση: 2Η/2018. Συγγραφείς: ΓΕΩΡΓΙΟΣ Δ.ΤΡΙΑΝΤΑΦΥΛΛΑΚΗΣ ISBN: 978-960-622-564-2. Σύγγραμμα  
(Εκδότης): ΝΟΜΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ ΑΕΕΤΕ

***Συναφή επιστημονικά περιοδικά:***

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230519	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	5 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Λειτουργίες και Διοίκηση Επισιτισμού</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	1		
Ασκήσεις Πράξης	2		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	3	5	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΕΙΔΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΚΑΙ ΑΓΓΛΙΚΗ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΝΑΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210519_Per_Leitourgies-k-dioikhsh-episitimou.pdf">http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210519_Per_Leitourgies-k-dioikhsh-episitimou.pdf</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <p><b>1. ΓΝΩΣΗ:</b> να περιγράψουν και να προσδιορίσουν την λειτουργία και διοίκηση των επισιτιστικών επιχ/σεων καθώς και της εστίασης</p> <p><b>2. ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ:</b> να διακρίνει τις βασικές αρχές διοίκησης προσωπικού στον επισιτισμό</p> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <p><b>3. ΕΦΑΡΜΟΓΗ:</b> να εξετάσει την εφαρμογή οργανωτικής δομής που χρησιμοποιείται στα επισιτιστικά τμήματα ξενοδοχείων, χώρων εστίασης, κρουαζιερόπλοια.</p> <p><b>4. ΑΝΑΛΥΣΗ:</b> να σχεδιάσουν και να συνθέσουν τον τιμοκατάλογο με την δημιουργία του μενού</p> <p><b>5. ΣΥΝΘΕΣΗ:</b> να συνθέσουν την ταξινόμηση των εστιατορίων και να εξηγήσουν τις διαφορές μεταξύ ανεξάρτητων και εστιατορίων αλυσίδας(franchise)</p> <p><b>Ικανότητες</b></p> <p><b>6. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ:</b> να αξιολογήσουν και να συγκρίνουν μεσοπρόθεσμους-μακροπρόθεσμους στόχους για την υγιή και ομαλή κερδοφορία μια επισιτιστικής επιχ/σης. Να αξιολογήσουν ανταγωνιστικές επιχειρήσεις παροχής εστίασης</p>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<p>Ο φοιτητής με επιτυχή παρακολούθηση θα μπορεί να αναλάβει</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>✓ Λήψη αποφάσεων</li> <li>✓ Αυτόνομη εργασία</li> <li>✓ Ομαδική εργασία</li> <li>✓ Εργασία σε διεθνές περιβάλλον</li> <li>✓ Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον</li> <li>✓ Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών</li> </ul>			

#### ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Σκοπός του μαθήματος αυτού είναι οι φοιτητές :

- να γνωρίζουν τους χώρους μαζικής εστίασης, να είναι ικανοί να προσδιορίζουν τους τρόπους οργάνωσης επιχείρησης μαζικής εστίασης, να γνωρίσουν τη σύνθεση, τα προσόντα και τα καθήκοντα του προσωπικού της κουζίνας,
- να γνωρίζουν τους βασικούς τρόπους μαγειρέματος των παρασκευών,
- να γνωρίζουν τις βασικές ειδικές δίαιτες για ειδικές κατηγορίες ατόμων όπως διαβητικούς, παιδιά,
- να αντιληφθούν τα σημεία εξοικονόμησης χρόνου, ενέργειας, ανθρώπινου δυναμικού και πρώτων υλών ,ώστε να λαμβάνουν ανάλογες αποφάσεις, να καθορίζουν προδιαγραφές ποιότητας για μία επισιτιστική επιχείρηση,
- να αποκτήσουν την ικανότητα να προσδιορίζουν τις τεχνικές μιας παρασκευής (πρότυπης) και να την κοστολογούν

προσεγγιστικά,

6. -η επιχείρηση μαζικής εστίασης, σχεδιασμός-ίδρυση και λειτουργία μια επισιτιστικής επιχ/σης
7. -οργάνωση-εξοπλισμός –στελέχωση εστιατορίου
8. -ειδικά γεύματα
  - a. Πρωτόκολλο σύνθεσης μενού (κατηγορίες συνηθειών διαφόρων χωρών). Τεχνικές παραγωγής εδεσμάτων βάσης. Nouvellecuisine, Μοριακή κουζίνα, γαστρονομία. Βασικοί κανόνες σύνθεσης μενού (à la carte, tabled'hôte).
9. -πωλήσεις εστιατορίου
10. -αρχές υγιεινής
11. -λειτουργία καταστημάτων υγειονομικού ενδιαφέροντος στην εστίαση στοιχεία ελέγχου και κοστολόγησης
  - a. Γνωριμία των ελληνικών προϊόντων και συνταγών (κατηγορίες προϊόντων).
  - b. τρόποι σερβιρίσματος
12. -αμοιβή των εργαζομένων
  - a. Δημιουργία και εφαρμογή πρότυπων συνταγών. Συστήματα ποιότητας ISO.
13. -προβολή και προώθηση των πωλήσεων

#### ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

##### ***Προτεινόμενη βιβλιογραφία***

- Επάγγελμα Μάγειρας - Επαγγελματική Μαγειρική, MetzGruner, Μαρία Παρίκου Αθήνα 2013
- Εστιατόριο: Διοίκηση και οργάνωση επισιτιστικών επιχειρήσεων, Κώστας Αρβανίτης εκδόσεις Προπομπός Αθήνα 2016
- Μάρκετινγκ εστιατορίου, Πρωτοπαπαδάκης Ι., εκδόσεις Σταμούλης , Αθήνα 2005.
- Διοίκηση Επισιτιστικών Επιχειρήσεων, Τζωρακολευθεράκης Ζ., εκδόσεις Interbooks, Αθήνα 1999
- Σύνθεση Εδεσματολογίου, Σαλεσιώτης Μ., εκδόσεις Interbooks, Αθήνα 2007
- Επαγγελματική Κουζίνα, Αρβανίτης –Κοτσιμάνης, εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα 2007
- Οίνος & Άμπελος, UnwinT., εκδόσεις ΙΩΝ, Αθήνα 2003
- Ξενοδοχειακές & Επισιτιστικές Επιχειρήσεις, LundbergD., εκδόσεις ΕΛΛΗΝ, Αθήνα 1997
- Η τέχνη του Επαγγελματία Μπάρμαν, Kessler, εκδόσεις ΕΤΕ, Αθήνα 1998
- Ποτά, Varnam-Sutherland, εκδόσεις ΙΩΝ, 2006
- Διοίκηση Εστιατορίου & Μπαρ, ReichA., εκδόσεις ΕΛΛΗΝ, Αθήνα 2001
- Food&BeverageManagement,ΜάραςΑ. , εκδόσειςInterbooks, Αθήνα 2006
- Παράπονα πελατών, Πρωτοπαπαδάκης Ι., εκδόσεις Σταμούλης, Αθήνα 2008

##### **Ξενόγλωσση**

- The theory of hospitality and catering by David FoskettεκδότηςHodder Education, USA 2021
- Modern gastronomy A to Z a scientific and gastronomic lexicon, Ferran Adria, Harold McGee CRC Press England 2009

##### ***Συναφή επιστημονικά περιοδικά:***



<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230520	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	5 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Οργάνωση και Λειτουργία Αεροδρομίων</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	1		
Ασκήσεις Πράξης	2		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΕΙΔΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	Ελληνικά- Αγγλικά		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	Ναι		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210522_Per_Dioikhsh-k-leitoyrgia-aerodromiwn.pdf">http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210522_Per_Dioikhsh-k-leitoyrgia-aerodromiwn.pdf</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <p><b>1. ΓΝΩΣΗ:</b> να περιγράφει και να προσδιορίζει την οργάνωση και λειτουργία του αεροδρομίου.</p> <p><b>2. ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ:</b> να εκτιμά την ασφαλή διακίνηση των επιβατών μέσα από οργανωμένες διαδικασίες</p> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <p><b>3. ΕΦΑΡΜΟΓΗ:</b> να μπορεί να ταξινομήσει τους τύπους των διαφορετικών αεροσκαφών και να τους συνδέσει με τους επιβάτες.</p> <p><b>4. ΑΝΑΛΥΣΗ:</b> να σχεδιάζει και να κατευθύνει τους επιβάτες ανάλογα με την πτήση που αναγράφεται στο εισιτήριό τους</p> <p><b>5. ΣΥΝΘΕΣΗ</b> να οργανώσουν τους επιβάτες διαφορετικών αεροπορικών εταιριών και εθνικοτήτων μέσα από συγκεκριμένες διαδικασίες και κανόνες εξυπηρέτησης επιβατών.</p> <p><b>Ικανότητες</b></p> <p><b>6. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ:</b> να αξιολογήσουν και να συγκρίνουν μελέτες περιπτώσεων.</p>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<p>Ο φοιτητής με την επιτυχή παρακολούθηση θα μπορεί να:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>✓ Λήψη αποφάσεων</li> <li>✓ Αυτόνομη εργασία</li> <li>✓ Ομαδική εργασία</li> <li>✓ Εργασία σε διεθνές περιβάλλον</li> <li>✓ Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον</li> <li>✓ Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών</li> </ul>			

**ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ**

1. Τερματικοί σταθμοί αεροδρομίων και περιοχές μετάβασης
2. Τύποι αεροσκαφών
3. Διαμόρφωση αεροσκάφους
4. MCT-ETA-ETD
5. Check in διαδικασίες
6. Έλεγχος αποσκευών
7. OSI – SSR Αίτημα ειδικής μεταχείρισης
8. Ταξιδιωτικά έγγραφα και διαδικασίες
9. Εγχειρίδιο ταξιδιωτικών πληροφοριών – TIM
10. Περιοχή Κίνησης Αεροσκαφών
11. Παγκόσμιες ζώνες ώρας
12. Συντομογραφίες στο αεροδρόμιο
13. Τμήμα απολεσθέντων

**ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

#### **Προτεινόμενη βιβλιογραφία**

- Aiken R. Lewis, (1997). *Questionnaires and Inventories*. New York: John Wiley & Sons
- Alamdari F., (2002). Regional development in airlines and travel agents relationship. *Air Transport Management*. 8 (2002), 339-348
- Alamdari F., Mason K, (2006). The future of airline distribution. *Air Transport Management*, 12(3), 122-134
- Allen, P., (1999) *Πωλήσεις: Οργάνωση και Πρακτική*. Αθήνα: Κλειδάριθμος.
- Alexandris K., Dimitriadis N., Markata D., (2002). Can Perceptions of Service Quality Predict Behavioural Intentions? An Exploratory Study In the Hotel Sector in Greece, *Managing Service Quality*, 12(4), 224-231
- Andersson, Sven-Eric, (1998). Passenger choice analysis for seat capacity control: a pilot project in Scandinavian Airlines. *International Transactions in Operational Research*. 5(6), 471-486
- Angella Chen Jui Lu, (2003) *International Airline Alliances*. Hague: Kluwer Law International
- Arnoult S., Miramar F., (2008) How Low Can we Go, *Air Transport World* 44 (12), 63-65  
<https://www.iata.org/en/pressroom/pr/2020-09-29-02/> , (visited, 29/09/2020) 15.  
<https://www.iata.org/en/publications/store/world-air-transport-statistics/> , (visited, 29/09/2020)
- Daffy, Ch., (1996) *Once a Customer Always a Customer*, Britain: MPG Books
- Frank Fiore, (2001). *e-marketing*. Αθήνα: Γκιούρδας
- Gee C., Makens J., Choy D., (1989). *The Travel Industry*. Kentucky: Van Nostrand
- Iatrou K., Alamdari F., (2005). The empirical analysis of the impact of alliances on airline operations. *Air Transport Management*. 11(2005), 127-134
- Inkpen, G., (1998). *Information technology for Travel and Tourism*. London: Longman.
- Javeau Claude, (1996). Η Έρευνα με Ερωτηματολόγιο. Αθήνα: τυπωθήτω
- Johnson Michael, (1998). *Customer Orientation and Market Action*. New Jersey: Prentice Hall
- IATA Course textbook, (2019). *Selling airline reservations and travel*, IATA,
- Kotler, Ph. (2000). *Marketing Management*, Αθήνα: interbooks
- Wells A., (1997). *Αεροπορική βιομηχανία Μεταφορών*. Αθήνα: Έλλην
- Werthner, Hans & Klein, Stefan, (1999). Information Technology and Tourism: A Challenging Relationship. *Annals of Tourism Research*. 29(2), 567-568
- Williams, G., (2002). *Airline Competition: Deregulation's Mixed Legacy*. Aldershot: Ashgate Publishing Limited
- Worsfold Ph., (1999). HRM, Performance, Commitment and Service Quality at the Hotel Industry. *International Journal of Contemporary Hospitality*. 11(7), 340-348
- Zea, M., and Feldman, D. (1998). *Going Global: The Risks and Rewards of Airline Alliance-Based Network Strategies*. The Handbook of Airline Economics, New York : Mc Graw-Hill

#### **Συναφή επιστημονικά περιοδικά:**

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230521	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	5 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Αγγλικά II</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Γενικού υποβάθρου		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	Ελληνικά- Αγγλικά		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	Ναι		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="http://ommt.ihu.gr/mathimata/eksamino5/">http://ommt.ihu.gr/mathimata/eksamino5/</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Το μάθημα έχει ως στόχο να διδάξει στους φοιτητές την αγγλική γλώσσα, όπως λειτουργεί μέσα στο επαγγελματικό περιβάλλον, κυρίως σε περιβάλλοντα διοίκησης, οικονομίας, εμπορίου και τουρισμού. Συνδυάζει την μελέτη και δημιουργική αποτίμηση κειμένων διαφόρων τύπων του εργασιακού χώρου καθώς και την ενεργή συμμετοχή και συζήτηση από τους φοιτητές, ομαδικές εργασίες και ασκήσεις που θα τους βοηθήσουν στην όσο το δυνατόν πληρέστερη κατανόηση της επικοινωνίας σε αυτό το πλαίσιο. Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p>			
<b>Γνώσεις</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li><b>ΓΝΩΣΗ:</b> αναγνωρίζουν και να προσδιορίζουν τις ανάγκες του εκάστοτε εργασιακού τους περιβάλλοντος. Να συνδυάζουν και να αντεπεξέρχονται επαρκώς σε κάθε επαγγελματική υποχρέωση.</li> <li><b>ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ:</b> διακρίνουν ειδικούς όρους του επαγγέλματος στα αγγλικά γενικεύουν την γνώση και εμπλουτίζουν το λεξιλόγιό τους.</li> </ol>			
<b>Δεξιότητες</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li><b>ΕΦΑΡΜΟΓΗ:</b> εξετάζουν αληθινές περιστάσεις, ώστε να μπορούν να καλύπτουν πολύπλευρα ένα ζήτημα που προέρχεται από διάφορους επαγγελματικούς χώρους (πχ. διοίκηση, οικονομία, εμπόριο, τουρισμό).</li> <li><b>ΑΝΑΛΥΣΗ:</b> συνδυάζουν εξειδικευμένες περιπτώσεις, οι οποίες έχουν τη μορφή σεναρίων. Αναπτύσσουν διάφορες ασκήσεις γραπτές ή ακουστικές, συνδυάζουν παιχνίδια ρόλων και συζητήσεις, ώστε να αναπτύξουν αποτελεσματικότερα την ικανότητα στις προκλήσεις του κόσμου των επιχειρήσεων, διαμορφώνοντας μια ισχυρή επαγγελματική ταυτότητα.</li> <li><b>ΣΥΝΘΕΣΗ:</b> συνθέτουν άρθρα και γράμματα απολογητικού ή πληροφοριακού χαρακτήρα, ανακατασκευάζουν τα κατάλληλα επιχειρήματα στην εκάστοτε επικοινωνιακή κατάσταση στο χώρο εργασίας.</li> </ol>			
<b>Ικανότητες</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li><b>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ:</b> υποστηρίζουν με άνεση την αγγλική επιχειρηματική ορολογία, να αξιολογούν αποτελεσματικά τα προβλήματα ώστε να είναι πιο δημιουργικοί και αυτόνομοι, πιο αποδοτικοί και συνεργάσιμοι λόγω της καλής ευχέρειας που θα αποκτήσουν στη γλώσσα</li> </ol>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αυτόνομη Εργασία</li> <li>✓ Λήψη αποφάσεων</li> <li>✓ Ομαδική εργασία</li> <li>✓ Εργασία σε διεθνές περιβάλλον</li> <li>✓ Ευχέρεια στο λόγο και ανάπτυξη ικανοτήτων για ατομική μελέτη και αυτοκατευθυμένη μάθηση</li> <li>✓ Άριστη εκμάθηση της αγγλικής ορολογίας</li> <li>✓ Σημαντική ανάπτυξη διανοητικών και μεταβιβάσιμων δεξιοτήτων που αποτελούν σημαντικό εφόδιο στην επαγγελματική πορεία</li> </ul>			
<b>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>Γνωριμία με τους φοιτητές</li> <li>Me Myself and I: Vocabulary</li> <li>Me Myself and I: Speaking</li> <li>Sports and Leisure: Vocabulary</li> </ol>			

5. Sports and Leisure: Speaking
6. Urban and Rural Life: Vocabulary
7. Urban and Rural Life: Speaking
8. Fashion and Appearance: Vocabulary
9. Fashion and Appearance: Speaking
10. Travelling: Plans and Habits: Vocabulary
11. Travelling: Plans and Habits: Speaking
12. Writing
13. Επανάληψη

#### **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

##### ***Προτεινόμενη βιβλιογραφία***

Taylor, J. & Zeter, J. (2011). *Business English*. EU: Express Publishing.

Catrin, M. (2016). *Flash on English for Tourism*. Cyprus: Deportivo Publishing Ltd

Dulay, H., Burt, M. and Krashen, S. 1982. *Language two*. Oxford: Oxford Unoversity Press

Gass, S. and Selinken, L. 2008. *Second language acquisition: An introductory course*. New Jersey: Lawrence Erlbaum

##### ***Συναφή επιστημονικά περιοδικά:***

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230524	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	5 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Διοίκηση Υπηρεσιών Εδάφους</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΕΙΔΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	Ελληνικά- Αγγλικά		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	Ναι		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>			
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. ΓΝΩΣΗ:</b> Να μπορεί να προσδιορίζει του βασικούς ρόλους στις Υπηρεσίες Εδάφους</li> <li><b>2. ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ:</b> Να διακρίνει τα διάφορα Τμήματα Υπηρεσιών Εδάφους</li> </ol> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>3. ΕΦΑΡΜΟΓΗ:</b> Ταξινόμηση του ρόλου και της αποστολής των Υπηρεσιών Εδάφους σε ένα Αεροδρόμιο</li> <li><b>4. ΑΝΑΛΥΣΗ:</b> Ο φοιτητής θα είναι σε θέση να διεξάγει την τμηματοποίηση πελατών Εταιριών Υπηρεσιών Εδάφους, Εκμάθηση Κανονισμών ΥΠΑ, ΙΑΤΑ και ICAO στις Υπηρεσίες Εδάφους</li> <li><b>5. ΣΥΝΘΕΣΗ:</b> Συνθέτει και οργανώνει την Διαχείριση Προσωπικού Υπηρεσιών Εδάφους</li> </ol> <p><b>Ικανότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>6. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ:</b> Ο φοιτητής θα είναι σε θέση να υποστηρίξει την Διαχείριση Στόλου Υπηρεσιών Εδάφους, θα μπορεί να συγκρίνει Κοινές Λειτουργίες Εταιριών Υπηρεσιών Εδάφους και Αρχών Αεροδρομίου</li> </ol>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>✓ Λήψη αποφάσεων</li> <li>✓ Αυτόνομη εργασία</li> <li>✓ Ομαδική εργασία</li> <li>✓ Εργασία σε διεθνές περιβάλλον</li> <li>✓ Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον</li> <li>✓ Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών</li> <li>✓ Σχεδιασμός και διαχείριση έργων</li> <li>✓ Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα</li> <li>✓ Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον</li> <li>✓ Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου</li> <li>✓ Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής</li> <li>✓ Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης</li> <li>✓ Ενδιαφέρον για τον Κλάδο των Αερομεταφορών</li> </ul>			
<b>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>			
<p>Το περιεχόμενο του μαθήματος διαπραγματεύεται τα παρακάτω θέματα:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Τμήματα και Θέσεις Υπαλλήλων στις Εταιρίες Υπηρεσιών Εδάφους</li> <li>2. Λειτουργίες Εταιριών Υπηρεσιών Εδάφους και Αεροδρόμια</li> <li>3. Τεχνολογίες και Συστήματα στις Υπηρεσίες Εδάφους</li> <li>4. Διαχείριση Στόλου και Προσωπικού</li> <li>5. Τμηματοποίηση πελατών Εταιριών Υπηρεσιών Εδάφους</li> <li>6. Κανονισμοί ΥΠΑ, ΙΑΤΑ και ICAO στις Υπηρεσίες Εδάφους</li> </ol>			

7. Υπηρεσίες Εδάφους και Διαχείριση Εμπορευμάτων
8. Μελλοντικές Τάσεις στις Υπηρεσίες Εδάφους
9. Οργάνωση Αεροδρομίου
10. Λειτουργίες τμημάτων αεροδρομίου
11. Τμήμα Ελέγχου Ταξιδιωτικών Εγγράφων
12. Λειτουργία τμήματος CLOSE UP
13. Οργάνωση Πίστας

#### ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

##### **Προτεινόμενη βιβλιογραφία**

- Bevilacqua, M., Ciarpica, F., Mazzuto, G. and Paciarotti, C., 2014. The impact of business growth in the operation activities: a case study of aircraft ground handling operations. *Production Planning & Control*, 26(7), pp.564-587.
- Marintseva, K., Yun, G. and Kachur, S., 2015. RESOURCE ALLOCATION IMPROVEMENT IN THE TASKS OF AIRPORT GROUND HANDLING OPERATIONS. *Aviation*, 19(1), pp.7-13.
- Garcia Ansola, P., Garcia Higuera, A., Otamendi, F. and de las Morenas, J., 2014. Agent-Based Distributed Control for Improving Complex Resource Scheduling: Application to Airport Ground Handling Operations. *IEEE Systems Journal*, 8(4), pp.1145-1157.
- Andreatta, G., Capanna, L., De Giovanni, L., Monaci, M. and Righi, L., 2013. Efficiency and Robustness in a Support Platform for Intelligent Airport Ground Handling. *Journal of Intelligent Transportation Systems*, 18(1), pp.121-130.
- Alonso Tabares, D. and Mora-Camino, F., 2017. Aircraft Ground Handling: Analysis for Automation. 17th AIAA Aviation Technology, Integration, and Operations Conference,.
- Fitouri-Trabelsi, S., Cosenza, C. and Mora-Camino, F., 2013. Ground Handling Management at Airports with Fuzzy Information. *IFAC Proceedings Volumes*, 46(24), pp.373-378.
- Shen, Peng and Tu, 2019. Multi-Criteria Decision-Making Techniques for Solving the Airport Ground Handling Service Equipment Vendor Selection Problem. *Sustainability*, 11(12), p.3466.
- Schmidberger, S., Bals, L., Hartmann, E. and Jahns, C., 2009. Ground handling services at European hub airports: Development of a performance measurement system for benchmarking. *International Journal of Production Economics*, 117(1), pp.104-116.
- Studic, M., Majumdar, A., Schuster, W. and Ochieng, W., 2017. A systemic modelling of ground handling services using the functional resonance analysis method. *Transportation Research Part C: Emerging Technologies*, 74, pp.245-260.
- Soames, T., 1997. Ground handling liberalization. *Journal of Air Transport Management*, 3(2), pp.83-94.

##### **Συναφή επιστημονικά περιοδικά:**

- *European Journal of Operational Research*
- *Journal of Revenue and Pricing Management*
- *Journal of Air Transport Studies*
- *Transportation Research Part A*
- *Transportation Research Part B*
- *Research in Transportation Economics*
- *Journal of Air Transport Management*
- *Journal of Transport Economics and Policy*
- *Research in Transportation Business & Management*
- *Economics of Transportation*

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230525	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	5 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Τουριστική Διαχείριση Θαλάσσιων Προστατευόμενων Περιοχών</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Ανάπτυξης δεξιοτήτων		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	Ελληνικά-Αγγλικά-Γαλλικά		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	Ναι		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210526_Per_Touristikh-diaxeirish-thalassiwn-prostateyomenwn-perioxwn.pdf">http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210526_Per_Touristikh-diaxeirish-thalassiwn-prostateyomenwn-perioxwn.pdf</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ΓΝΩΣΗ: Βοηθήσει τον φοιτητή να προσδιορίζει τα όρια και την τυπολογία των προστατευόμενων περιοχών και να αναγνωρίζει την κάθε περίπτωση, βασιζόμενος σε συνδυαστικές γνώσεις οικολογίας και διαχείρισης.</li> <li>2. ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ: Διακρίνει ο φοιτητής τις ιδιαιτερότητες των θαλασσιών οικοσυστημάτων και συμπεραίνει τις ιδανικές μεθόδους τουριστικής ανάπτυξης για αειφόρο διαχείριση.</li> </ol> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. ΕΦΑΡΜΟΓΗ: Ταξινομεί τα δεδομένα, υπολογίζει και εξετάζει σχέδια δράσης και ορθολογικής τουριστικής αξιοποίησης των θαλάσσιων προστατευόμενων περιοχών.</li> <li>4. ΑΝΑΛΥΣΗ: Συλλέγει και συνδυάζει δεδομένα από τη διεθνή βιβλιογραφία και τα αναπτύσσει καθώς και τα διαφοροποιεί σε μελέτες περιπτώσεων, σε περιοχές κοντά στη δική του πραγματικότητα.</li> <li>5. ΣΥΝΘΕΣΗ: Εξηγεί τις πιέσεις που δέχονται οι ΘΠΠ και οργανώνει σχέδια τουριστικής διαχείρισης, αναθεωρώντας ενδεχομένως υφιστάμενες συνθήκες.</li> </ol> <p><b>Ικανότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>6. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ: Αξιολογεί τον τρόπο που μπορεί να χρησιμοποιήσει συνδυαστικές γνώσεις, να μετρήσει και να ποσοτικοποιήσει δεδομένα και να εξάγει συμπεράσματα.</li> </ol>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα</li> <li>✓ Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον</li> <li>✓ Αυτόνομη εργασία</li> <li>✓ Ομαδική εργασία</li> <li>✓ Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου</li> <li>✓ Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής</li> <li>✓ Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης</li> </ul>			

#### ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

<ol style="list-style-type: none"> <li>1. εισαγωγικές έννοιες οικολογίας και θαλάσσιου περιβάλλοντος</li> <li>2. διεθνές και εθνικό νομοθετικό πλαίσιο ορισμού θαλάσσιων προστατευόμενων περιοχών</li> <li>3. τυπολογία θαλάσσιων προστατευόμενων περιοχών</li> <li>4. θαλάσσιοι οργανισμοί ως τουριστικό προϊόν</li> <li>5. θαλάσσιες προστατευόμενες περιοχές και τοπικοί πληθυσμοί</li> <li>6. οικονομική ανάπτυξη θαλάσσιων προστατευόμενων περιοχών</li> <li>7. τουριστικές δράσεις σε θαλάσσιες προστατευόμενες περιοχές</li> <li>8. υπολογισμός πιέσεων σε υδάτινα οικοσυστήματα</li> <li>9. μορφές ρύπανσης θαλάσσιων οικοσυστημάτων και υποβάθμιση του τουριστικού προϊόντος</li> <li>10. τα εθνικά θαλάσσια πάρκα στην Ελλάδα: περίπτωση μελέτης Ζακύνθου και Σποράδων</li> <li>11. επιστήμη πολιτών και τουρισμός: εφαρμογή στο θαλάσσιο περιβάλλον</li> </ol>
---

12. τουρισμός εθελοντισμού και θαλάσσιο περιβάλλον

13. ποσοτικοποίηση των οικονομικών επιπτώσεων από τις θαλάσσιες προστατευόμενες περιοχές

#### **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

##### **Προτεινόμενη βιβλιογραφία**

- Marine Protected Areas (2019), Editors: John Humphreys Robert Clark (Imprint:Elsevier) **Paperback ISBN:** 9780081026984, pp828.
- *Conserving the Oceans: The Politics of Large Marine Protected Areas (2021)*, J Alger, Publisher : Oxford University Press . ISBN-13 : 978-0197540534, pp248
- *Marine protected areas in the Mediterranean Sea (2016)*, R. Bakiu, Publisher : GRIN Verlag, ISBN : 3668303428.
- Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και περιβάλλον (2019). Κοκκώσης Χάρης, Τσάρτας Πάρις, ISBN: 978-960-586-251-0, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΚΡΙΤΙΚΗ ΑΕ.
- Διαχείριση Περιβάλλοντος (2021), Sankar Ajith, Μουζακίτης Ιωάννης (επιμέλεια), ISBN: 978-960-418-854-3, Εκδόσεις Α. Τζιόλα & Υιοί Α.Ε.

##### **Συναφή επιστημονικά περιοδικά:**

- *ICES Journal of Marine Science*
- *Conservation Biology*
- *Ocean and Coastal Management*
- *Journal of Coastal Research*
- *Journal of Sustainable Tourism*
- *Global Ecology and Conservation*



## 14.6 Μαθήματα 6<sup>ου</sup> Εξαμήνου

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230601	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	6 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>ΠΟΣΟΤΙΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ ΑΝΑΛΥΣΗΣ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ΕΡΕΥΝΑΣ</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>		<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>
Διαλέξεις		2	
Ασκήσεις Πράξης		1	
Εργαστηριακές Ασκήσεις		0	
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>		<b>3</b>	<b>5</b>
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Ειδικού υποβάθρου		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	Ελληνικά-Αγγλικά		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	Ναι		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210601_Per_Posotikes-methodoi-analyshe-stoixeiwn-ereynas.pdf">http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210601_Per_Posotikes-methodoi-analyshe-stoixeiwn-ereynas.pdf</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Σκοπός του μαθήματος είναι η εξέταση της έννοιας και των διαστάσεων της μέτρησης κατά την έρευνα μάρκετινγκ, όπως επίσης και βασικών στατιστικών τεχνικών ανάλυσης των στοιχείων μιας έρευνας. Επιπλέον, σκοπεύει στην εφαρμογή στατιστικών τεχνικών ανάλυσης δεδομένων μιας έρευνας μάρκετινγκ -στα πλαίσια κατάλληλου στατιστικού πακέτου<sup>2</sup> και στην ερμηνεία των αποτελεσμάτων</p> <p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p>			
<b>Γνώσεις</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ΓΝΩΣΗ-Να αναγνωρίζουν είδη μεταβλητών-Να αναγνωρίζουν διάφορα είδη κλιμάκων μέτρησης μεταβλητών</li> <li>2. ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ-Να διακρίνουν κατάλληλα μέτρα για μέτρηση μεταβλητών και χαρακτηριστικών ανθρώπινης συμπεριφοράς</li> </ol>			
<b>Δεξιότητες</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>3. ΕΦΑΡΜΟΓΗ-Να υπολογίζουν και να προσδιορίζουν σχέσεις αιτίας και αποτελέσματος στη συμπεριφορά καταναλωτών</li> <li>4. ΑΝΑΛΥΣΗ –Να συνδυάζουν δεδομένα μεταξύ τους ως παράγοντες μοντέλων που οδηγούν σε συγκεκριμένες συμπεριφορές</li> <li>5. ΣΥΝΘΕΣΗ-Να συνθέτουν και να μοντελοποιούν τις σχέσεις και να προσδιορίζουν τα μοντέλα που τις περιγράφουν</li> </ol>			
<b>Ικανότητες</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>6. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ –Να συγκρίνουν μοντέλα συμπεριφοράς και να τα αξιολογούν</li> </ol>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>✓ Λήψη αποφάσεων</li> <li>✓ Αυτόνομη εργασία</li> <li>✓ Ομαδική εργασία</li> <li>✓ Εργασία σε διεθνές περιβάλλον</li> <li>✓ Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον</li> <li>✓ Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών</li> </ul>			
<b>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>			
1. Ανάλυση των τρόπων μέτρησης των απόψεων/ στάσεων συμπεριφορών και άλλων κατηγοριών			

- μεταβλητών ενός ερευνομένου κοινού
2. Ανάλυση ενός αρχικού προβλήματος έρευνας αγοράς στα σημαντικά του στοιχεία καθώς και προσδιορισμός του γενικού στόχου και των ειδικών στόχων του προβλήματος
  3. Επιλογή των κατάλληλων τεχνικών ανάλυσης των δεδομένων μιας έρευνας μάρκετινγκ
  4. Ερμηνεία των αποτελεσμάτων που προκύπτουν από την στατιστική ανάλυση των δεδομένων της έρευνας αγοράς
  5. Τεχνικές επαγωγικής στατιστικής
  6. Μελέτη διαδικασίας ελέγχου υπόθεσης
  7. Εισαγωγή δεδομένων σε λογισμικό επεξεργασίας δεδομένων
  8. Περιγραφική στατιστική με τη βοήθεια του λογισμικού και σχολιασμός αποτελεσμάτων
  9. Στατιστικά τεστ συσχέτισης μη παραμετρικά
  10. Παλινδρόμηση μεταβλητών
  11. Πολυμεταβλητά προβλήματα
  12. Παραγοντική ανάλυση
  13. Ολοκληρωμένο παράδειγμα

#### **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

##### ***Προτεινόμενη βιβλιογραφία***

**Ποσοτική Ανάλυση και Στοιχεία Θεωρίας Αποφάσεων στη Διοίκηση και Οικονομία με Χρήση Λογισμικών EXCEL, ISALOS και SPSS**

Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 102073198

Έκδοση: 1/2022

Συγγραφείς: Χαλικιάς Μιλτιάδης

ISBN: 9789925563197

Τύπος: Σύγγραμμα

Διαθέτης (Εκδότης): BROKEN HILL PUBLISHERS LTD

**Στατιστική επιχειρήσεων με εφαρμογές σε SPSS και LISREL**

Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 22717289

Έκδοση: 1η έκδ./2012

Συγγραφείς: Δημητριάδης Ευστάθιος

ISBN: 978-960-218-780-7

Τύπος: Σύγγραμμα

Διαθέτης (Εκδότης): ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΚΡΙΤΙΚΗ ΑΕ

**Συναφή επιστημονικά περιοδικά:**

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230602	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	6 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	3	5	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Ειδίκευσης γενικών γνώσεων		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	Ελληνικά-Αγγλικά		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>			
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <p><b>1. ΓΝΩΣΗ:</b> προσδιορίζουν δεξιότητες αναλυτικής και κριτικής σκέψης σχετικές με τις θεωρίες και τις προσεγγίσεις της στρατηγικής διοίκησης. Να συνδυάσουν ικανοποιητικές γνώσεις των διαφορετικών μοντέλων και εργαλείων της στρατηγικής διοίκησης.</p> <p><b>2. ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ:</b> διακρίνουν την αποστολή, τους σκοπούς και τους στόχους ενός οργανισμού. να εκτιμήσουν και να συμπεράνουν τους παράγοντες κλειδιά της επιτυχίας ενός οργανισμού.</p> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <p><b>3. ΕΦΑΡΜΟΓΗ:</b> να εξετάσουν και να αξιολογήσουν τους οργανωσιακούς πόρους και ικανότητες, τις δεξιότητες κορμού (corecompetencies) και τις δυναμικές ικανότητες και τις διαφορές στις δύο ομάδες επιχειρηματικών πόρων.</p> <p><b>4. ΑΝΑΛΥΣΗ:</b> Κατανοήσουν και αξιολογήσουν τις ανταγωνιστικές δυνάμεις στην αγορά και τους διαφορετικούς τύπους ανταγωνιστού πλεονεκτήματος.</p> <p><b>5. ΣΥΝΘΕΣΗ:</b> να δημιουργήσουν και να συνθέσουν αξία μέσω της στρατηγικής ηγεσίας κόστους και διαφοροποίησης.</p> <p><b>Ικανότητες</b></p> <p><b>6. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ:</b> να συγκρίνουν και να αξιολογήσουν τη σημασία της δημιουργικότητας και της καινοτομίας στη στρατηγική επιτυχία.</p>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, για τις αγορές και τις συνθήκες που επικρατούν με τη χρήση της κατάλληλης μεθοδολογίας και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>Λήψη αποφάσεων</li> <li>Εργασία σε διεθνές περιβάλλον</li> <li>Σχεδιασμός και διαχείριση έργων</li> <li>Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής</li> <li>Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον</li> <li>Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα</li> <li>Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον</li> <li>Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου</li> <li>Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης</li> </ul>			
<b>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>			
<p>Το μάθημα της Στρατηγικής Διοίκησης εστιάζει στην θεωρία και πρακτική της στρατηγικής των επιχειρήσεων παρουσιάζοντας το θεωρητικό πλαίσιο μέσα από το οποίο ο φοιτητής θα μπορεί να αναγνωρίζει και να ανταποκρίνεται στις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν σήμερα οι επιχειρήσεις σε στρατηγικό επίπεδο.</p> <p>Αρχικά παρουσιάζονται οι βασικές έννοιες και η ορολογία που θεωρούνται απαραίτητα για την κατανόηση του</p>			

αντικειμένου της στρατηγικής, της μεθοδολογίας και των εργαλείων της στρατηγικής ανάλυσης μιας επιχείρησης. Στην συνέχεια εξετάζει πως η επιχείρηση μπορεί να τοποθετηθεί καλύτερα απέναντι στον ανταγωνισμό και στις δυνάμεις της αγοράς, και πως μπορεί να δημιουργήσει τις μοναδικές εκείνες ικανότητες που είναι απαραίτητες για να επιτύχει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και, διατηρήσει και βελτιώσει την θέση της στην αγορά.

Τέλος, εστιάζει στο πώς αυτές οι στρατηγικές επιλογές συνδυάζονται με τις καθημερινές δραστηριότητες της επιχείρησης, ώστε να δημιουργηθεί ένας οργανισμός με ικανότητα προσαρμογής στις προκλήσεις, ικανός να διαμορφώνει επικερδή επιχειρηματικά μοντέλα.

Οι ενότητες που παρουσιάζονται κατά την διάρκεια των εβδομαδιαίων διαλέξεων είναι οι παρακάτω:

Εβδομάδα 1η: Εισαγωγή στη Στρατηγική Διοίκησης και την διαδικασία λήψης στρατηγικών αποφάσεων με στόχο την απόκτηση Ανταγωνιστικού Πλεονεκτήματος

Εβδομάδα 2η: Παρουσίαση της ανάλυσης του εξωτερικού περιβάλλοντος με στόχο τον εντοπισμό ευκαιριών και απειλών.

Εβδομάδα 3η: Παρουσίαση της ανάλυσης του εσωτερικού περιβάλλοντος. Εισαγωγή στην Σχολή της ResourceBasedView.

Εβδομάδα 4η: Απόκτηση και διατήρηση του Ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος μέσω γενικών στρατηγικών λειτουργικού επιπέδου.

Εβδομάδα 5η: Στρατηγική Στρατηγικής Μονάδας-Εισαγωγή στην προσέγγιση της σχολής της Ανταγωνιστικής Τοποθέτησης (Harvard)

Εβδομάδα 6η: Επιχειρηματική στρατηγική και κλαδικό περιβάλλον- Καινοτομία και καινοτομία Επιχειρηματικού μοντέλου-Κύκλος Ζωής Επιχειρηματικού Κλάδου

Εβδομάδα 7η: Στρατηγική και τεχνολογία- Επιχειρηματικοί μορφότυποι

Εβδομάδα 8η: Στρατηγική στο παγκόσμιο επιχειρηματικό περιβάλλον

Εβδομάδα 9η: Στρατηγική εταιρικού ομίλου- Οριζόντια και κάθετη ολοκλήρωση.

Εξωτερικές αναθέσεις (Outsourcing).

Εβδομάδα 10η: Επιχειρηματική στρατηγική συσχετίσεων: Συσχετισμένη και ασυσχετίστη Διαφοροποίηση και είσοδος σε νέους κλάδους.

Εβδομάδα 11η: Εταιρική διακυβέρνηση, Κοινωνική Ευθύνη και Ηθική

Εβδομάδα 12η: Υλοποίηση της στρατηγική μέσα από την οργάνωση. Οργανωσιακή αρχιτεκτονική-Οργανωτική δομή-Οργανωσιακή κουλτούρα

Εβδομάδα 13η: Σύνοψη μαθημάτων και βασικών εννοιών

#### **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

##### **Προτεινόμενη βιβλιογραφία**

- Στρατηγικό Μάνατζμεντ-Μια Ολοκληρωμένη Προσέγγιση -Θεωρία και Μελέτες Περίπτωσης, Έκδοση 1η/2018 Συγγραφείς HillW.L. Charles, Schilling A. Melissa, Jones R. Gareth, Εκδόσεις BROKENHILL
- ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ, Έκδοση 1η/2021, Συγγραφέας: Σαρμανιώτης Χρήστος, Εκδόσεις ΜΑΡΚΟΥ ΚΑΙ ΣΙΑ Ε.Ε.

##### **Συναφή επιστημονικά περιοδικά:**

- *StrategicManagement Journal*
- *Academy of Management Review*
- *Long Range Planning*
- *Harvard Business Review*
- *MIT Sloan Management Review*
- *Journal of Business Strategy*

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230603	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	6 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Γενικού Υπόβαθρου		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	Ελληνικά		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210603_Per_Biomhxaniko-mkt.pdf">http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210603_Per_Biomhxaniko-mkt.pdf</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>Γνώση:</b> να γνωρίζουν τις βασικές αρχές, αποφάσεις, εργαλεία και ορολογία του Βιομηχανικού Μάρκετινγκ. Τα βασικά χαρακτηριστικά των βιομηχανικών αγορών.</li> <li><b>Κατανόηση:</b> να γνωρίζουν και να αναγνωρίζουν τις διαφορές μεταξύ καταναλωτικών και βιομηχανικών αγορών και τις ιδιαιτερότητες της στρατηγικής μάρκετινγκ σε βιομηχανικές αγορές.</li> </ol> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>Εφαρμογή:</b> να αξιοποιεί τις έννοιες της διοίκησης προμηθειών και να των μειοδοτικών διαγωνισμών καθώς του μάρκετινγκ των σχέσεων . ( relationship marketing).</li> <li><b>Ανάλυση:</b> να επιδιώκεται ανάλυση προβλημάτων B2B μάρκετινγκ και η αντίστοιχη λήψη αποφάσεων.</li> <li><b>Σύνθεση:</b> να αποκτήσει μία συνολική και συνδυαστική εικόνα των αποφάσεων ΜΚΤ ως λειτουργία της επιχείρησης.</li> </ol> <p><b>Ικανότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>Αξιολόγηση:</b> να αποκτήσει την εμπειρία της δημιουργικής και της συστηματικής χρήσης των αρχών , μεθόδων και στρατηγικών του ΜΚΤ στο σχεδιασμό και την αξιολόγηση.</li> </ol>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, για τις αγορές και τις συνθήκες που επικρατούν με τη χρήση της κατάλληλης μεθοδολογίας και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>Λήψη αποφάσεων</li> <li>Εργασία σε διεθνές περιβάλλον</li> <li>Σχεδιασμός και διαχείριση έργων</li> <li>Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής <ul style="list-style-type: none"> <li>Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης</li> </ul> </li> </ul>			

#### ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Η βαρύτητα των βιομηχανικών και γενικότερα των επιχειρηματικών συναλλαγών (των συναλλαγών που λαμβάνουν χώρα μεταξύ επιχειρήσεων) για την οικονομία και των ιδιαιτεροτήτων των αντίστοιχων αγορών, οδήγησε στην ανάπτυξη του περιεχομένου του μαθήματος ως ξεχωριστό κλάδο του μάρκετινγκ.

Το μάθημα στοχεύει να οδηγήσει τους φοιτητές στην κατανόηση των βασικών χαρακτηριστικών των βιομηχανικών (B2B) αγορών και των κυρίων διαφορών μεταξύ βιομηχανικού (B2B) μάρκετινγκ και μάρκετινγκ καταναλωτικών προϊόντων. Επιπλέον, η ανάπτυξη της τεχνολογίας επέτρεψε την ανάπτυξη τεχνικών οι οποίες πέρασαν από την περιοχή του βιομηχανικού μάρκετινγκ, στο μάρκετινγκ πολλών καταναλωτικών προϊόντων. Η μελέτη και ανάπτυξη του βιομηχανικού μάρκετινγκ συνεισέφερε στην ανάπτυξη του μάρκετινγκ σχέσεων. Επιπλέον η μελέτη του έχει ιδιαίτερη βαρύτητα και ιδιομορφίες κατά την εφαρμογή της διοίκησης μάρκετινγκ σε τομείς όπως η διοίκηση πωλήσεων, η εφοδιαστική και η ανάπτυξη νέων προϊόντων και καινοτομιών.

- Εννοιολογικός προσδιορισμός του Βιομηχανικού Μάρκετινγκ.
- Ανάλυση αγοραστικής συμπεριφοράς των βιομηχανικών αγοραστών

3. Διαχείριση σχέσεων στις βιομηχανικές αγορές
4. Ανάλυση ζήτησης και ευκαιριών στην βιομηχανική αγορά- Έρευνα B2B αγορών
5. Τμηματοποίηση και Τοποθέτηση στις Βιομηχανικές αγορές
6. Ηλεκτρονικό εμπόριο και μάρκετινγκ στις B2B αγορές
7. Στρατηγικός σχεδιασμός στο B2B μάρκετινγκ
8. Διοίκηση προϊόντος στις B2B αγορές
9. Τιμολόγηση στις B2B αγορές
10. Διοίκηση καναλιών διανομής και εφοδιαστικής αλυσίδας στις B2B αγορές
11. Επικοινωνία και προβολή στις B2B αγορές
12. Μάρκετινγκ υπηρεσιών στις B2B αγορές
13. Σύνοψη του μαθήματος

#### **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

##### ***Προτεινόμενη βιβλιογραφία***

- High-Tech και Βιομηχανικό Μάρκετινγκ, Σιώμος Γεώργιος, Τσιάμης Ιωάννης, Φωτιάδης Θωμάς, Εκδόσεις BrokenHill
- Στρατηγικό Βιομηχανικό (B2B) Μάρκετινγκ, Αυλωνίτης Γεώργιος, Δημητριάδης Σέργιος, Ήντουνας Κωνσταντίνος, Εκδόσεις Rossili

##### ***Συναφή επιστημονικά περιοδικά:***

- Industrial Marketing Management
- Journal of Business & Industrial Marketing
- European Journal of marketing

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230604	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	6 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Σχεδιασμός &amp; Οργάνωση Διαφημιστικής Εκστρατείας</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	2		
Ασκήσεις Πράξης	1		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Γενικού Υπόβαθρου		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΗ και ΑΓΓΛΙΚΗ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	Planning and Organising in Advertising Campaigns/ NAI		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>			
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Ο σκοπός του μαθήματος είναι να περιγράψει τους βασικούς όρους του Σχεδιασμού μιας διαφήμισης, της οργάνωσης αυτής και η έμφαση που δίνεται στο συνολικό αποτέλεσμα της διαφήμισης στην επιστήμη του Μάρκετινγκ μέσω της επικοινωνίας και της διαφήμισης των προϊόντων, της διαχείρισης της καταναλωτικής αγοράς που ενδιαφέρονται για την επιστήμη του Μάρκετινγκ, σε φοιτητές που εισέρχονται κατά το τέλος των σπουδών τους στο επιστημονικό πεδίο του τμήματος.</p> <p>Εξηγεί τις λειτουργίες και της σχέσης μεταξύ των όρων Σχεδιασμός και Οργάνωση μιας Διαφήμισης. Διαχωρίζει αντιληπτά τους 2 αυτούς όρους. Οριοθετεί το κάθε επιστημονικό πεδίο. Δίνει στους φοιτητές τη δυνατότητα να αποκτήσουν τις βασικές δεξιότητες στην χρήση του δημιουργικού στην διαφήμιση, στην διαχείριση αποφάσεων για την ορθή και ηθική διαφήμιση, στην συμβουλευτική επιστήμη μέσω τακτικών και κανόνων της διαφήμισης σε όλες της κατηγορίες των επιχειρήσεων. Επίσης σκοπός είναι να παρέχει στους φοιτητές τις κατάλληλες γνώσεις σε εφαρμογές πραγματικών case studies επιχειρήσεων και συγκεκριμένων εξειδικευμένων προϊόντων.</p> <p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p>			
<b>Γνώσεις</b>			
<p>1. ΓΝΩΣΗ- αναγνωρίζουν και να προσδιορίζουν τις κατηγορίες των διαφημίσεων- να σχεδιάζουν διαφημίσεις – να περιγράφουν τις βασικές λειτουργίες των διαφημίσεων/επικοινωνιών- να αναγνωρίζουν τους τύπους των διαφημίσεων και να προσδιορίζουν τους βασικούς τύπους καταναλωτών ανάλογα με την κάθε στοχευμένη αγορά. Σκοπός είναι να αντιληφθούν τους όρους και τους στόχους μιας αποτελεσματικής δημιουργικής διαφήμισης. Να γνωρίζουν όλα τα τμήματα δημιουργίας μιας διαφήμισης και την οργάνωση αυτής μέσω δημιουργίας κειμένων-τηλεοπτικών-ραδιοφωνικών-social media κλπ, να υιοθετούν επικοινωνιακές μεθόδους και να προσδιορίζουν τα διαφημιστικά οφέλη αλλά και τα επικοινωνιακά λάθη.</p> <p>2. ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ- να διακρίνουν τις διαφορές μεταξύ των διαφημίσεων –να διακρίνουν τη σπουδαιότητα της αποτελεσματικής διαφήμισης στο δημιουργικό και σχεδιαστικό τομέα- να εξηγούν και να εκτιμούν τις διάφορες κατηγορίες των κατηγοριών στην διαφήμιση- να εκτιμούν και διακρίνουν βασικά στοιχεία του συστήματος δημιουργίας μιας στοχευμένης διαφήμισης- να διακρίνουν τις υπηρεσίες της διαφήμισης σε μια αγορά καθώς και να κατανοούν τη βασική δομή της.</p>			
<b>Δεξιότητες</b>			
<p>3. ΕΦΑΡΜΟΓΗ- να ανακαλύπτουν την πρακτική της αποτελεσματικής διαφήμισης και της επικοινωνίας του Πολιτικού Μάρκετινγκ και των λειτουργιών αυτού στην στοχευμένη αγορά των καταναλωτών.</p> <p>4. ΑΝΑΛΥΣΗ- να αντιλαμβάνονται το κοινό στόχο και την αγορά στην οποία θα πρέπει να αναλύσουν και να δραστηριοποιηθούν σε αυτήν μέσω της διαφήμισης και της επικοινωνίας στο πεδίο του Μάρκετινγκ και να μπορέσουν να υλοποιούν την επιλεγόμενη διαφήμιση.</p> <p>5. ΣΥΝΘΕΣΗ- να συνθέτουν τις διαβαθμίσεις της διαφήμισης και του σχεδιασμού και των τμημάτων αυτών, σε μια επιχείρηση και να ανταποκρίνονται στην διαφορετικότητα τους ανάλογα με τις αγορές και τα δεδομένα αυτών.</p>			
<b>Ικανότητες</b>			
<p>6. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ – να αξιολογούν τα βασικά χαρακτηριστικά των συστημάτων των αγορών- να αξιολογούν τα πλεονεκτήματα που προσφέρουν οι προγενέστερες επιλογές των επιχειρήσεων στο δημιουργικό τμήμα μέσα από τα case studies των - να αξιολογούν τη λειτουργία των επιχειρήσεων στην διαφήμιση και στην επικοινωνία.</p>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			

- 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

#### ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

##### **Θεωρία**

1. Στρατηγική Διαφημιστικής Εκστρατείας
2. Βασικοί Παράγοντες Επιλογής Μέσων I. Βασικοί Παράγοντες Επιλογής Μέσων II
4. Διαφημιστικοί Στόχοι
5. Σχεδιασμός επιλογής ΜΜΕ – Διαφήμιση στο Διαδίκτυο – Καθορισμός Διαφημιστικού Προυπολογισμού
6. Η στρατηγική της Διαφήμισης
7. Ολοκληρωμένη Επικοινωνιακή Στρατηγική Μάρκετινγκ
8. Σχεδιασμός & Οργάνωση Διαφημιστικής Εκστρατείας
9. Ο ρόλος των OEM στη διαδικασία του Μάρκετινγκ
10. Η οργάνωση για τη διαφήμιση και την προώθηση. Απόψεις της συμπεριφοράς του καταναλωτή
12. Παρακολούθηση και Ανάλυση Casestudies Σχεδιασμών διαφημίσεων Παγκοσμίως
13. Η διαδικασία της επικοινωνίας – Οι συντελεστές Πηγής Μηνύματος και Διαύλου
14. Σχεδιασμός και στρατηγική μέσων – Άμεσο Μάρκετινγκ – Τα μέσα υποστήριξης

#### ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

##### **Προτεινόμενη βιβλιογραφία**

*Διαφήμιση & Προώθηση – Ολοκληρωμένη Επικοινωνιακή Μάρκετινγκ, Belch & Belch, Εκδόσεις Τζιόλα, 10<sup>η</sup> έκδοση*

##### **Συναφή επιστημονικά περιοδικά:**



<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230605	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	6 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	2		
Ασκήσεις Πράξης	2		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Γενικού Υπόβαθρου		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΗ και ΑΓΓΛΙΚΗ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΝΑΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210605_Per_Strathgikh-mkt.pdf">http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210605_Per_Strathgikh-mkt.pdf</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. ΓΝΩΣΗ:</b> Αναγνωρίζουν τις έννοιες του στρατηγικού σχεδιασμού και προγραμματισμού</li> <li><b>2. ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ:</b> Διακρίνουν το ρόλο του προγραμματισμού στο υποσύστημα μάρκετινγκ μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού.</li> </ol> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>3. ΕΦΑΡΜΟΓΗ:</b> Εξετάζουν τις εξελίξεις στο εσωτερικό και εξωτερικό περιβάλλον του μάρκετινγκ</li> <li><b>4. ΑΝΑΛΥΣΗ:</b> Σχεδιάζουν νέες στρατηγικές μάρκετινγκ για μια πραγματική επιχειρηματική μονάδα (της επιλογής τους)</li> <li><b>5. ΣΥΝΘΕΣΗ:</b> Συνδυάζουν τα πραγματικά δεδομένα της αγοράς με την παρούσα κατάσταση της επιχείρησης που έχουν επιλέξει</li> </ol> <p><b>Ικανότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>6. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ:</b> Αξιολογούν τα αποτελέσματα των στρατηγικών μάρκετινγκ που έχουν εφαρμοστεί στο παρελθόν και σε συνδυασμό με τις εξελίξεις στο εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης προτείνουν νέες στρατηγικές και τακτικές</li> </ol>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>✓ Λήψη αποφάσεων</li> <li>✓ Ομαδική εργασία</li> <li>✓ Διαχείριση έργων</li> <li>✓ Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής</li> <li>✓ Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης</li> </ul>			

#### ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. Στρατηγικός σχεδιασμός και προγραμματισμός μάρκετινγκ
2. Αναλυτικά εργαλεία: MarketingAudit
3. Αναλυτικά εργαλεία: SWOTAnalysis
4. Το περιεχόμενο και οι ενότητες ενός πλάνου μάρκετινγκ (σχέδιο Kotler)
5. Ανάλυση παρούσας κατάστασης (εσωτερικό-εξωτερικό περιβάλλον μάρκετινγκ)
6. Στόχοι, Στρατηγική Μάρκετινγκ, Τακτική Μάρκετινγκ
7. Στρατηγικές Μάρκετινγκ
8. Τακτικές Μάρκετινγκ
9. Προϋπολογισμός και Έλεγχος
10. Το περιεχόμενο και οι ενότητες ενός πλάνου μάρκετινγκ (σχέδιο Buell)
11. Διατμηματικός έλεγχος – Φύλλο αξιολόγησης δυνάμεων-αδυναμιών
12. Ανασκόπηση θεωρητικού μέρους και οδηγίες για τις εξετάσεις

**ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

**Προτεινόμενη βιβλιογραφία**

Τηλικίδου, Ε. (2020). *Η Στρατηγική του Μάρκετινγκ – Σημειώσεις*, Εκδόσεις Τ.Ε.Ι.Θ.

Σιώμκος, Γ. (2018). *Στρατηγικό Μάρκετινγκ*, Εκδόσεις BrokenHill

Αυλωνίτης, Γ. Ι. και Παπασταθοπούλου, Π. (2010). *MarketingPlans: πώς να σχεδιάζετε αποτελεσματικά προγράμματα μάρκετινγκ*. Αθήνα, ΕκδόσειςΣταμούλης.

Kotler, P. (2000). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation*. Milenium edition, Englewood Cliffs, N.J., Prentice –Hall Inc.

Kotler, P. and Keller, K. L. (2006). *Marketing Management. 12<sup>th</sup> edition* Upper Saddle River, N.J. : Pearson Prentice Hall, p. 59.

Buell, V., (1984). *Marketing Management: A Strategic Planning Approach*, London McGraw –Hill, Inc.

Wilson, R. M. and Gilligan, C. (2005). *Strategic Marketing Management*, Elsevier Butterworth-Heinemann

Lehmann, D. and Winer, R. (2007). *Analysis for Marketing Planing*, 7<sup>th</sup> edition, McGraw-Hill

Miller, A. (1998). *Strategic Management* .3<sup>rd</sup> edition, McGraw –Hill, Inc.

Cohen, W. (2006). *The Marketing Plan*, 5th edition, John Wiley & Sons.

**Συναφή επιστημονικά περιοδικά:**

Journal of Marketing,

Journal of Marketing Management

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230606	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	6 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>ΠΟΛΙΤΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	3	5	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Γενικού Υπόβαθρου		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΗ και ΑΓΓΛΙΚΗ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΝΑΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>			
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Ο σκοπός του μαθήματος είναι να περιγράψει τους βασικούς όρους του Πολιτικού Μάρκετινγκ μέσω της επικοινωνίας και της διαφήμισης, της διαχείρισης προσώπων και οργανισμών που ενδιαφέρονται για την επιστήμη της Πολιτικής σε σχέση με την επιστήμη του Μάρκετινγκ, σε φοιτητές νέους που εισέρχονται στο επιστημονικό πεδίο του τμήματος. Εξηγεί τις λειτουργίες και της σχέσης μεταξύ των όρων Πολιτικό Μάρκετινγκ. Διαχωρίζει αντιληπτά τους 2 αυτούς όρους. Οριοθετεί το κάθε επιστημονικό πεδίο. Δίνει στους φοιτητές τη δυνατότητα να αποκτήσουν τις βασικές δεξιότητες στην χρήση της επικοινωνίας στην πολιτική διαφήμιση, στην διαχείριση αποφάσεων, στην συμβουλευτική επιστήμη μέσω τακτικών και κανόνων του πολιτικού μάρκετινγκ σε όλες της κατηγορίες των ψηφοφόρων. Επίσης σκοπός είναι να παρέχει στους φοιτητές τις κατάλληλες γνώσεις σε εφαρμογές πραγματικών case studies ατόμων και οργανισμών σε συνάφεια με την πολιτική επιστήμη καθώς και τα πλεονεκτήματα των συμβούλων Μάρκετινγκ στην επικοινωνία και την διαφήμιση στην πολιτική.</p> <p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p>			
<b>Γνώσεις</b>			
<p>1. ΓΝΩΣΗ- αναγνωρίζουν και να προσδιορίζουν τις κατηγορίες των πολιτικών διαφημίσεων- να σχεδιάζουν πολιτικές καμπάνιες – να περιγράφουν τις βασικές λειτουργίες των πολιτικών επικοινωνιών- να αναγνωρίζουν τους τύπους των πολιτικών διαφημίσεων και να προσδιορίζουν τους βασικούς τύπους ψηφοφόρων ανάλογα με την κάθε «αγορά». Σκοπός είναι να αντιληφθούν τους όρους και τους στόχους μιας αποτελεσματικής πολιτικής διαφήμισης και τον συνδυασμό των δύο μεγάλων επιστημών, αυτής του Μάρκετινγκ και της Πολιτικής. Να γνωρίζουν όλα τα τμήματα δημιουργίας μιας πολιτικής διαφήμισης, να υιοθετούν επικοινωνιακές μεθόδους και να προσδιορίζουν τα επικοινωνιακά οφέλη αλλά και τα επικοινωνιακά λάθη.</p> <p>2. ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ- να διακρίνουν τις διαφορές μεταξύ των ψηφοφόρων ανά ηλικία, περιοχή, αντίληψη κλπ. –να διακρίνουν τη σπουδαιότητα της αποτελεσματικής πολιτικής διαφήμισης και του πολιτικού Μάρκετινγκ - να εξηγούν και να εκτιμούν τις διάφορες κατηγορίες των ψηφοφόρων στην διαφήμιση- να εκτιμούν και διακρίνουν βασικά στοιχεία του συστήματος δημιουργίας μιας πολιτικής διαφήμισης- να διακρίνουν τις υπηρεσίες της πολιτικής διαφήμισης σε μια «αγορά» αλλά και στην επιστήμη του Πολιτικού Μάρκετινγκ καθώς και να κατανοούν τη βασική δομή του.</p>			
<b>Δεξιότητες</b>			
<p>3. ΕΦΑΡΜΟΓΗ- να ανακαλύπτουν την πρακτική της αποτελεσματικής διαφήμισης και της επικοινωνίας του Πολιτικού Μάρκετινγκ και των λειτουργιών αυτού στην στοχευμένη αγορά των ψηφοφόρων.</p> <p>4. ΑΝΑΛΥΣΗ- να αντιλαμβάνονται το κοινό στόχο και την αγορά στην οποία θα πρέπει να αναλύσουν και να δραστηριοποιηθούν σε αυτήν μέσω της διαφήμισης και της επικοινωνίας στο πεδίο του Πολιτικού Μάρκετινγκ.</p> <p>5. ΣΥΝΘΕΣΗ- να συνθέτουν τις διαβαθμίσεις της πολιτικής διαφήμισης και του πολιτικού Μάρκετινγκ και των τμημάτων αυτών, σε έναν οργανισμό ή υποψήφιο πολιτικό και να ανταποκρίνονται στην διαφορετικότητα τους ανάλογα με τις «αγορές» και τα δεδομένα των κάθε εκλογών και της κάθε περιοχής.</p>			
<b>Ικανότητες</b>			
<p>6. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ – να αξιολογούν τα βασικά χαρακτηριστικά των συστημάτων των εκλογών- να αξιολογούν τα πλεονεκτήματα που προσφέρουν οι προγενέστερες εκλογές μέσα από τα case studies των κομμάτων αλλά και των υποψηφίων στην πολιτική- να αξιολογούν τη λειτουργία των κομμάτων επικοινωνιακά και των υποψηφίων στις οποίες δραστηριοποιούνται εκλογικά και συμβουλευτικά ως Διαφημιστές και Επικοινωνιολόγοι της επιστήμης του Πολιτικού Μάρκετινγκ.</p>			

## Γενικές Ικανότητες

- ✓ 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

### ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

#### Θεωρία

1. Η πολιτική αγορά και η εμφάνιση του πολιτικού καταναλωτή
2. Τι είναι το Πολιτικό Μάρκετινγκ
3. Η στρατηγική του Πολιτικού Μάρκετινγκ
4. Η κατανόηση της αγοράς
5. Η ανάπτυξη του προϊόντος και η διαμόρφωση της μάρκας
6. Το εσωτερικό Μάρκετινγκ :Το Μάρκετινγκ στους εθελοντές και το κόμμα
7. Η επικοινωνίας Μάρκετινγκ και οι Προεκλογικές Εκστρατείες
8. Το Μάρκετινγκ κατά την περίοδο της διακυβέρνησης
9. Η μεταφορά της Παγκόσμιας Γνώσης
10. Το Πολιτικό Μάρκετινγκ και η δημοκρατία
11. Παρακολούθηση και Ανάλυση Πολιτικών διαφημίσεων στην Ελλάδα
12. Παρακολούθηση και Ανάλυση Casestudies Πολιτικών διαφημίσεων Παγκοσμίως
13. Γλώσσα Σώματος Επικοινωνίας
14. Επανάληψη Κεφαλαίων Εξαμήνου

### ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

#### Προτεινόμενη βιβλιογραφία

Πολιτικό Μάρκετινγκ, Αρχές και Εφαρμογές, J.Lees-Marshment, Εκδόσεις University Studio Press, ISBN 978-960-12-2144-1

#### Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230607	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	6 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	1		
Ασκήσεις Πράξης	2		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	3	5	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Επιλογής Κατεύθυνσης		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΗ και ΑΓΓΛΙΚΗ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>			
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <p>1. <b>Γνώση:</b> να εισάγει τον φοιτητή στις έννοιες της διαχείρισης και του σχεδιασμού των γεγονότων και των εκδηλώσεων.</p> <p>2. <b>Κατανόηση:</b> να κατανοούν και να αναδεικνύουν τη συμβολή των γεγονότων και των εκδηλώσεων στην τουριστική ανάπτυξη και να εντάσσουν τη διοργάνωση των γεγονότων και των εκδηλώσεων στο πλαίσιο του βιομηχανικού μάρκετινγκ και της ολοκληρωμένης επικοινωνιακής μάρκετινγκ.</p> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <p>3. <b>Εφαρμογή:</b> να εφαρμόζουν και να παρουσιάζουν τα βασικά στάδια σχεδιασμού και τις επιμέρους φάσεις των γεγονότων και των εκδηλώσεων και να εφαρμόζουν όλες τις παραπάνω γνώσεις στο σχεδιασμό μέσα στο πλαίσιο μίας ολοκληρωμένης επικοινωνιακής στρατηγικής μάρκετινγκ.</p> <p>4. <b>Ανάλυση:</b> να αναλύεται και να υπολογίζεται η επίδραση των γεγονότων και των εκδηλώσεων στη διαμόρφωση εικόνας για μία επιχείρηση, μία πόλη και ένα έθνος.</p> <p>5. <b>Σύνθεση:</b> να αποκτήσει μία συνολική και συνδυαστική εικόνα των αποφάσεων ΜΚΤ ως λειτουργία της επιχείρησης και να έχουν τη δυνατότητα να σχεδιάσουν και να υλοποιήσουν μία εκδήλωση. Να μπορούν να εφαρμόσουν τη θεωρία του Μάρκετινγκ γεγονότων και εκδηλώσεων για να δημιουργήσουν ξεχωριστές εμπειρίες για τους πελάτες μιας επιχείρησης και τους επισκέπτες ενός τουριστικού προορισμού.</p> <p><b>Ικανότητες</b></p> <p>6. <b>Αξιολόγηση:</b> να αποκτήσει την εμπειρία της δημιουργικής και της συστηματικής χρήσης των αρχών, μεθόδων και στρατηγικών του ΜΚΤ στο σχεδιασμό και την αξιολόγηση.</p>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, για τις αγορές και τις συνθήκες που επικρατούν με τη χρήση της κατάλληλης μεθοδολογίας και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>✓ Λήψη αποφάσεων</li> <li>✓ Εργασία σε διεθνές περιβάλλον</li> <li>✓ Σχεδιασμός και διαχείριση έργων</li> <li>✓ Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής</li> <li>✓ Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης</li> </ul>			

#### ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Η βαρύτητα των βιομηχανικών και γενικότερα των επιχειρηματικών συναλλαγών (των συναλλαγών που λαμβάνουν χώρα μεταξύ επιχειρήσεων) για την οικονομία και των ιδιαιτεροτήτων των αντίστοιχων αγορών, οδήγησε στην ανάπτυξη του περιεχομένου του μαθήματος ως ξεχωριστό κλάδο του μάρκετινγκ.

Το μάθημα στοχεύει να οδηγήσει τους φοιτητές στην κατανόηση των βασικών χαρακτηριστικών των βιομηχανικών (B2B) αγορών και των κυρίων διαφορών μεταξύ βιομηχανικού (B2B) μάρκετινγκ και μάρκετινγκ καταναλωτικών προϊόντων. Επιπλέον, η ανάπτυξη της τεχνολογίας επέτρεψε την ανάπτυξη τεχνικών οι οποίες πέρασαν από την περιοχή του βιομηχανικού μάρκετινγκ, στο μάρκετινγκ πολλών καταναλωτικών προϊόντων. Η μελέτη και ανάπτυξη του βιομηχανικού μάρκετινγκ συνεισέφερε στην ανάπτυξη του μάρκετινγκ σχέσεων. Επιπλέον η μελέτη του έχει ιδιαίτερη

βαρύτητα και ιδιομορφίες κατά την εφαρμογή της διοίκησης μάρκετινγκ σε τομείς όπως η διοίκηση πωλήσεων, η εφοδιαστική και η ανάπτυξη νέων προϊόντων και καινοτομιών.

1. Εννοιολογικός προσδιορισμός του Μάρκετινγκ Εκδηλώσεων.
2. Σχεδιασμός Μάρκετινγκ εκδηλώσεων ( Event Marketing).
3. Στρατηγικές Μάρκετινγκ εκδηλώσεων.
4. Επικοινωνία της εκδήλωσης (Event Promotion).
5. Υλοποίηση της εκδήλωσης.
6. Είδη εκδηλώσεων.
7. Ανάλυση εξωτερικού περιβάλλοντος.
8. Ανάλυση μείγματος Μάρκετινγκ.
9. Κύκλος ζωής Προϊόντος και ωριμότητα αγοράς.
10. Προβολή – Προώθηση.
11. Χορηγία Εκδηλώσεων – Υποστήριξη εκδηλώσεων (Event Sponsorship – Event Endorsement).
12. Οργανωτικά θέματα διαχείρισης των Γεγονότων και των εκδηλώσεων.
13. Ειδικότερες μορφές Γεγονότων και εκδηλώσεων.

#### **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

##### ***Προτεινόμενη βιβλιογραφία***

1. Βασιλειάδης, Χ. (2014), Διαχείριση και Μάρκετινγκ Γεγονότων και Εκδηλώσεων (Event Marketing Management), Εκδόσεις Πανεπιστημίου Μακεδονίας: Θεσσαλονίκη.
2. Erber, S. (2009), Eventmarketing, Εκδόσεις Προπομπός: Αθήνα. Allen, J., O'toole W., Harris R., and McDonnell I. (2012), Festival and Special Event Management, Google eBook: John Wiley & Sons. Getz, D., & Page, S. J. (2016). Event studies: Theory, research and policy for planned events. Routledge: New York.
3. Lacey, R., Close, A. G., & Finney, R. Z. (2010). The pivotal roles of product knowledge and corporate social responsibility in event sponsorship effectiveness. Journal of Business Research, 63(11), 1222-1228.
4. Zarantonello, L., & Schmitt, B. H. (2013). The impact of event marketing on brand equity: The mediating roles of brand experience and brand attitude. International Journal of Advertising, 32(2), 255- 280.
5. Kahle, L. R., & Close, A. G. (2011). Consumer behavior knowledge for effective sports and event marketing. Routledge.

##### ***Συναφή επιστημονικά περιοδικά:***

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230608 2306614	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	6 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΜΟΝΑΔΩΝ ΥΓΕΙΑΣ ΚΑΙ ΠΡΟΝΟΙΑΣ</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	3	5	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΕΙΔΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΗ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210608_Per_Mkt_Monadon_Ygeias.pdf">http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210608_Per_Mkt_Monadon_Ygeias.pdf</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Σκοπός του μαθήματος είναι να εισαγάγει τους φοιτητές στις βασικές αρχές, έννοιες και πρακτικές του Μάρκετινγκ στο χώρο της Υγείας. Με το τέλος του μαθήματος οι φοιτητές αναμένεται να είναι σε θέση να μπορούν να αξιολογήσουν τις «τεχνικές» marketing και προώθησης των υπηρεσιών υγείας ελέγχοντας παράλληλα το λειτουργικό marketing των οργανισμών.</p> <p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p>			
<b>Γνώσεις</b>			
<p><b>1. ΓΝΩΣΗ:</b> • Εξηγήσει το εννοιολογικό περιεχόμενο και τις προσεγγίσεις του μάρκετινγκ.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Περιγράψει την δομή και τα χαρακτηριστικά της προσφοράς και ζήτησης στην υγεία και την σχέση τους με την φιλοσοφία του μάρκετινγκ.</li> </ul> <p><b>2. ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ:</b> • Περιγράψει τον ρόλο, την λειτουργία, τους στόχους και τις στρατηγικές σχετικά με την τιμολόγηση προϊόντων υγείας.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Περιγράψει τον ρόλο, την λειτουργία, τους στόχους και τις στρατηγικές σχετικά με το μίγμα επικοινωνίας και προώθησης στην υγεία.</li> </ul>			
<b>Δεξιότητες</b>			
<p><b>3. ΕΦΑΡΜΟΓΗ:</b> • Αναλύσει τους τρόπους με τους οποίους εντοπίζονται οι ανάγκες και οι επιθυμίες των καταναλωτών υπηρεσιών υγείας και πρόνοιας.</p> <p><b>4. ΑΝΑΛΥΣΗ:</b> • Αναλύσει την έννοια και την χρησιμότητα του μίγματος μάρκετινγκ τόσο για μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς όσο και για ιατρικές μονάδες και οργανισμούς, και να διακρίνει τα χαρακτηριστικά των στοιχείων που το απαρτίζουν.</p> <p><b>5. ΣΥΝΘΕΣΗ:</b> Θα δημιουργεί και θα οργανώνει όλα τα επιμέρους δεδομένα που είναι αναγκαία στην σύνταξη και στην εφαρμογή του επιχειρηματικού σχεδίου</p>			
<b>Ικανότητες</b>			
<p><b>6. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ:</b> Θα είναι σε θέση να αξιολογήσει και να υποστηρίξει με επιτυχία μια επιχειρηματική δραστηριότητα. Παράλληλα θα είναι ικανός να ορίσει ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα μάρκετινγκ για λογαριασμό μιας επιχείρησης.</p>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>✓ Λήψη αποφάσεων</li> <li>✓ Αυτόνομη εργασία</li> <li>✓ Ομαδική εργασία</li> <li>✓ Εργασία σε διεθνές περιβάλλον</li> <li>✓ Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον</li> <li>✓ Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών</li> <li>✓ Σχεδιασμός και διαχείριση έργων</li> </ul>			

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. Marketing Υπηρεσιών και οι οργανισμοί Υγείας
2. Συμπεριφορά του καταναλωτή υπηρεσιών υγείας
3. Στρατηγικές Ανάπτυξης Πωλήσεων & ο Ρόλος της Συναισθηματικής Νοημοσύνης στις Πωλήσεις.
4. Social Media στον Κλάδο Υγείας: Επιχειρηματικά μοντέλα e-Health.
5. Τιμολόγηση Υπηρεσιών & Φαρμάκων.
6. Κατάστρωση σχεδίων μάρκετινγκ. Τμηματοποίηση της αγοράς υγείας, στόχευση και τοποθέτηση.
7. Ανάλυση του ανταγωνισμού. Μίγμα μάρκετινγκ και τα 4 “Π”.
8. Μίγμα επικοινωνίας στην υγεία: μοντέλα επικοινωνίας,
9. Στόχοι και τεχνικές προώθησης των πωλήσεων,
10. Σχεδιασμός εσωτερικής και εξωτερικής προώθησης των πωλήσεων, λειτουργία του merchandising,
11. Στόχοι και στρατηγική της διαφήμισης, ανάπτυξη διαφημιστικής καμπάνιας,
12. Στόχος και τεχνικές δημόσιων σχέσεων,
13. Οργάνωση και στόχοι προσωπικών πωλήσεων.

**ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

**Προτεινόμενη βιβλιογραφία**

- Παντουβάκης, Α., Σιώμκος, Γ. & Χρήστου, Ε. (2015). Μάρκετινγκ. Αθήνα: Εκδόσεις Λιβάνη.
- Perreault, W., Cannon, J. 7 McCarthy, E. Βασικές Αρχές Μάρκετινγκ: Μια Στρατηγική Προσέγγιση, Εκδόσεις Brocken Hill, 2012.
- Νίκος Καζάζης, Φαρμακευτικό Μάρκετινγκ: Θεωρία, Πρακτική & Δεοντολογία, Εκδόσεις Σταμούλης, 2011.
- Richard Hanna, Andrew Rohm, Victoria L. Crittenden , “We’re all connected: The power of the social media ecosystem”, Business Horizons, Vol. 54 (3), May-June. 2011
- Donna L. Hoffman & Marek Fodor , “Can You Measure the ROI of Your Social Media Marketing?”, Sloan Management Review, MIT, Fall. 2010

**Συναφή επιστημονικά περιοδικά:**

Health Marketing Quarterly



<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230609 2306610 2306626	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	6 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>ΘΕΜΑΤΑ ΔΙΑΦΘΟΡΑΣ ΚΑΙ ΔΙΑΦΑΝΕΙΑΣ ΣΤΗ ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>		<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>
	Διαλέξεις	3	
	Ασκήσεις Πράξης	0	
	Εργαστηριακές Ασκήσεις	0	
	<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	3	5
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΕΙΔΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΗ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="https://exams-sod.the.ihu.gr/course/view.php?id=299">https://exams-sod.the.ihu.gr/course/view.php?id=299</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Το μάθημα διερευνά τη Δημόσια Επιχείρηση από διοικητική, οργανωτική και εμπειρική πλευρά. Το μάθημα εστιάζει σε θέματα παραγωγής στη Δημόσια Επιχείρηση και στην ανάλυση των προβλημάτων που σχετίζονται με το ρόλο του κράτους σαν ιδιοκτήτη, παραγωγό και ταυτόχρονα επιφορτισμένου με τη διοίκηση ή/και την εποπτεία τους. Στόχος του μαθήματος είναι η εμβάθυνση στα λειτουργικά χαρακτηριστικά της Δημόσιας Επιχείρησης και η περιγραφή της από διοικητική και οργανωσιακή άποψη.</p> <p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p>			
<b>Γνώσεις</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li><b>Γνώση:</b> να περιγράφει όλες τις διαδικασίες στη δημόσια διοίκηση</li> <li><b>Κατανόηση:</b> να εντοπίζει σημεία που ενδέχεται να παρατηρείται διαφθορά</li> </ol>			
<b>Δεξιότητες</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li><b>Εφαρμογή:</b> να αναπτύσσει διαδικασίες πρόληψης και καταπολέμησης της διαφθοράς</li> <li><b>Ανάλυση:</b> να αναλύει προβλήματα που σχετίζονται με τη δημόσια διοίκηση και τις επιπτώσεις της διαφθοράς στην ευρωστία ενός κράτους</li> <li><b>Σύνθεση:</b> να αναπτύσσει ευέλικτα σχέδια δράσης και καινοτόμες μεθόδους δημόσιας διοίκησης καταπολεμώντας τη διαφθορά.</li> </ol>			
<b>Ικανότητες</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li><b>Αξιολόγηση:</b> να μπορεί να ανταπεξέλθει από τη θέση διοικητή δημόσιας επιχείρησης στις προκλήσεις που συνδέονται με το σύγχρονο δημόσιο κράτος</li> </ol>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές/τριες αναπτύσσουν γνώσεις που θα τους βοηθήσουν στην</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, για τις αγορές και τις συνθήκες που επικρατούν με τη χρήση της κατάλληλης μεθοδολογίας και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>✓ Λήψη αποφάσεων</li> <li>✓ Εργασία σε διεθνές περιβάλλον</li> <li>✓ Σχεδιασμό και διαχείριση έργων</li> <li>✓ Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής</li> <li>✓ Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον</li> <li>✓ Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα</li> <li>✓ Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον</li> <li>✓ Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου</li> <li>✓ Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης</li> </ul>			
<b>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>			
1. Διοικητική οργάνωση του κράτους.			

2. Η Δημόσια Δδδιοίκηση στην Ευρωπαϊκή Ένωση
3. Παράγοντες δημιουργίας διαφθοράς στη δημόσια διοίκηση
4. Δείκτες μέτρησης διαφθοράς.
5. Ο ρόλος του διοικητικού ελέγχου στην καταπολέμηση της διαφθοράς.
6. . Τυπολογίες των πλαισίων για την καταπολέμηση της διαφθοράς
7. Αρετή και Ηθική στη δημόσια διοίκηση.
8. Η διαφθορά σε διαφορετικούς τομείς
9. Η διαφθορά σε διαφορετικούς τομείς
10. Μελέτες περίπτωσης από όλο τον κόσμο.
11. Ηλεκτρονική διακυβέρνηση στην καταπολέμηση της διαφθοράς.
12. Οικοδόμηση ηθικών και δεοντολογικών οργανισμών.

#### **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

##### ***Προτεινόμενη βιβλιογραφία***

- ✓ Διαφθορά ηθική και ακεραιότητα στη Δημόσια Διοίκηση, Adam Graycar, BROKENHILLPUBLISHERSLTD, 2023
- ✓ Δημόσια Διοίκηση και Διαφθορά, Δ. Ράικος, Εκδόσεις Σάκκουλας, 2006
- ✓ OECD (2018), Εγχειρίδιο Εσωτερικού Ελέγχου για την Ελληνική Δημόσια Διοίκηση, OECD Publishing, Paris.
- ✓ James, O., Jilke, S. R. Van Ryzin, G. G. (2017). Experiments in Public Management Research: Challenges and Contributions. Cambridge University Press
- ✓ Λαδής Σ., Νταλάκου, Β. (2014). Ανάλυση Δημόσιας Πολιτικής, Εκδόσεις Παπαζήσης, Αθήνα.

##### ***Συναφή επιστημονικά περιοδικά:***

International Review of Administrative Sciences  
Financial Accountability and Management

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230611	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	6 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ.</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	3	5	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΕΙΔΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΗ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>			
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <p><b>1. Γνώση:</b> να αναγνωρίζουν και να περιγράφουν τις βασικές θεωρίες λειτουργίας μίας επιχείρησης. Να προσδιορίζουν βασικές οικονομικές έννοιες.</p> <p><b>2. Κατανόηση:</b> να κατανοούν το οικονομικό σύστημα εντός του οποίου λειτουργεί η επιχείρηση. Να κατανοήσουν, διακρίνουν και προσδιορίσουν τις αποφάσεις που καλούνται να λάβουν τα στελέχη της σε θέματα της οικονομικής και χρηματοοικονομικής διαχείρισης.</p> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <p><b>3. Εφαρμογή:</b> να σχεδιάζουν και να υλοποιούν αποφάσεις σε θέματα διαχείρισης ανθρωπίνων πόρων, μάρκετινγκ και επιχειρηματικότητας.</p> <p><b>4. Ανάλυση:</b> να εμπεδώσουν και να αναλύσουν τις τεχνικές και στρατηγικές που εφαρμόζονται για την επιτυχή πορεία της επιχείρησης.</p> <p><b>5. Σύνθεση:</b> να διαμορφώνουν και να υλοποιούν τεχνικές πρόβλεψης όπως εφαρμόζονται στο επιχειρησιακό περιβάλλον. Να ερμηνεύουν οικονομικά αποτελέσματα.</p> <p><b>Ικανότητες</b></p> <p><b>6. Αξιολόγηση:</b> Να ερμηνεύουν και να αξιολογούν οικονομικά αποτελέσματα.</p>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές/ τριες αναπτύσσουν γνώσεις που θα τους βοηθήσουν στην</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, για τις αγορές και τις συνθήκες που επικρατούν με τη χρήση της κατάλληλης μεθοδολογίας και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Λήψη αποφάσεων</li> <li>✓ Εργασία σε διεθνές περιβάλλον</li> <li>✓ Σχεδιασμό και διαχείριση έργων</li> <li>✓ Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής</li> <li>✓ Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον</li> <li>✓ Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής</li> </ul>			
<b>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Εισαγωγή στην Οικονομική των επιχειρήσεων</li> <li>2. Επιχειρηματική στόχοι</li> <li>3. Επιχειρηματική συμπεριφορά</li> <li>4. Θεωρία Συμπεριφοράς καταναλωτή</li> <li>5. Συνάρτηση παραγωγής της επιχείρησης</li> <li>6. Κόστος της επιχείρησης</li> <li>7. Μορφές αγοράς και επιχειρηματικές αποφάσεις.</li> <li>8. Στρατηγική της επιχείρησης με βάση το εσωτερικό περιβάλλον</li> <li>9. Στρατηγική της επιχείρησης με βάση το εξωτερικό περιβάλλον</li> <li>10. Πολυεθνικές επιχειρήσεις</li> </ol>			

11. Επιχειρηματικά Οικονομικά Μοντέλα
12. Ανάπτυξη των επιχειρήσεων

#### **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

##### ***Προτεινόμενη βιβλιογραφία***

1. Mankiw N. Gregory, Taylor P. Mark, Andrew Ashwin (2017) Οικονομική των Επιχειρήσεων, Τζιόλας.
2. Τσακλαγκάνος Α. (2015) Εισαγωγή στην οικονομική των επιχειρήσεων, Αφοι Κυριακίδη.
3. Παπαδόγγονας Θ. (2017) Εισαγωγή στην Οικονομική των Επιχειρήσεων, Τσότρας

##### ***Συναφή επιστημονικά περιοδικά:***

- Journal of Business Research
- Strategic Management Journal
- Harvard Business Review
- Entrepreneurship Theory and Practice
- Information & Management

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230612	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	6 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>ΛΗΨΗ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΕΙΔΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΗ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>			
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Σε αυτό το μάθημα οι φοιτητές θα έχουν κατανοήσει τη διαδικασία λήψης αποφάσεων και την εφαρμογή της σε περίπλοκα επιχειρηματικά προβλήματα. Επίσης, θα γνωρίζει τα μοντέλα λήψης αποφάσεων και τον τρόπο εφαρμογής τους σε διάφορους τομείς της διοίκησης, αξιοποιώντας τα κατάλληλα υπολογιστικά εργαλεία. Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p>			
<b>Γνώσεις</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Γνώση:</b> να αναγνωρίζει την ανάγκη και τον τρόπο προσδιορισμού λήψης αποφάσεων στο πεδίο της Διοίκησης Οργανισμών.</li> <li><b>2. Κατανόηση:</b> μέσα από τις περιπτωσιακές μελέτες να εφαρμόσουν μεθόδους σχεδίασης διαδικασιών και να είναι σε θέση να συνδέουν τις στρατηγικές διοίκησης διαδικασιών με την στρατηγική του οργανισμού.</li> </ol>			
<b>Δεξιότητες</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li><b>3. Εφαρμογή:</b> να εφαρμόζουν τις διάφορες τεχνικές λήψης αποφάσεων στο επιχειρησιακό περιβάλλον με έμφαση στη λήψη αποφάσεων κάτω από αβεβαιότητα. Να εφαρμόζουν πρακτικές Διοίκησης Ολικής Ποιότητας στο επιχειρησιακό περιβάλλον. Να εφαρμόζουν πρακτικές Διοίκησης Προσωπικού με έμφαση στην γραμμή γνώσης και πως αυτή επηρεάζει τη λήψη απόφασης. Να εφαρμόζουν τεχνικές διοίκησης επιχειρησιακών δυνατοτήτων για απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.</li> <li><b>4. Ανάλυση:</b> να προσδιορίζουν και να αναλύουν τις διάφορες τεχνικές σχεδίασης των διαφορών.</li> <li><b>5. Σύνθεση:</b> να διαμορφώνουν και να υλοποιούν τεχνικές προβλέψεις όπως εφαρμόζονται στο επιχειρησιακό περιβάλλον.</li> </ol>			
<b>Ικανότητες</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li><b>6. Αξιολόγηση:</b> να ορίσει ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα στρατηγικής διοίκησης διαδικασιών σε πραγματικό επιχειρησιακό περιβάλλον, να αξιολογεί και να επικαιροποιεί τον στρατηγικό σχεδιασμό.</li> </ol>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές/ τριες αναπτύσσουν γνώσεις που θα τους βοηθήσουν στην</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, για τις αγορές και τις συνθήκες που επικρατούν με τη χρήση της κατάλληλης μεθοδολογίας και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>✓ Λήψη αποφάσεων</li> <li>✓ Εργασία σε διεθνές περιβάλλον</li> <li>✓ Σχεδιασμό και διαχείριση έργων</li> <li>✓ Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής</li> <li>✓ Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον</li> <li>✓ Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα</li> <li>✓ Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον</li> <li>✓ Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης</li> </ul>			
<b>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Θεωρία αποφάσεων.</li> <li>2. Επισκόπηση των μοντέλων λήψης απόφασης.</li> </ol>			

3. Γραμμικός προγραμματισμός.
4. Ανάλυση χρονολογικών σειρών και προβλέψεις.
5. Λήψη αποφάσεων με πολλαπλά κριτήρια.
6. Ακέραιος προγραμματισμός και εφαρμογές.
7. Δυναμικός προγραμματισμός.
8. Επίλυση προβλημάτων με χρήση ποσοτικών μεθόδων ανάλυσης.
9. Επίλυση προβλημάτων με χρήση λογισμικού (excel solver ή αντίστοιχο).
10. Προγραμματισμός δράσης των επιχειρήσεων.
11. Λήψη αποφάσεων στα πλαίσια των επιχειρήσεων.
12. Σχεδίαση Υποδομών και εργασίας. Συστήματα just in time.
13. Διοίκηση και διαγραμματισμός έργου. (CPM, PERT). Ανάλυση κόστους και χρόνου.

#### **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

##### **Προτεινόμενη βιβλιογραφία**

- *Επιχειρηματική Αναλυτική με Υποδείγματα και Μεθόδους Διοικητικής Επιστήμης. Asllani Arben, Broken Hill Publishers LTD*
- *Εισαγωγή στην επιχειρησιακή έρευνα, Φράγκος Χρήστος Κ., Εκδόσεις: Σταμούλης Α.Ε*

##### **Συναφή επιστημονικά περιοδικά:**

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230613	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	6 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΟΡΓΑΝΩΣΗ</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΕΙΔΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΗ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>			
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>Γνώση:</b> γνωρίζει έννοιες που αφορούν την παραγωγική ικανότητα μιας παραγωγικής διαδικασίας όπως είναι σχεδιασμένη. Αναμενόμενη και πραγματική παραγωγική ικανότητα καθώς και της έννοιας της χρησιμότητας.</li> <li><b>Κατανόηση:</b> να κατανοούν το οικονομικό σύστημα εντός του οποίου λειτουργεί η επιχείρηση. Να κατανοήσουν, διακρίνουν και προσδιορίσουν τις αποφάσεις που καλούνται να λάβουν τα στελέχη της σε θέματα της οικονομικής και βιομηχανικής οργάνωσης.</li> </ol> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>Εφαρμογή:</b> να σχεδιάζουν και να υλοποιούν αποφάσεις σε θέματα διαχείρισης ανθρωπίνων πόρων, μάρκετινγκ και επιχειρηματικότητας.</li> <li><b>Ανάλυση:</b> να αναλύει και επιλύει προβλήματα απόφασης που αφορούν παραγωγικές διαδικασίες. Να αναλύσει βασικές μεθόδους πρόγνωσης της ζήτησης και ανάλυσης νεκρού σημείου για μια παραγωγική διαδικασία.</li> <li><b>Σύνθεση:</b> να γνωρίζει και αναλύει την διαχρονική αξία του χρήματος ενώ παράλληλα να μπορεί να συνδυάσει σε κοινή χρονική βάση την αξία χρηματικών ροών που συμβαίνουν σε διαφορετικές χρονικές στιγμές. Να αναθέτει εργασίες μιας παραγωγικής διαδικασίας σε σταθμούς εργασίας με ευρετικό και αναλυτικό τρόπο λαμβάνοντας υπόψη κανόνες, αρχές και περιορισμούς της παραγωγής.</li> </ol> <p><b>Ικανότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>Αξιολόγηση:</b> Να αξιολογεί το βέλτιστο σημείο τοποθέτησης μιας παραγωγικής διαδικασίας με την χρήση διαφόρων ευρετικών μεθόδων.</li> </ol>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές/τριες αναπτύσσουν γνώσεις που θα τους βοηθήσουν στην</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, για τις αγορές και τις συνθήκες που επικρατούν με τη χρήση της κατάλληλης μεθοδολογίας και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Λήψη αποφάσεων</li> <li>✓ Εργασία σε διεθνές περιβάλλον</li> <li>✓ Σχεδιασμό και διαχείριση έργων</li> <li>✓ Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον</li> </ul>			

#### ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. Μονοπώλιο, με έμφαση στη μη γραμμική τιμολόγηση.
2. Αγορές διαρκών καταναλωτικών αγαθών, συμπεριφορά υπό αβεβαιότητα.
3. Χρήση εμπειρικών αναλύσεων ζήτησης για αποφάσεις τιμολόγησης και εισόδου.
4. Ολιγοπώλιο, με έμφαση στη σχέση μεταξύ των υποδειγμάτων ανταγωνισμού τιμών και ποσοτήτων.
5. Επενδύσεις και περιορισμοί παραγωγικού δυναμικού.
6. Κίνητρα διοίκησης και στρατηγικής αντιπροσώπευσης.
7. Είσοδος σε νέες αγορές και στρατηγικές επιθετικής ή διακριτικής τιμολόγησης.
8. Στρατηγικές επιθετικής ή διακριτικής τιμολόγησης: εφαρμογή στο πεδίο των Τουριστικών Επιχειρήσεων.
9. Διαφήμιση: κόστος αναζήτησης και εναλλαγής.

10. Επιδράσεις δικτύου. Καινοτομία, έρευνα και ανάπτυξη.
11. Δυναμική των κλάδων.
12. Θεωρία δημοπρασιών και εφαρμογές: ανοικτού και κλειστού τύπου.
13. Κοινές και ανεξάρτητες αξίες. Η κατάρα του νικητή.

#### **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

##### ***Προτεινόμενη βιβλιογραφία***

1. Βιομηχανική Οργάνωση. Έκδοση: Lipczynski J. 1η έκδ./2011. ISBN: 9789604891481. BROKEN HILL PUBLISHERS LTD
2. Σύγχρονη Βιομηχανικής Οργάνωση. Carlton Dennis, Perloff Jeffrey. 1/2017. ISBN: 9789963274437. BROKEN HILL PUBLISHERS LTD

##### ***Συναφή επιστημονικά περιοδικά:***



<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230615	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	6 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΤΑ Ε.Λ.Π.</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3		
Ασκήσεις Πράξης	1		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	4	5	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΕΙΔΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΗ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210611_Per_Logistikh-ELP.pdf">http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210611_Per_Logistikh-ELP.pdf</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <p><b>1. ΓΝΩΣΗ:</b> να μπορεί ο φοιτητής να περιγράψει μια ορθολογική λογιστική οργάνωση, μέσα από ένα πλαίσιο κοινών κανόνων ή λογιστικών προτύπων.</p> <p><b>2. ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ:</b> να είναι σε θέση ο φοιτητής να αναδιαμορφώσει τον τρόπο και τους κανόνες λειτουργίας των λογαριασμών που συμβάλλουν σε ένα ολοκληρωμένο σύστημα παροχής οικονομικών πληροφοριών.</p> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <p><b>3. ΕΦΑΡΜΟΓΗ:</b> να εξετάζει και να ανακαλύπτει τις απαραίτητες μεθόδους για τη λήψη των αποφάσεων από τη Διοίκηση, ή την ενημέρωση τρίτων..</p> <p><b>4. ΑΝΑΛΥΣΗ:</b> Οι φοιτητές θα μπορούν να συνδυάζουν λογιστικά τις συναλλαγές κατά ομοίμορφο τρόπο, χρησιμοποιώντας τους κωδικούς του Σχεδίου Λογαριασμών Ε.Λ.Π., σε ολόκληρο το φάσμα της λογιστικής διαδικασίας.</p> <p><b>5. ΣΥΝΘΕΣΗ:</b> οι φοιτητές θα μπορούν να οργανώσουν και να συνθέσουν την οικονομική κατάσταση μιας επιχείρησης.</p> <p><b>Ικανότητες</b></p> <p><b>6. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ:</b> οι φοιτητές θα είναι σε θέση και να συγκρίνουν και να αξιολογήσουν μελέτες περιπτώσεων επιχειρήσεων.</p>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<p>Ο φοιτητής θα μπορεί</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>✓ Λήψη αποφάσεων</li> <li>✓ Αυτόνομη εργασία</li> <li>✓ Ομαδική εργασία</li> <li>✓ Εργασία σε διεθνές περιβάλλον</li> <li>✓ Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον</li> <li>✓ Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών</li> </ul>			
<b>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Η λογιστική προσέγγιση της επιχείρησης</li> <li>2. Η έννοια των Χρηματοοικονομικών καταστάσεων σύμφωνα με τα ΕΛΠ: ισολογισμός</li> <li>3. Η έννοια των Χρηματοοικονομικών καταστάσεων σύμφωνα με τα ΕΛΠ: Αποτελέσματα Χρήσης</li> <li>4. Η έννοια των Χρηματοοικονομικών καταστάσεων σύμφωνα με τα ΕΛΠ: Κατάσταση Μεταβολών Καθαρής Θέση</li> <li>5. Η έννοια των Χρηματοοικονομικών καταστάσεων σύμφωνα με τα ΕΛΠ: Κατάσταση Ταμειακών ροών</li> <li>6. Η αναγνώριση και η καταχώρηση των Λογιστικών γεγονότων σε λογαριασμούς</li> <li>7. Ειδικά θέματα και λογιστικές διαδικασίες με τις απαραίτητες προσαρμογές από τα ΕΛΠ</li> <li>8. Η ολοκλήρωση του λογιστικού κυκλώματος</li> </ol>			

9. Η διαδικασία κλεισίματος, έκδοσης αποτελέσματος
10. Σύνταξη των χρηματοοικονομικών καταστάσεων
11. Συγκριτική λογιστική επιχειρήσεων
12. Λογιστική και νομοθεσία

#### **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

##### ***Προτεινόμενη βιβλιογραφία***

- Στεφάνου Κωνσταντίνος, Χρηματοοικονομική λογιστική με βάση τα ελληνικά και διεθνή λογιστικά πρότυπα, 2η έκδοση, 2019, University Studio Press,
- Belverd E. Needles, Marian Powers, Susan V. Crosson, “Principles of Accounting”, 2014 Cengage Learning

##### ***Συναφή επιστημονικά περιοδικά:***

- The International Journal of Accounting
- European Accounting Review

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230616	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	6 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΩΝ ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ ΚΑΙ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΩΝ</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	2		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	1		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΕΙΔΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΑ - ΑΓΓΛΙΚΑ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΝΑΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>			
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>ΓΝΩΣΗ:</b> ο φοιτητής μπορεί να αναγνωρίζει το ρόλο και τη σημασία των γραφείων ταξιδίων ανάλογα με τη διάκρισή τους και τις διάφορες κατηγορίες τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών που προσφέρονται ώστε να οργανωθεί και να εκτελεστεί ομαλά ένα ταξίδι μεμονωμένων ή οργανωμένων ομάδων ταξιδιωτών.</li> <li><b>ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ:</b> θα είναι σε θέση να διακρίνει του τύπους και τα χαρακτηριστικά των διαφορετικών ταξιδιωτών ώστε να μπορέσει να επιλέξει και να οργανώσει τις υπηρεσίες που χρειάζεται ο κάθε διαφορετικός τύπος πελάτη-ταξιδιώτη</li> </ol> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>ΕΦΑΡΜΟΓΗ:</b> θα είναι σε θέση να υπολογίσουν και να παράγουν ατομικά ή ομαδικά πακέτα εκδρομών με διάφορα μεταφορικά μέσα και καταλύματα.</li> <li><b>ΑΝΑΛΥΣΗ:</b> να σχεδιάζει την οργάνωση και λειτουργία των τμημάτων ενός γραφείου ταξιδίων.</li> <li><b>ΣΥΝΘΕΣΗ:</b> να δημιουργεί και να προτείνει τις υπηρεσίες που προσφέρει το τουριστικό γραφείο και να είναι σε θέση να ερμηνεύσει και χρησιμοποιήσει την ορολογία των γραφείων ταξιδίων.</li> </ol> <p><b>Ικανότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ:</b> να ορίζει τους προμηθευτές του τουριστικού γραφείου, να υποστηρίζει ατομικά ή ομαδικά πακέτα εκδρομών, να υποστηρίζει ολοκληρωμένα πακέτα ταξιδίων ανάλογα με τις απαιτήσεις του πελάτη, να συγκρίνει τους τρόπους κράτησης μέσα από τα σύγχρονα κανάλια κρατήσεων καταλυμάτων, να συγκρίνει πακέτα μέσα από τους τιμοκαταλόγους των touroperators</li> </ol>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<p>Ο φοιτητής θα μπορεί</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>✓ Λήψη αποφάσεων</li> <li>✓ Αυτόνομη εργασία</li> <li>✓ Ομαδική εργασία</li> <li>✓ Εργασία σε διεθνές περιβάλλον</li> <li>✓ Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον</li> <li>✓ Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών</li> </ul>			

#### ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Στο μάθημα Διοίκηση ταξιδιωτικών οργανισμών και πρακτορείων διδάσκεται η λειτουργία του τουριστικού γραφείου μέσα από τις παρακάτω ενότητες:

1. Βασικές έννοιες –ορολογία- Abbreviations - διακρίσεις τουριστικών γραφείων
2. Υπηρεσίες του τουριστικού γραφείου
3. Οργανωτική δομή –Οργανόγραμμα

4. Τμήμα κρατήσεων – έκδοσης εισιτηρίων
5. Τμήμα Οργανωμένων Ταξιδιών – μεμονωμένων και ομαδικών – Corporate
6. Τμήμα εισερχόμενου τουρισμού
7. Ξενοδοχειακές κρατήσεις – Τύποι συμβολαίων – είδη συνεργασίας
8. Είδη Vouchers
9. Tour Leader – καθήκοντα
10. Τουριστικά πακέτα – διακρίσεις – συστατικά τουριστικού πακέτου, Διακρίσεις τουριστικών πακέτων
11. FIT – GIT – Hosted Tours – Pre-packaged
12. Βασικά στάδια δημιουργίας τουριστικών πακέτων
13. Οικονομικά στοιχεία κοστολόγησης εκδρομής, Κοστολόγηση εκδρομής – Netprice – Grossprice - Τελική τιμή πώλησης

#### **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

##### **Προτεινόμενη βιβλιογραφία**

Παπαγεωργίου, Α. (2021), «Μάνατζμεντ σύγχρονων τουριστικών γραφείων», BrokenHill, Λευκωσία

Παπαγεωργίου, Α. (2007), «Οργάνωση και λειτουργία τουριστικών γραφείων», Interbooks, Αθήνα

Παπαγεωργίου, Α. (2004), «Αρχές Λειτουργίας Τουριστικών Γραφείων», Interbooks, Αθήνα

Σωτηριάδης, Μ. (2006). Ταξιδιωτικά Πρακτορεία: incoming&outgoing, Προπομπός, Αθήνα

Χυτήρης, Λ. (1995), « Τουριστικά Γραφεία», Interbooks, Αθήνα

##### **Συναφή επιστημονικά περιοδικά:**

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230617	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	6 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΕΙΔΙΚΟΥ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΕΙΔΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	Ελληνικά-Αγγλικά-Γαλλικά		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΝΑΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210619_Per_Tourismos-eidikou-entdiaferontos.pdf">http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210619_Per_Tourismos-eidikou-entdiaferontos.pdf</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Το μάθημα Τουρισμός Ειδικού Ενδιαφέροντος αποσκοπεί στο να δώσει μία εικόνα στους φοιτητές για τις πιο εξειδικευμένες μορφές τουρισμού που αποσκοπούν να καλύψουν ιδιαίτερα ενδιαφέροντα του αγοραστικού κοινού. Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>Γνώση:</b> Ο φοιτητής θα αποκτήσει τις απαραίτητες γνώσεις για να μπορεί να αναγνωρίσει και να προσδιορίσει τις διάφορες τάσεις του αγοραστικού κοινού και την τυπολογία των πελατών, αλλά και του τουριστικού προϊόντος ειδικού ενδιαφέροντος.</li> <li><b>Κατανόηση:</b> Κατανοώντας τις τάσεις, θα είναι σε θέση να διακρίνει τις ενδεδειγμένες μορφές τουρισμού ανάλογα με το περιβάλλον και το αγοραστικό κοινό. Επίσης θα αναπτύξει την ικανότητά του να εξαγάγει συμπεράσματα και να γενικεύσει εξειδικευμένες πληροφορίες.</li> </ol> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>Εφαρμογή:</b> Θα είναι σε θέση να εφαρμόσει την αποκτηθείσα γνώση σε μελέτες περιπτώσεων και να ανακαλύψει νέες προσεγγίσεις και νέα τουριστικά προϊόντα, να ταξινομήσει την τυπολογία του προϊόντος και να εξετάσει την παραγωγή νέων προϊόντων.</li> <li><b>Ανάλυση:</b> Παράλληλα θα είναι σε θέση ο φοιτητής με την ολοκλήρωση του κύκλου του μαθήματος να συνδυάσει και να αναλύσει μελέτες περιπτώσεων, και ανάπτυξης νέων τουριστικών οδών.</li> <li><b>Σύνθεση:</b> Σημαντική είναι η ανάπτυξη της ικανότητας της σύνθεσης ώστε ο φοιτητής να είναι σε θέση να δημιουργήσει και να προτείνει δικές του προτάσεις. Παράλληλα θα έχει την δεξιότητα να μπορεί να αναθεωρήσει, να ανακατασκευάσει και να αναδιοργανώσει υφιστάμενες μέσα στο πλαίσιο της καινοτομίας και αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης.</li> </ol> <p><b>Ικανότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>Αξιολόγηση:</b> Με την ολοκλήρωση του κύκλου μαθημάτων ο φοιτητής θα είναι σε θέση να αξιολογήσει και να συγκρίνει προτάσεις ανάπτυξης ειδικών μορφών τουρισμού, να κρίνει την βιωσιμότητά τους, να ορίσει και να κρίνει τα κριτήρια εφαρμογής και να υποστηρίξει την εφαρμογή τους κατά μελέτη περίπτωσης.</li> </ol>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>✓ Αυτόνομη εργασία</li> <li>✓ Ομαδική εργασία</li> <li>✓ Εργασία σε διεθνές περιβάλλον</li> <li>✓ Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον</li> <li>✓ Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα</li> <li>✓ Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον</li> <li>✓ Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης</li> </ul>			
<b>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>			
1. εισαγωγή στον τουρισμό			

2. θρησκευτικός τουρισμός
3. φωτογραφικός τουρισμός
4. αθλητικός τουρισμός
5. ορνιθολογικός τουρισμός
6. σκοτεινός τουρισμός
7. φωτογραφικός τουρισμός
8. τουρισμός εντόμων
9. γαιοτουρισμός
10. ζυθοτουρισμός
11. αθλητικός τουρισμός
12. αστροτουρισμός
13. καγιάκ-ραφτινγκ τουρισμός εσωτερικών υδάτων

#### **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

##### **Προτεινόμενη βιβλιογραφία**

- Special Interest Tourism: Concepts, Contexts and Cases (2018), S. Agarwal, G. Busby, R. Huang, ISBN-13 : 978-1780645667, pp 236.
- ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΕΙΔΙΚΟΥ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ (2021). Agarwal Sheela, Busby Graham, Huang Rong, ISBN: 9789925588206 , BROKEN HILL PUBLISHERS LTD.
- ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ-ΑΡΧΕΣ ΚΑΙ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ (2019), Fletcher John, Fyall Alan, Gilbert David, Wanhill Stephen, ISBN: 9789925575558, BROKEN HILL PUBLISHERS LTD

##### **Συναφή επιστημονικά περιοδικά:**

- *Tourism Recreation Research*
- *Annals of tourism research*
- *Journal of sustainable tourism*
- *Tourism alternatives*
- *International Journal of Tourism Management*
- *Tourism Planning & Development*
- *Tourism recreation research*
- *World Leisure & Recreation*

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230618	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	6 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΕΡΔΟΥΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΦΙΛΟΞΕΝΙΑΣ</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	3	5	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΕΙΔΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	Ελληνικά		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>			
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <p><b>1. ΓΝΩΣΗ:</b> να δώσει στους φοιτητές το έναυσμα να αναγνωρίσουν τη χρησιμότητα και τη δομή ενός επιχειρηματικού σχεδίου και στη συνέχεια να είναι σε θέση να προσδιορίσουν τον κατάλληλο επιχειρησιακό σχεδιασμό για μια τουριστική επιχείρηση. Η προσπάθεια της ομάδας των διδασκόντων, πέραν της απόκτησης συγκεκριμένων ικανοτήτων εκπόνησης οικονομοτεχνικών μελετών, είναι να ενστερνιστούν οι φοιτητές το πνεύμα της υγειούς και καλά σχεδιασμένης δημιουργικής επιχειρηματικότητας στο χώρο του τουρισμού.</p> <p><b>2. ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ:</b> το μάθημα θέλει να εξηγήσει το γνωστικό κενό που αφορά στην εκπόνηση μελετών προγραμματισμού, ελέγχου και λήψης απόφασης σε επιχειρήσεις που ανήκουν στο τουριστικό κύκλωμα επιχειρήσεων (άμεσα ή έμμεσα συνδεδεμένων).</p> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <p><b>3. ΕΦΑΡΜΟΓΗ:</b> Η δομή του μαθήματος αποσκοπεί στο να ανακαλύψει ο φοιτητής την αναγκαιότητα εκπόνησης μελετών μακροπρόθεσμου σχεδιασμού. Δίνεται το λογικό πλαίσιο και στη συνέχεια εξετάζονται θέματα προεπενδυτικών μελετών, δημιουργίας μιας σαφούς και στοχευμένης στρατηγικής</p> <p><b>4. ΑΝΑΛΥΣΗ:</b> ο φοιτητής θα είναι σε θέση να αναπτύξει επιμέρους θέματα επιχειρησιακού σχεδιασμού με πρώτο αυτό της χρηματοοικονομικής αποτύπωσης της επιχείρησης. Χρησιμοποιούνται και εκπονούνται ασκήσεις με πληθώρα δεικτών, αποσκοπώντας στην πληρέστερη δυνατή απεικόνιση της επιχείρησης. Επίσης υπολογίζεται το νεκρό σημείο. Είναι απαραίτητο να αναφερθεί ότι οι ασκήσεις γίνονται χρησιμοποιώντας δημοσιευμένους ισολογισμούς και αποτελέσματα χρήσης των επιχειρήσεων.</p> <p><b>5. ΣΥΝΘΕΣΗ:</b> Στη συνέχεια, οι φοιτητές συνθέτουν και εξηγούν δείκτες που αναφέρονται στην τήρηση της φέρουσας ικανότητας. Οι δείκτες αφορούν τόσο στα περιβαλλοντικά όρια της φέρουσας ικανότητας, όσο και στα οικονομικά και κοινωνικά. Στα πλαίσια της ομάδας των συναντήσεων γίνεται λόγος και για την πιστοποίηση των καταλυμάτων και αναφέρονται - αναλύονται το σύνολο των υφισταμένων κριτηρίων και φορέων πιστοποίησης.</p> <p><b>Ικανότητες</b></p> <p><b>6. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ:</b> Με το πέρας αυτών των μαθημάτων, οι φοιτητές υπολογίζουν τους παράγοντες α) του κόστους εργασίας, β) εγκαταστάσεων γ) προμήθειας πρώτων υλών κλπ Τέλος, για την ολοκλήρωση της εκπόνησης του επιχειρησιακού σχεδίου, αναπτύσσεται ένα marketingplan σε συγκεκριμένη ομάδα στόχο. Για την εύρεση της ομάδας στόχου, αλλά και για την τιμή πώληση των υπηρεσιών γίνονται αναλύσεις ελαστικότητας.</p>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές/ τριες αναπτύσσουν γνώσεις που θα τους βοηθήσουν να:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Αναζητήσουν πληροφορίες και δεδομένα σχετικά με την ικανότητα ανάλυσης επιχειρηματικών δεδομένων και δεικτών</li> <li>Στην ανάπτυξη κριτηρίων για την άσκηση αυτοκριτικής</li> <li>Στην ανάπτυξη της ικανότητας επαγωγικής σκέψης, βασισμένης σε δεδομένα</li> </ul>			

- Αναπτύξουν συνειδητότητα της επιχειρηματικότητας και τη έγκαιρης ανάληψης επιχειρηματικής ευθύνης
- Είναι σε θέση κατανόησης των παραγόντων που βελτιώνουν τη λήψη απόφασης
- Κατανοήσουν τη δομή στο σχεδιασμό και διαχείριση έργων και καθηκόντων
- Αναπτύξουν σημαντικό επίπεδο ενσυναίσθησης ως προς τη συμπεριφορά συναδέλφων και διοίκησης
- Να αναγνωρίσουν και να αποφύγουν φαινόμενα καταχρηστικής ηγεσίας και να είναι σε θέση να αντιδράσουν κατάλληλα
- Κατανοήσουν τη σημαντικότητα της κοινωνικής ανοχής στη διαφορετικότητα των συναδέλφων
- Περιορίσουν την ένταση συγκρούσεων και να εντείνουν την ικανότητα συμβιβασμού και διαπραγμάτευσης σε κρίσιμα ζητήματα εργασίας.
- Να εντείνουν την ικανότητα ανάπτυξης ικανοτήτων συνεργατικότητας σε κάθε επίπεδο εργασίας

#### ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

ΕΒΔΟΜΑΔΑ 1: Γενική εισαγωγή στο θέμα . Τι είναι επιχειρησιακός σχεδιασμός και ποια η χρησιμότητά του. Αναγκαιότητα, προσδοκόμενα αποτελέσματα

ΕΒΔΟΜΑΔΑ 2-3 : Χρηματοοικονομικοί δείκτες αποτύπωσης της κατάστασης της επιχείρησης

ΕΒΔΟΜΑΔΑ 3-4 Δείκτες φέρουσας ικανότητας, ως προς το περιβάλλον, την οικονομία και την κοινωνία. Επικέντρωση στους όρους της βιώσιμης και χωρίς περιορισμούς ανάπτυξης

ΕΒΔΟΜΑΔΑ 5 : Πιστοποίηση καταλυμάτων. Φορείς κριτήρια, awards. Ανάλυση των κυριότερων (ecolabel, Green Key, ISO)

ΕΒΔΟΜΑΔΑ 6: Ανάλυση κόστους. Εργασιακό κόστος, προμήθειες, προ μελέτες κατασκευών.

ΕΒΔΟΜΑΔΑ 7-8: Ασκήσεις εύρεσης κόστους, ανάλυση άμεσου και έμμεσου κόστους. Υπολογισμός νεκρού σημείου

ΕΒΔΟΜΑΔΑ 9-10: Ομάδα Στόχος. Εύρεση και ανάλυση της ομάδας στόχου χρησιμοποιώντας τη μεθοδολογία υπολογισμού της ελαστικότητας

ΕΒΔΟΜΑΔΑ 11-12: Εκπόνηση marketing plan, σύμφωνα με την ομάδα στόχο.

ΕΒΔΟΜΑΔΑ 13-14-15: Ασκήσεις επανάληψης

#### ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

##### **Προτεινόμενη βιβλιογραφία**

Βιβλίο 1: Το επιχειρηματικό όραμα σε BusinessPlan, Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 11807, Έκδοση: 1η έκδ./2009, Συγγραφείς: Κέφης Βασίλειος Ν., Παπαζαχαρίου Πέτρος, ISBN: 978-960-218-605-3, Τύπος: Σύγγραμμα, Διαθέτης (Εκδότης): ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΚΡΙΤΙΚΗ ΑΕ

Βιβλίο 2ο: Επιχειρηματικότητα και Επιχειρηματικό Σχέδιο, Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 102071542, Έκδοση: 1η/2022, Συγγραφείς: Σαρρή Κατερίνα, Λασπίτα Σταυρούλα, Κέφης Βασίλης, ISBN: 978-960-418-917-5, Τύπος: Σύγγραμμα, Διαθέτης (Εκδότης): ΕΚΔΟΣΕΙΣ Α. ΤΖΙΟΛΑ & ΥΙΟΙ Α.Ε.

Βοηθητική Βιβλιογραφία

Σωτήρης Καρβούνης (2014) Μεθοδολογία, Τεχνικές και Θεωρία για Οικονομοτεχνικές μελέτες. Εκδόσεις Σταμούλη

ΙΤΕΠ, Ελληνική Οικονομία και Τουρισμός, Τεύχος 22, Δεκέμβριος 2006

TonyBuzan (2002) HowtoMindMap: Template 6 "StartingaNewVentureMindMap"

Παπαδάκης, Β.Μ., Διοίκηση και Οργανωτική Δομή – Διαφάνειες παραδόσεων, Αθήνα 2005 Παπανίκος, Γ., Οι Ελληνικές Τουριστικές Εισπράξεις, ΙΤΕΠ, Αθήνα 2005

##### **Συναφή επιστημονικά περιοδικά:**



<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230619	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	6 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΓΕΩΓΡΑΦΙΑ</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	2		
Ασκήσεις Πράξης	1		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Ειδίκευσης γενικών γνώσεων		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΗ & ΑΓΓΛΙΚΗ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΝΑΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210621_Per_Touristikh-gewgrafia.pdf">http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210621_Per_Touristikh-gewgrafia.pdf</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Το μάθημα στοχεύει στην εισαγωγή των φοιτητών στις βασικές έννοιες της Γεωγραφίας του Τουρισμού με έμφαση στην Ελλάδα. Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. ΓΝΩΣΗ:</b> ο φοιτητής να αναγνωρίζει και προσδιορίζει την γεωγραφική κατανομή των τουριστικών περιοχών και τις ανισότητες. Παράλληλα θα είναι σε θέση να περιγράψει την κατανομή των ανθρώπινων, φυσικών και πολιτισμικών πόρων που αξιοποιούνται τουριστικά.</li> <li><b>2. ΕΦΑΡΜΟΓΗ:</b> ο φοιτητής θα είναι σε θέση να διακρίνει την γεωγραφική ποικιλία και τις αντιθέσεις των τουριστικών ρευμάτων, ενώ θα μπορεί να εκτιμήσει τη σημασία των γεωγραφικών παραγόντων στην τουριστική ανάπτυξη.</li> </ol> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>3. ΕΦΑΡΜΟΓΗ:</b> Να ανακαλύψουν τους φυσικούς πόρους των τουριστικών περιοχών παγκοσμίως αλλά και (ειδικότερα) των διαφορετικών γεωγραφικών περιοχών της Ελλάδας ταξινομώντας τα χαρακτηριστικά τους.</li> <li><b>4. ΑΝΑΛΥΣΗ:</b> Να διαφοροποιούν τους ανθρώπινους και πολιτισμικούς πόρους της χώρας ώστε να επιλέγουν, να συνδυάζουν, και να αναπτύσσουν εμπεριστατωμένα οργανωμένες περιηγήσεις, αξιοποιώντας φυσικούς και πολιτισμικούς τουριστικούς πόρους</li> <li><b>5. ΣΥΝΘΕΣΗ:</b> Να οργανώνουν και να προτείνουν προτάσεις για επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, ανάλογα με τους φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους της εκάστοτε περιοχής</li> </ol> <p><b>Ικανότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>6. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ:</b> Να συγκρίνουν και να αξιολογούν τις διαθέσιμες υποδομές.</li> </ol>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αυτόνομη Εργασία</li> <li>✓ Ομαδική Εργασία</li> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών</li> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>✓ Λήψη αποφάσεων</li> <li>✓ Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον</li> </ul>			

#### ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. Εισαγωγή στην Τουριστική Γεωγραφία . Η κατανομή του τουρισμού στις πέντε ηπείρους
2. Γεωγραφική περιγραφή της Ελλάδας: θέματα τουριστικού ενδιαφέροντος, περιβάλλον, οικοσυστήματα, πάρκα, δάση, μνημεία, καταφύγια, αθλητικά κέντρα, θρησκευτικά κέντρα, κέντρα θαλάσσιου και ορεινού τουρισμού, είδη τουρισμού και προοπτικές.
3. Ανάλυση των φυσικών, ανθρώπινων και πολιτιστικών πόρων της χώρας και των διαθέσιμων υποδομών κατά γεωγραφικό διαμέρισμα καθώς και των ιδιοτεροτήτων του τόπου υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών (περιβάλλον, οικοσυστήματα, πάρκα, δάση, μνημεία, καταφύγια, αθλητικά κέντρα, θρησκευτικά κέντρα, κέντρα θαλάσσιου και ορεινού τουρισμού, είδη τουρισμού και προοπτικές) ξεκινώντας από την Θράκη
4. Μακεδονία

5. Ήπειρος
6. Νησιά Ιονίου
7. Θεσσαλία και Σποράδες
8. Νησιά Βορειανατολικού Αιγαίου
9. Στερεά Ελλάδα και Εύβοια
10. Πελοπόννησος
11. Κυκλάδες και Δωδεκάνησα
12. Κρήτη και Νησιά Σαρωνικού
13. Γενική αναφορά στους κυριότερους τουριστικούς πόλους της Ευρώπης. Αναφορά στους φυσικούς και πολιτισμικούς πόρους και στην τουριστική τους αξιοποίηση.

#### **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

##### ***Προτεινόμενη βιβλιογραφία***

- Μοίρα, Π. (2018). Τουριστική Γεωγραφία της Ελλάδας. Γεωγραφικές προσεγγίσεις στον Τουρισμό, εκδ. Interbooks, Αθήνα
- Μοίρα, Π. (1999). Τουριστική Γεωγραφία. Ευρώπη, εκδ. Σταμούλης, Αθήνα.
- Μοίρα, Π. (2000). Τουριστική Γεωγραφία. Ασία, εκδ. Σταμούλης, Αθήνα
- Μοίρα, Π. (2001). Τουριστική Γεωγραφία. Αφρική-Αμερική-Ωκεανία, εκδ. Σταμούλης, Αθήνα
- The Travel Institute (2005). Exploring the World, 2nd ed.

ΕΠΙΠΡΟΣΘΕΤΑ: ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΣΗΜΕΙΩΣΕΙΣ ΔΙΔΑΣΚΟΥΣΑΣ στα Ελληνικά και Αγγλικά

##### ***Συναφή επιστημονικά περιοδικά:***

Annals of Tourism Research,  
Tourism Management,  
Tourism Geography,  
Γεωγραφίες

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230620	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	6 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ - PMS</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	1		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	2		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	3	5	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΕΙΔΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΗ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210622_Per_Systhmata-daxeirishs-ksenodoxeiwn-PMS.pdf">http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210622_Per_Systhmata-daxeirishs-ksenodoxeiwn-PMS.pdf</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Το μάθημα αποσκοπεί στην ανάλυση του συστήματος διαχείρισης περιουσίας, Property Management System (PMS), ενός ενιαίου-ολοκληρωμένου συστήματος πληροφορικής των επιχειρήσεων φιλοξενίας. Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <p><b>1. ΓΝΩΣΗ:</b> Να περιγράψουν τη δομή του PMS(PropertyManagementSystem), των εφαρμογών του διαδικτύου και διαδικτυακής συνεργασίας που χρησιμοποιούν τα ξενοδοχεία.</p> <p><b>2. ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ:</b> Να διακρίνουν τα συστήματα και τις εφαρμογές που χρησιμοποιούνται για:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>♦ την προβολή της επιχείρησης,</li> <li>♦ τις on-line κρατήσεις και τη διαδικτυακή συνεργασία,</li> <li>♦ τη διαχείριση όλων των κρατήσεων που πραγματοποιούνται με όποιο τρόπο και μέσο,</li> <li>♦ τη διαχείριση των δωματίων,</li> <li>♦ τη διαχείριση των τηλεφώνων και των άλλων ευκολιών και ανέσεων,</li> <li>♦ τη διαχείριση της οροφοκομίας,</li> <li>♦ τη διαχείριση της συντήρησης και ασφάλειας,</li> <li>♦ τη διαχείριση των επισιτιστικών τμημάτων (π.χ. εστιατόριο, μπαρ κ.λπ.),</li> <li>♦ τη διαχείριση των λογαριασμών των πελατών,</li> <li>♦ τη διαχείριση της αποθήκης,</li> <li>♦ τη διαχείριση της τροφοδοσίας και κοστολόγησης,</li> <li>♦ τη διαχείριση του μάρκετινγκ,</li> <li>♦ τη διαχείριση του ανθρώπινου δυναμικού,</li> <li>♦ τη διαχείριση του λογιστηρίου, της μισθοδοσίας και</li> <li>♦ τη διοίκηση.</li> </ul> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <p><b>3. ΕΦΑΡΜΟΓΗ:</b> Να ανακαλύπτουν για το κάθε σύστημα από ποια υποσυστήματα/συστήματα αντλεί δεδομένα, ή για το κάθε σύστημα σε ποια συστήματα μεταφέρει δεδομένα και να ταξινομούν τις φόρμες (καρτέλες) των συστημάτων ανά σύστημα εξετάζοντας σε τι αποσκοπούν.</p> <p><b>4. ΑΝΑΛΥΣΗ:</b> Να συνδυάζουν τις πληροφοριακές ανάγκες της διοίκησης σε όλα τα επίπεδα οργάνωσης για τη λήψη των κατάλληλων αποφάσεων, τα δεδομένα από τις εγκαταστάσεις της επιχείρησης, το νομοθετικό πλαίσιο και το ανθρώπινο δυναμικό για την παραμετροποίηση του PMS, σχεδιάζοντας τα είδη των δωματίων, τους τιμοκαταλόγους, και του τύπους των παραστατικών που θα εκδίδονται από την Υποδοχή με αναλυτική αναφορά στα είδη των κρατήσεων (συμβόλαια allotment και commitment των πρακτορείων, touroperators και onlinetravelagents, των μεμονωμένων πελατών), στις κατηγορίες πελατών και τα επαγγέλματα τους, στην τμηματοποίηση των αγορών με βάση συγκεκριμένα χαρακτηριστικά.</p> <p><b>5. ΣΥΝΘΕΣΗ:</b> Να εξηγούν τις εφαρμογές του διαδικτύου, οι οποίες έχουν υιοθετηθεί από τα ξενοδοχεία και να συνθέτουν ομάδες εφαρμογών ως πακέτα-υποσυστήματα τομέων (δωματίων, επισιτιστικού, πωλήσεων, ανθρώπινου δυναμικού και οικονομικό), που με την ενοποίησή τους δημιουργούν ένα PMS, ώστε να ελέγχονται αποτελεσματικά όλες οι δραστηριότητες ενός ξενοδοχείου.</p> <p><b>Ικανότητες</b></p>			

**6. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ:** Να συγκρίνουν τις δυνατότητες του κάθε PMS και μετά από την αποσαφήνιση του σκοπού του συστήματος, τη μελέτη σκοπιμότητας και τον καθορισμό των αναγκών των χρηστών του συστήματος να κρίνουν πιο είναι το κατάλληλο για κάθε ξενοδοχείο, ώστε να καλύπτει όλες τις δραστηριότητες που χρήζουν ηλεκτρονικής επεξεργασίας δεδομένων και όλες τις ανάγκες για πληροφόρηση.

#### **Γενικές Ικανότητες**

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

#### **ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ**

1. PMS (Property Management System) επιχειρήσεων φιλοξενίας.
2. Παραμετροποίηση του συστήματος με βάση την νομολογία την υλικοτεχνική υποδομή της επιχείρησης, τις επιδιώξεις της και τους ανθρώπινους πόρους.
3. Εφαρμογές συστημάτων και ομάδες εφαρμογών συστημάτων (πακέτα) για ξενοδοχεία-ενοποίηση των ομάδων εφαρμογών
4. Εφαρμογές που υποβοηθούν το PMS όπως: CRM, GIS, VoIP, ASP, RFID, NFC, e-Procurement, e-Recruitment, e-Learning, Consumer Generated Media, Newsletter, RSS.
5. Συστήματα κρατήσεων.
6. Σύστημα διαδικτυακής προβολής και συνεργασίας επιχείρησης φιλοξενίας, website, web booking engine, channel management system, search engine optimisation, online reputation management, e-CRM, RMS (revenue management system).
7. Συστήματα front office όπως υποδοχής, διασκέψεων και δεξιώσεων.
8. Συστήματα οροφοκομίας, τηλεφώνων και των άλλων ευκολιών και ανέσεων.
9. Συστήματα συντήρησης και ασφάλειας.
10. Συστήματα POS, αποθήκης, τροφοδοσίας, κοστολόγησης.
11. Συστήματα marketing, ιστορικού πελατών, διαχείρισης επαφών και ανάλυσης πωλήσεων.
12. Συστήματα μισθοδοσίας, διαχείρισης προσωπικού, οικονομικής διαχείρισης.
13. Κριτήρια επιλογής κατάλληλου συστήματος PMS και ασκήσεις πράξης επιλογής κατάλληλου συστήματος PMS

#### **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

##### **Προτεινόμενη βιβλιογραφία**

Νεράντζης Κ. 2018. Πληροφοριακά συστήματα και εφαρμογές σε επιχειρήσεις φιλοξενίας

Θεοχάρης Ν. 2016. Διοίκηση Τομέα δωματίων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων.

Bruce, Braham. 1993. Computer systems in the hotel & catering industry.

Kasavana, Cahill. 1997. Hospitality industry computer systems 3rd edition.

McFadden, Conolly. 2005. Technology Strategies for the Hospitality industry.

Sheldon P.J. 1997. Tourism Information Technology.

Ebusinessforum. Παραδοτέο. 2006. Ηλεκτρονικές Υπηρεσίες και Εφαρμογές στον Τουρισμό: Ισχύουσα Κατάσταση και Προοπτικές

ΕΠΙΠΡΟΣΘΕΤΑ: ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΣΗΜΕΙΩΣΕΙΣ ΔΙΔΑΣΚΟΥΣΑΣ στα Ελληνικά και Αγγλικά

##### **ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΙ ΤΟΠΟΙ**

<http://www.micros.com/>

<http://www.hit.com.gr/>

<http://www.bluebyte.gr>

<http://www.sunsoft.gr>

<http://www.infor.com/>

<http://portal.singularlogic.eu/>

<http://www.cshotelsystems.com/>

##### **Συναφή επιστημονικά περιοδικά:**

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230621	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	6 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΚΟΣΤΟΛΟΓΗΣΗ ΤΡΟΦΟΔΟΣΙΑΣ</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	1		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	2		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΗ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΝΑΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="https://exams-sod.the.ihu.gr/course/view.php?id=313">https://exams-sod.the.ihu.gr/course/view.php?id=313</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές θα αποκτήσουν γνώσεις σχετικά με τις λειτουργικές διαδικασίες και τις αρμοδιότητες των επισιτιστικών τμημάτων των ξενοδοχείων (εστιατόρια, μπαρ, κ.λπ.) και κυρίως της κοστολόγησης των τροφίμων και ποτών. Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b> Γνώση: Να αναλύουν την οργανωτική δομή των επισιτιστικών τμημάτων ενός ξενοδοχείου πολυτελείας (κουζίνα, εστιατόριο, μπαρ). Κατανόηση: Να αναλύουν την σύνθεση μενού, τον σχεδιασμό με βάση τις εθνικές και θρησκευτικές ιδιαιτερότητες ενός λαού, καθώς επίσης και την σύνθεση με βάση τους κανόνες διαιτητικής-υγιεινής διατροφής</p> <p><b>Δεξιότητες</b> Εφαρμογή: Να αποκτήσουν την ικανότητα οι φοιτητές να εφαρμόζουν τις βασικές αρχές του Μάρκετινγκ στις επισιτιστικές επιχ/σεις Ανάλυση: Να μπορούν να κοστολογήσουν μια πρότυπη συνταγή ή ενός πιάτου από ένα προκαθορισμένο μενού. Σύνθεση: Να μπορούν οι φοιτητές να αναλάβουν τον ρόλο του manager σε μία επιχείρηση τροφοδοσίας.</p> <p><b>Ικανότητες</b> Αξιολόγηση: Καθορίζουν τις προδιαγραφές ποιότητας για μία επισιτιστική επιχείρηση.</p>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών.</li> <li>• Εργασία σε διεθνές περιβάλλον.</li> <li>• Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις.</li> <li>• Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης.</li> <li>• Λήψη αποφάσεων.</li> <li>• Αυτόνομη εργασία.</li> <li>• Ομαδική εργασία.</li> </ul>			

#### ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. Χαρακτηριστικά και διακρίσεις των επισιτιστικών επιχειρήσεων.
2. Κατηγορίες επισιτιστικών επιχειρήσεων σύμφωνα με την ελληνική νομοθεσία.
3. Θέσεις εργασίας προσωπικού επισιτιστικών τμημάτων. Καθήκοντα και αρμοδιότητες.
4. Οργάνωση & λειτουργία ταμείου (tableau) επισιτιστικών τμημάτων.
5. Ασφάλεια και υγιεινή στους χώρους εργασίας.
6. Παρεχόμενες υπηρεσίες στα επισιτιστικά τμήματα των ξενοδοχείων περιορισμένης εξυπηρέτησης.
7. Προσφορά υπηρεσιών στα επισιτιστικά τμήματα των ξενοδοχείων πλήρους εξυπηρέτησης.
8. Ελληνική και διεθνής ορολογία που χρησιμοποιείται στα επισιτιστικά τμήματα.
9. Προστασία περιβάλλοντος. Φιλοπεριβαλλοντική δράση των επισιτιστικών επιχειρήσεων.
10. Σύνθεση κουζίνας, εστιατορίου, μπαρ για ξενοδοχεία πολυτελείας, είδη σερβιρίσματος, σύνθεση μενού, είδη εστιατορίων, μπαρ, ιδιότητες των αλκοολούχων ή μη ποτών, οινολογία ποικιλίες σταφυλιών, είδη του καφέ-σχέδια σε σκεύη σερβιρίσματος

11. Λήψη παραγγελίας, οργάνωση αποθήκης, οργάνωση τμήματος προμηθειών οργάνωση εκδηλώσεων, banquet, είδη μπουφέ και σχεδιασμό,
12. κοστολόγηση ενός πιάτου στο μενού, στον μπουφέ μιας εκδήλωσης , διαχείριση-οργάνωση ενός κοινωνικού γεγονότος
13. καινοτομία στον έλεγχο και στην κοστολόγηση σε τουριστικές και επισιτιστικές επιχ/σεις

#### ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

##### **Προτεινόμενη βιβλιογραφία**

- ο *Διοίκηση Εστιατορίων, Λαλούμης Δ. & Στεφανακίδης Κ., Αθήνα 2014*
- ο *Μάρκετινγκ εστιατορίου, Πρωτοπαπαδάκης Ι., εκδόσεις Σταμούλης, Αθήνα 2005*
- ο *Διοίκηση Επισιτιστικών Επιχειρήσεων, Τζωρακολευθεράκης Ζ., εκδόσεις Interbooks, Αθήνα 1999*
- ο *Σύνθεση Εδεσματολογίου, Σαλεσιώτης Μ., εκδόσεις Interbooks, Αθήνα 2007*
- ο *Επαγγελματική Κουζίνα, Αρβανίτης –Κοτσιμάνης, εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα 2007*
- ο *Οίνος & Άμπελος, Unwin T., εκδόσεις ΙΩΝ, Αθήνα 2003*
- ο *Ξενοδοχειακές & Επισιτιστικές Επιχειρήσεις, Lundberg D., εκδόσεις ΕΛΛΗΝ, Αθήνα 1997*
- ο *Η τέχνη του Επαγγελματία Μπάρμαν, Kessler, εκδόσεις ΕΤΕ, Αθήνα 1998*
- ο *Ποτά, Varnam-Sutherland, εκδόσεις ΙΩΝ, 2006*
- ο *Διοίκηση Εστιατορίου & Μπαρ, Reich A., εκδόσεις ΕΛΛΗΝ, Αθήνα 2001*
- ο *Παράπονα πελατών, Πρωτοπαπαδάκης Ι., εκδόσεις Σταμούλης, Αθήνα 2008*
- ο *Introduction to Hospitality Management, John R. Walker (3rd edition, 2009)*
- ο *Hotel management and operations, Denney G. Rutherford, Michael J. O'Fallon, John Wiley and Sons, 2010*
- ο *Foundations of lodging management, David K. Hayes, Jack D. Ninemeier, Allisha A. Miller, Pearson/Prentice Hall, 2012*
- ο *Glossary of Hospitality Terms, Educational Institute of the American Hotel and Lodging Association.*

##### **Συναφή επιστημονικά περιοδικά:**

1. Journal of Food and Hospitality Research (<http://www.institutpaulbocuse.com/en/research/publications/>)
  2. Journal of Food Products Marketing (<http://www.tandfonline.com/toc/wfpm20/current>)
  3. Journal of Food Service Management and Education (<http://fsmec.org/journal/>)
  4. Journal of Foodservice Business Research (<http://www.tandfonline.com/toc/wfbr20/current>)
  5. Journal of Foodservice Management (<http://www.fmsok.or.kr>)
  6. Journal of Restaurant & Foodservice Marketing (<http://www.tandfonline.com/toc/wzrf20/current>)
- Journal of Foodservice Business Research (<http://www.tandfonline.com/toc/wfbr20/current>).

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230622	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	6 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΥΠΟΔΟΧΗΣ</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	1		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	2		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	3	5	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΕΙΔΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΗ και ΑΓΓΛΙΚΗ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΝΑΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210624_Per_Dioikhsh-kai-leitoyrgies-ypodoxhs.pdf">http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210624_Per_Dioikhsh-kai-leitoyrgies-ypodoxhs.pdf</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <p><b>1. ΓΝΩΣΗ:</b> Περιγράφονται αναλυτικά οι λειτουργίες διοίκησης και οργάνωσης του τμήματος της υποδοχής μιας ξενοδοχειακής επιχείρησης, ενώ προσδιορίζονται οι κρατήσεις δωματίων, οι διαδικασίες άφιξης, παραμονής και αναχώρησης των πελατών σε συνεργασία με το τμήμα οροφοκομίας και συντήρησης. Συνδυάζεται η δυνατότητα εκμάθησης όλων των παραπάνω λειτουργιών μέσα από εξειδικευμένα ξενοδοχειακά προγράμματα σε Η/Υ αποκτώντας ικανοποιητική γνώση χειρισμού αυτών.</p> <p><b>2. ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ:</b> Εκτιμώνται και αντιμετωπίζονται καταστάσεις κρίσεων όπως αυτές της υπερπληρότητας ενός ξενοδοχείου.</p> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <p><b>3. ΕΦΑΡΜΟΓΗ:</b> Ταξινομούνται οι τιμοκατάλογοι ανά τομέα αγοράς. Εξετάζονται και υπολογίζονται με απόλυτη ακρίβεια οι οικονομικές συναλλαγές κατά την διάρκεια παραμονής των πελατών έως και την στιγμή έκδοσης του νόμιμου παραστατικού κατά την αναχώρηση του πελάτη. Υπολογίζει τις οφειλές για τα αγαθά και τις υπηρεσίες που παρασχέθηκαν.</p> <p><b>4. ΑΝΑΛΥΣΗ:</b> Συνδυάζεται εσωτερικός έλεγχος τόσο στις χρεωστικές όσο και στις μετρητοίς καταχωρίσεις. Αναλύονται τα έσοδα και αναπτύσσονται στατιστικά στοιχεία του καταλύματος σε συνδυασμό με τον ορθό έλεγχο των δεδομένων στο τέλος της κάθε ημέρας.</p> <p><b>5. ΣΥΝΘΕΣΗ:</b> Προτείνονται οι απαραίτητες συνεργασίες μεταξύ του προσωπικού του ιδίου τμήματος καθώς και των υπόλοιπων τμημάτων της επιχείρησης. Δημιουργούνται και εφαρμόζονται νέες υπηρεσίες υψηλού ποιοτικού επιπέδου συμβάλλοντας στην ικανοποίηση των πελατών.</p> <p><b>Ικανότητες</b></p> <p><b>6. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ:</b> Αξιολογεί τις μεθόδους για την παροχή ασφάλειας στους πελάτες και το προσωπικό του καταλύματος. Συγκρίνει δεδομένα παροχής υπηρεσιών και συμπεραίνει νέες μεθόδους για την διατήρηση και αναβάθμιση τους.</p>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>Λήψη αποφάσεων</li> <li>Αυτόνομη εργασία</li> <li>Ομαδική εργασία</li> <li>Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα</li> <li>Εργασία σε διεθνές περιβάλλον</li> </ul>			
<b>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>Ξενοδοχειακή Βιομηχανία</li> <li>Τομέας Δωματίων Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων</li> <li>Τμήμα Υποδοχής</li> <li>Κρατήσεις</li> </ol>			

5. Πωλησεις
6. Αφίξεις
7. Παρεχομενες Υπηρεσίες
8. Φιλοξενία
9. Αναχωρησεις
10. Λειτουργιες Ταμείου
11. Ανάλυση εσόδων και στατιστικών στοιχείων
12. Ασφάλεια του Ξενοδοχείου
13. Μανατζμεντ Υποδοχής

#### ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

##### Προτεινόμενη βιβλιογραφία

- *Front Office Management, Θεοχάρης Ν, 2012*
- *Διοίκηση Τομέα δωματίων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, Θεοχάρης Ν, 2016.*
- *Hotel management and operations, Denney G. Rutherford, Michael J. O'Fallon, John Wiley and Sons, 2010*
- *Foundations of Lodging management, David K. Hayes, Jack D. Ninemeier, Pearson/Prentice Hall, 2005*
- *Hotel Operations Management, Hayes, D. & Ninemeier, J. (2004), New Jersey: Prentice Hall*
- *Managing Front Office Operations, Michael L. Kasavana and Richard M. Brooks*
- *Hotel and Lodging Management: An Introduction, 2nd Edition, Alan T. Stutts, James Wortman, 2005*
- *Front Office Operations, Dix Colin and Baird Chris*
- *Front Office, Abbott Peter – Lewry Sue*
- *Rooms at the Inn: Front Office Operations & Administration, Foster Denis*
- *Hotel Front Office Management, James A. Bardi*

##### ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΙ ΤΟΠΟΙ

- <http://www.grhotels.gr/GR/Pages/default.aspx> (Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας)
- <http://www.sete.gr/> (Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων)
- <http://greektourismblog.com/> (Το blog του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων)
- <http://www.grhotels.gr/> (Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων, ΙΤΕΠ)
- <http://www.hotelwalker.gr/> (Οδηγός Ξενοδοχειακών Πληροφοριών)
- <http://www.traveldailynews.gr/> (Ηλεκτρονική Τουριστική Εφημερίδα)
- <http://www.touristiki-agera.gr/> (Τουριστικό Περιοδικό)
- <http://www.lhw.com/> (Leading Hotels of the World)
- <http://www.slh.com/> (Small Leading Hotels of the World)
- <http://www.preferredhotels.com/> (Preferred Hotels and Resorts)
- <http://www.hots-simulation.com/> (simulation based on the management of a large hotel)
- <http://www.hotelschool.cornell.edu/research/chr/> (The Center for Hospitality Research of the Cornell University)
- <http://www.lhonline.com> (Lodging Hospitality: ideas for hotel developers and operators)
- <http://www.hotelmotel.com> (Hotel and Motel Management)
- <http://www.pkfc.com> (Hospitality Research Company)
- <http://www.hotelmule.com> (On-line community for hospitality and tourism industry professionals)

##### Συναφή επιστημονικά περιοδικά:



<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230623	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	6 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑΣ</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	1		
Ασκήσεις Πράξης	2		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Ειδίκευσης Γενικών Γνώσεων		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΗ και ΑΓΓΛΙΚΗ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΝΑΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>			
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. ΓΝΩΣΗ:</b> Να αναγνωρίσουν τις έννοιες του Πολιτισμού και της Κληρονομιάς και να κατανοήσουν τη δυναμική σχέση Πολιτισμού και Τουρισμού και να προσδιορίσουν τη σημασία της διατήρησης και της σωστής διαχείρισης της Πολιτιστικής Κληρονομιάς</li> <li><b>2. ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ:</b> Να καταστούν ικανοί/ές να διακρίνουν τους ποικίλους πολιτιστικούς πόρους μιας περιοχής για να ενισχύσουν τις προτάσεις για πολιτιστικό τουρισμό</li> </ol> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>3. ΕΦΑΡΜΟΓΗ:</b> Να εξετάσουν τη διαδικασία δημιουργίας ενός brandname για μια περιοχή προορισμού. Να αναγνωρίζουν τους ποικίλους τύπους του πολιτισμικού τουριστικού ρεύματος.</li> <li><b>4. ΑΝΑΛΥΣΗ:</b> Να συνδυάζουν και να αναπτύσσουν τη διάκριση των διαφορετικών πόρων και μορφών του Πολιτιστικού Τουρισμού με στόχο τη διαχείριση των διαφορετικών αναγκών των μετακινούμενων / ταξιδιωτών</li> <li><b>5. ΣΥΝΘΕΣΗ:</b> Να συνθέτουν και να εξηγούν την τυπολογία των πολιτισμικών πόρων. Να οργανώνουν τους φορείς (εθνικούς και διεθνείς, κρατικούς και ιδιωτικούς) που δραστηριοποιούνται στο χώρο του τουρισμού στην Ελλάδα και διεθνώς</li> </ol> <p><b>Ικανότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>6. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ:</b> Να κατανοούν τις πολυσχιδείς όψεις του τουρισμού και των επιδράσεών του σε μια χώρα ή σε ένα τόπο. Να έχουν θετικά αισθήματα ως προς το να αναγνωρίζουν και να υπερασπίζονται την σπουδαιότητα της διατήρησης της πολιτιστικής κληρονομιάς της Ελλάδας αλλά και των άλλων χωρών.</li> </ol>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα</li> <li>✓ Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον</li> <li>✓ Αυτόνομη εργασία</li> <li>✓ Ομαδική εργασία</li> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>✓ Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής</li> <li>✓ Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης</li> </ul>			
<b>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Πολιτιστικός τουρισμός : Έννοιες Πολιτισμός, Κληρονομιά, Τουρισμός. Σχέση Τουρισμού και Πολιτισμού &amp; Κληρονομιάς. Η διαχείριση του Πολιτισμού και του Τουρισμού.</li> <li>2. Η επίδραση του Πολιτισμού στην ελκυστικότητα και την ανταγωνιστικότητα ενός προορισμού, η Χάρτα του πολιτισμικού τουρισμού, ο κώδικας ηθικής στον τουρισμό</li> <li>3. Οργανισμοί προστασίας της πολιτιστικής κληρονομιάς μέσω Διακυβερνητικών Οργανισμών (UNESCO, Ευρωπαϊκή Ένωση, Συμβούλιο της Ευρώπης, Διεθνές Κέντρο για τη Μελέτη της Συντήρησης και της Αποκατάστασης των Πολιτιστικών Αγαθών κ.ά.) και</li> </ol>			

Μη - Κυβερνητικών Οργανισμών (Διεθνές Συμβούλιο Μνημείων και Χώρων, Διεθνές Συμβούλιο Μουσείων, Πανευρωπαϊκή Ομοσπονδία για την Κληρονομιά, Ευρωπαϊκό Πανεπιστημιακό Κέντρο για τα Πολιτιστικά Αγαθά, Παγκόσμιο Ταμείο για τα Μνημεία, Παγκόσμιο Ταμείο για τη φύση, Διεθνής Ένωση Βιβλιοθηκών και Ιδρυμάτων, Οργανισμός Πόλεων Παγκόσμιας Κληρονομιάς, European MuseumForum).

Οι εθνικοί φορείς για την διαχείριση της κληρονομιάς.

4. Οι πολιτιστικές διαδρομές. παραδείγματα.

5. Εναλλακτικές μορφές τουρισμού που συνδέονται με τον πολιτισμό και την κληρονομιά π.χ. αγροτουρισμός, βιομηχανικός τουρισμός(η προστασία της νεότερης κληρονομιάς στην Ελλάδα), γαστρονομικός, ιατρικός/ιαματικός τουρισμός, οιντουρισμός, αθλητικός τουρισμός, θαλάσσιος τουρισμός (μορφές όπως αναπαραστάσεις θαλάσσιων ιστορικών γεγονότων, ναυτικά μουσεία κ.λπ..

6. Πολιτιστικοί τουρίστες-χαρακτηριστικά, τυπολογία τουριστικών - πολιτιστικών πόρων. Πολιτιστικός Θεσμός: οι πολιτιστικές πρωτεύουσες, διαχείριση

7. Υλική και Άυλη κληρονομιά

8. Μελέτες περίπτωσης Υλικής κληρονομιάς από Ελλάδα και Εξωτερικό

9. Μελέτες περίπτωσης Άυλης Κληρονομιάς από Ελλάδα κι εξωτερικό

10. Φυσική Κληρονομιά (όροι βιοποικιλότητα, γεωποικιλότητα. Πτυχές και Κλάδοι διατήρησης και συντήρησης του φυσικού Πολιτισμού). Παραδείγματα όπως ο Όλυμπος

11. Παραδείγματα θέσεων Πολιτιστικής Κληρονομιάς από την Β. Ελλάδα(Φίλιπποι, Βεργίνα, Άγιο Όρος, Παλιά πόλη Κέρκυρας)

12. Παραδείγματα θέσεων Πολιτιστικής Κληρονομιάς από την Κεντρικήκαι Νότια Ελλάδακαι νησιωτική Ελλάδα (όπως Μετέωρα, Δελφοί, Ακρόπολη Αθηνών, Μυστράς,Ασκληπιείο Επιδαύρου, Ηραίο Σάμου)

13. Τα 15 Μνημεία της UNESCO στην Θεσσαλονίκη

#### ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

##### **Προτεινόμενη βιβλιογραφία**

- Μουσεία, μνήμη και κληρονομιά στην Ελλάδα. Συγγραφείς: Παπανικολάου Μ. Παναγιώτα. Εκδόσεις Επίκεντρο Α.Ε
- Πολιτισμικό Απόθεμα και Αρχιτεκτονική Κληρονομιά στα Βαλκάνια. Συγγραφείς: ΓΑΒΡΑ ΕΛΕΝΗ. ΑΦΟΙ ΚΥΡΙΑΚΙΔΗ ΕΚΔΟΣΕΙΣ Α.Ε.
- Τροβά, Ε. (2018). Η πολιτιστική κληρονομιά της Ευρώπης, εκδ. Σάκκουλας, Αθήνα
- Μοίρα, Π. (2020). Θρησκευτικός τουρισμός και προσκύνημα. εκδ. Φαίδιμος, Αθήνα
- Μοίρα, Πολυξένη, & Παρθένης, Σπ. (2011). Πολιτισμικός-Βιομηχανικός Τουρισμός, εκδ. Ανοικτή Βιβλιοθήκη, Αθήνα.
- McKercher, B. – duCros, H. (2002). Cultural Tourism. The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management, Routledge
- Richards, G. (1996) Cultural Tourism in Europe, CBI, Wallingford.
- Timothy, D. & Boyd, S. (2003) Heritage Tourism, Harlow: Prentice Hall

Επιπλέον Ηλεκτρονικές Σημειώσεις διδάσκουσας στα Ελληνικά και στα Αγγλικά

##### **Συναφή επιστημονικά περιοδικά:**

Annals of Tourism Research,  
Tourism Management,  
Journal of Travel Research,  
International Journal of Research in Tourism and Hospitality

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230627	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	6 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ΒΕΛΤΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗΣ ΕΣΟΔΩΝ ΣΤΙΣ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΕΣ</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	2		
Ασκήσεις Πράξης	1		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΕΙΔΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΗ και ΑΓΓΛΙΚΗ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΝΑΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>			
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. ΓΝΩΣΗ:</b> να μπορεί να περιγράψει ο φοιτητής τα στοιχεία βασικών Στρατηγικών Τιμολόγησης στις Αερομεταφορές</li> <li><b>2. ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ:</b> να μπορεί ο φοιτητής να διακρίνει το πεδίο των εφαρμογών του Yield Management στις Αερομεταφορές.</li> </ol> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>3. ΕΦΑΡΜΟΓΗ:</b> να παράγει το κριτικό πνεύμα του φοιτητή ώστε ο ίδιος να είναι σε θέση να ταξινομήσει τα αεροπορικά προϊόντα ανάλογα με τον χρήστη και τη ζήτηση.</li> <li><b>4. ΑΝΑΛΥΣΗ:</b> να ανακαλύψει ο φοιτητής το πλαίσιο των Βασικών Τεχνικών υλοποίησης Yield Management</li> <li><b>5. ΣΥΝΘΕΣΗ:</b> να οργανώσει και να συνθέσει το πλαίσιο των Βασικών παραγόντων Τιμολόγησης</li> </ol> <p><b>Ικανότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>6. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ:</b> να ορίσει, να συγκρίνει και να αξιολογήσει μελλοντικές τάσεις στον Τομέα της Βελτιστοποίησης των Εσόδων στις Αερομεταφορές</li> </ol>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>✓ Λήψη αποφάσεων</li> <li>✓ Αυτόνομη εργασία</li> <li>✓ Ομαδική εργασία</li> <li>✓ Εργασία σε διεθνές περιβάλλον</li> <li>✓ Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον</li> <li>✓ Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών</li> <li>✓ Σχεδιασμός και διαχείριση έργων</li> <li>✓ Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα</li> <li>✓ Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον</li> <li>✓ Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου</li> <li>✓ Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής</li> <li>✓ Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης</li> <li>✓ Ενδιαφέρον για τον Κλάδο των Αερομεταφορών</li> </ul>			

#### ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Το περιεχόμενο του μαθήματος διαπραγματεύεται τα παρακάτω θέματα:

1. Ιστορία του Yield Management στις Αερομεταφορές
2. Βασικές Εφαρμογές του Yield Management στην Βιομηχανία των Αερομεταφορών
3. Επιχειρηματικά Μοντέλα Αεροπορικών Εταιριών και Yield Management

4. Περιφερειακές Ροές Κέρδους και Yield Management στις Αερομεταφορές
5. Υλοποίηση Στρατηγικών Yield Management
6. Εισαγωγή στις εφαρμογές του Yield Management σε Αερολιμένες
7. Μελλοντικές Τάσεις στον τομέα του Yield Management στις Αερομεταφορές
8. Ο ρόλος των αεροπορικών συμμαχιών
9. Προσαρμογή της Ζήτησης στις Αερομεταφορές
10. Προσαρμογή της Προσφοράς στις Αερομεταφορές
11. Δείκτες Πιστότητας Τιμολογιακής Πολιτικής
12. Μέθοδοι Καταγραφής Δεικτών Πελατειακής Ικανοποίησης
13. Μελέτες Περίπτωσής – Πειραματικές Προσεγγίσεις

#### ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

##### **Προτεινόμενη βιβλιογραφία**

- Weatherford, L., 2016. The history of forecasting models in revenue management. *Journal of Revenue and Pricing Management*, 15(3-4), pp.212-221.
- Belobaba, P., 2010. Did LCCs save airline revenue management? *Journal of Revenue and Pricing Management*, 10(1), pp.19-22.
- Otero, D. & Akhavan-Tabatabaei, R. 2015. A stochastic dynamic pricing model for the multiclass problems in the airline industry. *European Journal of Operational Research*. 242:188-200.
- Wang, Xuan Lorna, and David Bowie. "Revenue Management: The Impact on Business-to-business Relationships." *Journal of Services Marketing* 23.1 (2009): 31-41
- Phillips, R. (2005). *Pricing and revenue optimization*. Stanford Business Books
- Vinod, B., n.d. *The Evolution of Yield Management in the Airline Industry*.
- Martín, J., Martín-Domingo, L., Lohmann, G. & Spasojevic, B. (2019). The role of travel patterns in airport duty-free shopping satisfaction: A case study from an Australian regional airport. *Journal of Air Transport Management*. 80:1-8.
- Pertuiset, T. and Santos, G., 2014. Primary auction of slots at European airports. *Research in Transportation Economics*, 45, pp.66-71.
- Gitto, S. & Mancuso, P. (2012). Two faces of airport business: A non-parametric analysis of the Italian airport industry. *Journal of Air Transport Management*. 20, 39-42.
- Rong, H., Hongshan, X. & Yu, J., 2013. Complex Dynamics for Airlines' Price Competition with Differentiation Strategy. *JOURNAL OF TRANSPORTATION SYSTEMS ENGINEERING AND INFORMATION TECHNOLOGY*. 13(1):11-16.
- Zhang, D. & Cooper, W. (2009). Pricing substitutable flights in airline revenue management. *European Journal of Operational Research*. 197:848-861.

##### **Συναφή επιστημονικά περιοδικά:**

- *European Journal of Operational Research*
- *Journal of Revenue and Pricing Management*
- *Journal of Air Transport Studies*
- *Transportation Research Part A*
- *Transportation Research Part B*
- *Research in Transportation Economics*
- *Journal of Air Transport Management*
- *Journal of Transport Economics and Policy*
- *Research in Transportation Business & Management*
- *Economics of Transportation*

## 14.7 Μαθήματα 7<sup>ου</sup> Εξαμήνου

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230701	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	7 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Μάρκετινγκ Υπηρεσιών</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΕΙΔΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΗ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	Όχι		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>			
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. ΓΝΩΣΗ:</b> Να αναγνωρίσουν και να προσδιορίσουν το Marketing Υπηρεσιών</li> <li><b>2. ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ:</b> να διακρίνουν και να εξηγήσουν το Marketing Προϊόντων</li> </ol> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>3. ΕΦΑΡΜΟΓΗ:</b> να ταξινομήσουν τις Υπηρεσίες βάσει α) της φύσης τους και β) της αγοραστικής συμπεριφοράς των καταναλωτών</li> <li><b>4. ΑΝΑΛΥΣΗ:</b> να αναπτύξουν την έννοια της Ποιότητας στις Υπηρεσίες και την αξία της ως συγκριτικό πλεονέκτημα στον ανταγωνισμό.</li> <li><b>5. ΣΥΝΘΕΣΗ:</b> Να είναι σε θέση να οργανώσουν την Στρατηγική και το Μίγμα Υπηρεσιών Μάρκετινγκ, τις πολιτικές τιμολόγησης, την οργάνωση και την διοίκηση, τους τρόπους και τα μέσα διάθεσης, τις μεθόδους αποτελεσματικής επικοινωνίας και προώθησης μιας Υπηρεσίας.</li> </ol> <p><b>Ικανότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>6. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ:</b> να είναι σε θέση να συγκρίνουν και να αξιολογήσουν τα εργαλεία που διδάχθηκαν σε μελέτες περιπτώσεων.</li> </ol>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, για τις αγορές και τις συνθήκες που επικρατούν με τη χρήση της κατάλληλης μεθοδολογίας και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>✓ Λήψη αποφάσεων</li> <li>✓ Σχεδιασμός και διαχείριση έργων</li> <li>✓ Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής</li> <li>✓ Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον</li> <li>✓ Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα</li> <li>✓ Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον</li> <li>✓ Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου</li> <li>✓ Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης</li> </ul>			

### ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ο τομέας των υπηρεσιών αποτελεί την κυρίαρχη οικονομική δύναμη σε παγκόσμιο επίπεδο καθώς σηματοδοτεί την μετάβαση των οικονομιών από το επίπεδο των αναπτυσσόμενων, σε αυτό των αναπτυγμένων. Σκοπός του μαθήματος είναι να κατανοήσουν οι συμμετέχοντες τις ιδιαιτερότητες του μάρκετινγκ των υπηρεσιών συγκριτικά με το μάρκετινγκ των προϊόντων και τις επιπτώσεις τους στη συμπεριφορά των καταναλωτών και στις πρακτικές διοίκησης και

μάρκετινγκ. Καθώς τα βασικά χαρακτηριστικά των υπηρεσιών σε αντιπαραβολή με αυτά των προϊόντων με υλική υπόσταση επηρεάζουν βασικές στρατηγικές επιλογές του μάρκετινγκ στις υπηρεσίες. Κατά την διάρκεια της διδασκαλίας του μαθήματος συζητούνται θέματα που σχετίζονται με την ποιότητα της υπηρεσίας, τη σημασία των εργαζομένων στις επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών, τη σημασία του χώρου και των διαδικασιών παροχής των υπηρεσιών. Τέλος, παρουσιάζονται θέματα που σχετίζονται με τη στρατηγική τοποθέτηση και την επικοινωνία, την τιμολόγηση των υπηρεσιών και τη δημιουργία και διαχείριση μακροπρόθεσμων σχέσεων με πελάτες.

Σύμφωνα με την κατανομή της διδακτέας ύλης, θα γίνουν διαλέξεις στις παρακάτω ενότητες.

1. Καθορισμός της έννοιας των υπηρεσιών και των χαρακτηριστικών που αφορούν το μάρκετινγκ
2. Οι ιδιαιτερότητες της συμπεριφοράς του καταναλωτή στις υπηρεσίες
3. Οι προϊόντικές αποφάσεις στις υπηρεσίες
4. Η διανομή των υπηρεσιών στις φυσικές και στις ηλεκτρονικές αγορές
5. Η τιμολόγηση των υπηρεσιών
6. Η επικοινωνία και ο ρόλος της στις υπηρεσίες
7. Σχεδιασμός και διοίκηση των διαδικασιών (blueprinting) στην παροχή υπηρεσιών
8. Σχεδιασμών των στοιχείων του περιβάλλοντος και της συνολικής υλικής υπόστασης στις υπηρεσίες
9. Η διοίκηση του ανθρώπινου δυναμικού στις υπηρεσίες
10. Η διαχείριση των παραπόνων των πελατών στις υπηρεσίες
11. Η διοίκηση της ποιότητας στην παροχή υπηρεσιών
12. Η ανάπτυξη, διατήρηση και διαχείριση σχέσεων με τους πελάτες στις υπηρεσίες
13. Το μάρκετινγκ στις B2B υπηρεσίες

#### **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

##### ***Προτεινόμενη βιβλιογραφία***

- Μάρκετινγκ Υπηρεσιών (1η έκδ./2015), Συγγραφείς: Αυλωνίτης Γ.,Τσιότσου Ρ.,Γούναρης Σ., ΕκδότηςBROKENHILLPUBLISHERS LTD.
- ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ (1<sup>η</sup>έκδ. Έκδοση/2018) Συγγραφείς: JOCHENWIRTZ, CHRISTOPHERLOVELOCK, Εκδότης: ΔΙΣΙΓΜΑ ΙΚΕ
- Μάρκετινγκ Υπηρεσιών (3<sup>η</sup>έκδ/2014), Συγγραφείς: Γούναρης Σπυρίδων, Καραντινού Καλυψώ, Εκδότης: ROSILI ΕΜΠΟΡΙΚΗ - ΕΚΔΟΤΙΚΗ Μ.ΕΠΕ

##### ***Συναφή επιστημονικά περιοδικά:***

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230702	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	7 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Ψηφιακό Μάρκετινγκ</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΕΙΔΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΗ και ΑΓΓΛΙΚΗ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΝΑΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210702_Per_Pshfiako-mkt.pdf">http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210702_Per_Pshfiako-mkt.pdf</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Σκοπός του μαθήματος είναι η παρουσίαση των νέων δυνατοτήτων, τόσο σε στρατηγικό όσο και σε τακτικό επίπεδο, και η σύνδεσή τους με τη συνολική στρατηγική μάρκετινγκ ενός οργανισμού ή εταιρίας. Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <p><b>1. ΓΝΩΣΗ:</b> περιγράψουν και να προσδιορίσουν τα κύρια εργαλεία του ψηφιακού μάρκετινγκ και να είναι σε θέση να τα εφαρμόσουν σε ένα αρχικό επίπεδο</p> <p><b>2. ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ:</b> να διακρίνουν και να εξηγήσουν το αναγκαίο θεωρητικό υπόβαθρο στο χώρο του Ψηφιακού Μάρκετινγκ υιοθετώντας μια διεπιστημονική προσέγγιση.</p> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <p><b>3. ΕΦΑΡΜΟΓΗ:</b> ταξινομούν και να εξετάζουν τα κατάλληλα εργαλεία ανάλογα με τους στόχους μάρκετινγκ και τα δεδομένα της αγοράς Ανακαλύπτουν και να εξετάζουν οι φοιτητές τις ερευνητικές ευκαιρίες που προκύπτουν στο χώρο του Ψηφιακού Μάρκετινγκ και να αποκτήσουν εμπειρία στον σχεδιασμό και στην εκπόνηση σχετικών ερευνητικών σχεδίων.</p> <p><b>4. ΑΝΑΛΥΣΗ:</b> σχεδιάσουν οι φοιτητές τις βασικές διαστάσεις της πρακτικής χρήσης εφαρμογών Ψηφιακού Μάρκετινγκ σε οργανισμούς και τα κύρια ζητήματα που συνδέονται με την αποτελεσματική αξιοποίησή τους.</p> <p><b>5. ΣΥΝΘΕΣΗ:</b> οργανώσουν και να εξηγήσουν τις δυνατότητες που προσφέρουν τα Πληροφοριακά Συστήματα στην υλοποίηση ενεργειών στο πλαίσιο του στρατηγικού σχεδιασμού Μάρκετινγκ.</p> <p><b>Ικανότητες</b></p> <p><b>6. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ:</b> συγκρίνουν και να αξιολογούν ψηφιακές στρατηγικές μάρκετινγκ. Κρίνουν τις παραδοσιακές ενέργειες μάρκετινγκ και τα ψηφιακά εργαλεία σε ένα e-marketing plan. Αξιολογούν την αποτελεσματικότητα των ενεργειών ψηφιακού μάρκετινγκ</p>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Ομαδική Εργασία</li> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>✓ Σχεδιασμός και διαχείριση έργου</li> </ul>			

#### ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Το Marketing στοχεύει πλέον κυρίως το Διαδίκτυο και γενικότερα τα ψηφιακά μέσα ως μέσα προώθησης μηνυμάτων αλλά και ως πλατφόρμα υλοποίησης στρατηγικών για την εφαρμογή των βασικών θεωρητικών αρχών του. 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.

- Ψηφιακή Οικονομία και Ψηφιακή επανάσταση/Ψηφιακός μετασχηματισμός
- Εισαγωγή στο Ψηφιακό Μάρκετινγκ
- Έρευνα Ψηφιακού Μάρκετινγκ

- Προσωπικά δεδομένα (GDPR) και ψηφιακό μάρκετινγκ
- Ψηφιακός καταναλωτής/ Εμπειρία πελάτη/Ταξίδι πελάτη
- Ηλεκτρονικό λιανεμπόριο και Ψηφιακό Μάρκετινγκ
- Ολοκληρωμένες Επικοινωνίες Ψηφιακού Μάρκετινγκ
- Online Τυπολόγια Διαφήμισης –Εφαρμογές
- Affiliatemarketing/viralmarketing/email marketing/video marketing
- Μάρκετινγκ Κοινωνικών Δικτύων (SocialMediaMarketing)
- Search Advertising/SEO/SEM/Google AdWords
- Στρατηγικός Σχεδιασμός Ψηφιακού Μάρκετινγκ
- Ηλεκτρονική Διαχείριση Σχέσεων Πελατών (e-CRM)/Καινοτόμες Εφαρμογές και Τάσεις στο Ψηφιακό Μάρκετινγκ

#### **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

##### ***Προτεινόμενη βιβλιογραφία***

- Βλαχοπούλου Μ. (2019). Ψηφιακό Μάρκετινγκ, ROSILI ΕΜΠΟΡΙΚΗ - ΕΚΔΟΤΙΚΗ Μ.ΕΠΕ,Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 86053196
- Σιώμκος Γ. και Τσιάμης Ι. (2019). Ηλεκτρονικό Μάρκετινγκ, BROKENHILLPUBLISHERSLTD, Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 86056119

##### ***Συναφή επιστημονικά περιοδικά:***

Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice  
 Journal of Interactive Marketing  
 International Journal of Internet Marketing and Advertising  
 International Journal of Research in Marketing  
 Social Networks: An International Journal of Structural Analysis



<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230703 230708	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	<b>7<sup>ο</sup></b>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Διοίκηση και Διαχείριση Έργων</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Ειδίκευσης γενικών γνώσεων		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΗ και ΑΓΓΛΙΚΗ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΝΑΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210703_Per_Dioikhsh-k-diaxeirish-ergwn.pdf">http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210703_Per_Dioikhsh-k-diaxeirish-ergwn.pdf</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <p><b>1. ΓΝΩΣΗ:</b> να περιγράψουν, να προσδιορίσουν και να αναγνωρίσουν το γενικότερο πλαίσιο των διαφορετικών μορφών διοίκησης.</p> <p><b>2. ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ:</b> να εξηγήσουν και θα εμβαθύνουν στην Διοικητική επιστήμη και τις ιδιαιτερότητες προσέγγισής της ανάλογα με τον σκοπό της και τον τομέα που θα εφαρμοστεί</p> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <p><b>3. ΕΦΑΡΜΟΓΗ:</b> να υπολογίζουν παραμέτρους παραγωγικότητας, αποδοτικότητας και αποτελεσματικότητας λειτουργιών και διαδικασιών</p> <p><b>4. ΑΝΑΛΥΣΗ:</b> να συνδυάζουν τη γνώση στο πεδίο της διοίκησης και διαχείρισης έργων εν γένει, και τις ικανότητές τους ώστε να σχεδιάζουν και να διεκπεραιώνουν έργα και διαδικασίες σε περιπτώσεις άγνωστου περιβάλλοντος</p> <p><b>5. ΣΥΝΘΕΣΗ:</b> να οργανώνουν τη γνώση και κατανόησή τους στο πεδίο της διοίκησης και διαχείρισης έργων εν γένει, και τις ικανότητές τους ώστε να ανακατασκευάζουν και να αναδιοργανώνουν έργα και διαδικασίες προβληματικές που προκύπτουν σε εφαρμογές πεδίου με τη βοήθεια προκεχωρημένων εργαλείων και μεθόδων</p> <p><b>Ικανότητες</b></p> <p><b>6. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ:</b> Να συνδυάζουν γνώσεις και να διατυπώνουν κρίσεις, έστω και με ελλιπή ή περιορισμένα δεδομένα</p>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>✓ Λήψη αποφάσεων</li> <li>✓ Αυτόνομη εργασία</li> <li>✓ Ομαδική εργασία</li> <li>✓ Εργασία σε διεθνές περιβάλλον</li> <li>✓ Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον</li> <li>✓ Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών</li> </ul>			

#### ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

- **Θεωρία:**
  1. -Εισαγωγή στη διοίκηση των έργων.
  2. -Μέτρηση δυναμικότητας, αποδοτικότητας, παραγωγικότητας.
  3. -Μάνατζμεντ ολικής ποιότητας.
  4. -Ηγεσία και καθοδήγηση.
  5. -Θεωρίες περί ηγεσίας.
  6. -Λήψη αποφάσεων με δέντρα.
  7. -Διεργασίες και σχεδιασμός διεργασιών.
  8. -Προγραμματισμός δυναμικότητας παραγωγής.

9. -Εισαγωγή στον γραμμικό προγραμματισμό.
10. -Μέτρηση εργασίας.
11. -Σχεδιασμός διαδικασιών εργασίας.
12. -Μέθοδοι χρονοδιαχείρισης έργων.
13. – Επίλυση ολοκληρωμένης διαχείρισης έργου, προγραμματισμός διαδικασιών

#### **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

##### ***Προτεινόμενη βιβλιογραφία***

##### **1. ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΡΓΩΝ: Η ΕΠΙΤΕΥΞΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΥ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΟΣ**

Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 59395324

Έκδοση: 1η/2016

Συγγραφείς: Pinto K. Jeffrey

ISBN: 9789963258901

Τύπος: Σύγγραμμα

Διαθέτης (Εκδότης): BROKEN HILL PUBLISHERS LTD

##### **2. ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΩΝ ΕΡΓΩΝ**

Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 77109652

Έκδοση: 3η έκδ./2018

Συγγραφείς: Πολύζος Σεραφείμ

ISBN: 978-960-586-254-1

Τύπος: Σύγγραμμα

Διαθέτης (Εκδότης): ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΚΡΙΤΙΚΗ ΑΕ

***Συναφή επιστημονικά περιοδικά:***

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230704 230710	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	7 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Επιχειρηματική Ευφυΐα και Αναλυτική</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	2		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	1		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Ειδίκευσης γενικών γνώσεων		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΗ και ΑΓΓΛΙΚΗ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΝΑΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210708_Per_Epixeirhmatikh-eyfyia-k-analytikh.pdf">http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210708_Per_Epixeirhmatikh-eyfyia-k-analytikh.pdf</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Στο σημερινό επιχειρηματικό περιβάλλον επιβάλλεται η συνεχής παρακολούθηση, αναγνώριση και κατανόηση όλων των δραστηριοτήτων μιας επιχείρησης και του περιβάλλοντός της, μέσω της συλλογής και ανάλυσης δεδομένων, έτσι ώστε να υποστηριχθεί η διοίκηση της επιχείρησης στη λήψη πληροφορημένων αποφάσεων και το βέλτιστο σχεδιασμό βασισμένο σε στοιχεία.</p> <p>Το μάθημα της Επιχειρηματικής Ευφυΐας και Αναλυτικής (Business Intelligence and Analytics) αναφέρεται σε μεθόδους και διαδικασίες που έχουν ως σκοπό την άντληση δεδομένων και τη μετατροπή τους σε γνώση, καθώς και την αξιοποίηση της γνώσης αυτής στην υποστήριξη μεγάλου εύρους εργασιών διοίκησης και μάρκετινγκ, όπως η ανακάλυψη τάσεων, η μελέτη της συμπεριφοράς πελατών, η λήψη αποφάσεων με πολλαπλά κριτήρια και η αξιολόγηση απόδοσης.</p> <p>Η Επιχειρηματική Ευφυΐα βασίζεται σε ειδικά αναλυτικά εργαλεία στατιστικής επεξεργασίας και οπτικοποίησης δεδομένων, καθώς και τεχνολογίες εξόρυξης γνώσης από δεδομένα, μηχανικής μάθησης και τεχνητής νοημοσύνης. Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ΓΝΩΣΗ: Να αναγνωρίζει και να περιγράφει έννοιες, θεωρίες και προβλήματα που σχετίζονται με την Επιχειρηματική Ευφυΐα στο σύγχρονο επιχειρησιακό και τεχνολογικό περιβάλλον.</li> <li>2. ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ: Να είναι εξοικειωμένος/η με τις τεχνολογίες Επιχειρηματικής Ευφυΐας και να μπορεί να τις γενικεύει πρακτικά σε έναν οργανισμό.</li> </ol> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. ΕΦΑΡΜΟΓΗ: Να υπολογίζει το εύρος, τις δυνατότητες και τους περιορισμούς των διαθέσιμων τεχνολογιών Επιχειρηματικής Ευφυΐας.</li> <li>4. ΑΝΑΛΥΣΗ: να σχεδιάζει και να αναπτύσσει στόχους και να επιλέγει τα κατάλληλα εργαλεία για την επίτευξή τους.</li> <li>5. ΣΥΝΘΕΣΗ: Να εξηγεί τη σημασία της Επιχειρηματικής Ευφυΐας για την επιτυχή ανάπτυξη μιας επιχείρησης.</li> </ol> <p><b>Ικανότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>6. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ: να αξιολογεί τη δική του/ης επαγγελματική σταδιοδρομία.</li> </ol>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>✓ Λήψη αποφάσεων</li> <li>✓ Αυτόνομη εργασία</li> <li>✓ Ομαδική εργασία</li> <li>✓ Εργασία σε διεθνές περιβάλλον</li> </ul>			
<b>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>			
Το μάθημα της Επιχειρηματικής Ευφυΐας περιλαμβάνει στοιχεία θεωρίας της επιστήμης των δεδομένων σε εύληπτη μορφή, εφαρμογές και επίδειξη λογισμικού σε μορφή διαλέξεων, καθώς και εργαστηριακές ασκήσεις που			

πραγματοποιούνται από τους φοιτητές σε μορφή εργασιών (πρότζεκτ). Περιλαμβάνονται οι ακόλουθες ενότητες:

- Εισαγωγή στις έννοιες της Επιχειρηματικής Ευφυΐας. Διαδεδομένες εφαρμογές, προσεγγίσεις και πρακτικές, και ο ρόλος του στελέχους διοίκησης/μάρκετινγκ.
- Κατηγορίες μεθόδων, βασικές αρχές και διαθέσιμες τεχνολογίες.
- Πηγές δεδομένων, συλλογή, οργάνωση και αξιολόγηση δεδομένων. Οι κυριότεροι πάροχοι δεδομένων και υπηρεσιών διαχείρισης μεγάλου όγκου δεδομένων.
- Παρουσίαση διαθέσιμων λογισμικών Επιχειρηματικής Ευφυΐας, κατάλληλων για στελέχη επιχειρήσεων. Γνωριμία με το περιβάλλον ανάλυσης Rapidminer.
- Περιγραφική αναλυτική. Στατιστική επεξεργασία και συγκεντρωτικά στοιχεία, αναφορές, οπτικοποίηση δεδομένων και έξυπνοι πίνακες ελέγχου.
- Άμεση αναλυτική επεξεργασία (OLAP) και αποθήκες δεδομένων.
- Μέθοδοι κατάταξης/πρόβλεψης.
- Εφαρμογή στη μελέτη ικανοποίησης πελατών.
- Μέθοδοι τμηματοποίησης/ταξινόμησης. Εφαρμογή στην τμηματοποίηση αγοράς και την κατασκευή προφίλ πελατών.
- Κανόνες συσχέτισης (ανάλυση καλαθιού αγορών). Εφαρμογή στη μελέτη αναγκών και τη διαμόρφωση πακέτων προσφορών.
- Συστήματα συστάσεων. Εφαρμογή στις εξατομικευμένες προωθητικές ενέργειες.
- Επεξεργασία ελεύθερου κειμένου και ανάλυση συναισθήματος. Εφαρμογή στην παρακολούθηση τάσεων μέσω σχολίων σε κοινωνικά δίκτυα.
- Συστήματα διαχείρισης γνώσης για την υποστήριξη λήψης αποφάσεων.

#### **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

##### ***Προτεινόμενη βιβλιογραφία***

- ✓ Διαχείριση δεδομένων και επιχειρηματική ευφυΐα, Σταλίδης, Γ., Καρδαράς, Δ.. [ηλεκτρ. βιβλ.] Αθήνα:Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών, 2015, Διαθέσιμο ελεύθερα στο: <http://hdl.handle.net/11419/1161>
- ✓ Επιχειρηματική ευφυΐα και εξόρυξη δεδομένων: Ανακάλυψη Γνώσης για τη Λήψη Επιχειρηματικών Αποφάσεων, Κύρκος Ευστάθιος, 2016 [ηλεκτρ. βιβλ.] Αθήνα: Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών. Διαθέσιμο στο: <http://hdl.handle.net/11419/1226>
- ✓ ROIGER RICHARD J, GEATZ MICHAEL W. (2008). ΕΞΟΡΥΞΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ: ΕΝΑΣ ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΟΣ ΟΔΗΓΟΣ ΜΕ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΚΛΕΙΔΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΕ.
- ✓ Dunham Margaret H. (2004). Data mining, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΝΕΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ.

##### ***Συναφή επιστημονικά περιοδικά:***

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230706	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	7 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Δημόσιες Σχέσεις</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	3	5	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΕΙΔΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΗ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>			
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p><b>Λογική του μαθήματος:</b> Οι Δημόσιες Σχέσεις είναι ο απαραίτητος τομέας κάθε επιχείρησης και επιτελεί έναν σπουδαιότατο ρόλο στην επικοινωνία. Η εφαρμογή των Προγραμμάτων Δημοσίων Σχέσεων ενισχύουν το έργο της διαφήμισης η οποία έχει θεαματικά αποτελέσματα όταν δε συναντά εμπόδια στην εικόνα των επιχειρήσεων , των προϊόντων τους και των υπηρεσιών τους .</p> <p><b>Σκοποί του μαθήματος</b> Να δώσει ερεθίσματα και να αναλύσει ολοκληρωμένες τις δυνατότητες των Δημοσίων Σχέσεων για επικοινωνία και προώθηση. Να γίνει κατανοητός στους φοιτητές ο ρόλος των Δημοσίων σχέσεων στο σύγχρονο επικοινωνιακό πεδίο και οι δυνάμεις που τον καθορίζουν.Επίσης να κατανοήσουν τη θεωρία σχετικά με τη «στρατηγική διοίκηση» των δημοσίων σχέσεων και τη διαδικασία ανάπτυξης, εφαρμογής και αξιολόγησης της. Παρουσιάζονται οι στόχοι οι στρατηγικές και οι τακτικές ενώ ιδιαίτερη βαρύτητα δίνεται στα ηθικά ζητήματα.</p> <p>Κατά τη διάρκεια του μαθήματος παρουσιάζονται οι διάφοροι τύποι στρατηγικών δράσης και επικοινωνίας που χρησιμοποιούνται από τα στελέχη δημοσίων σχέσεων καθώς και μελέτες περιπτώσεως κατά την εφαρμογή του στρατηγικού τους σχεδίου. Παράλληλα, περιγράφονται οι βασικές τακτικές που έχει στη διάθεσή του ένα στέλεχος δημοσίων σχέσεων κατά την ανάπτυξη της στρατηγικής του.</p> <p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p>			
<b>Γνώσεις</b>			
<p><b>1. ΓΝΩΣΗ:</b> Να κατανοούν την έννοια των δημοσίων σχέσεων και να αναγνωρίζουν τον βασικό ρόλο και τη συνεισφορά της στο στρατηγικό σχεδιασμό των επιχειρήσεων. Να αναγνωρίζουν τη σημασία της στρατηγικής διοίκησης των δημοσίων σχέσεων στον επικοινωνιακό προγραμματισμό των επιχειρήσεων και οργανισμών . Να κατανοούν το νομικό πλαίσιο και τα ζητήματα ηθικής και δεοντολογίας που διέπουν την υπεύθυνη άσκηση της επαγγελματικής πρακτικής των δημοσίων σχέσεων.</p> <p><b>2. ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ:</b> Να διακρίνουν να συγκρίνουν και να αντιπαραβάλλουν τις διαφορές μεταξύ των μάντζερ δημοσίων σχέσεων και των άλλων τεχνικών επικοινωνίας. Να ξεχωρίζουν την έννοια των εταιρικών δημοσίων σχέσεων από αυτή των μάρκετινγκ δημοσίων σχέσεων.</p>			
<b>Δεξιότητες</b>			
<p><b>3. ΕΦΑΡΜΟΓΗ:</b> Να εφαρμόζουν και προσαρμόσουν τις βασικές έννοιες των ΔΣ στην επαγγελματική πρακτική.</p> <p><b>4. ΑΝΑΛΥΣΗ:</b> Να αναπτύξουν αποτελεσματικά προγράμματα δημοσίων Σχέσεων αναλύοντάς, σχεδιάζοντας και χρησιμοποιώντας τα εργαλεία των ΔΣ.</p> <p><b>5. ΣΥΝΘΕΣΗ:</b> Να συνθέτουν κατάλληλες στρατηγικές δημοσίων σχέσεων τις οποίες θα υποστηρίζουν με αποδοτικές τακτικές ενέργειες</p>			
<b>Ικανότητες</b>			
<p><b>6. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ:</b> Να κρίνουν και να αποφασίζουν για την καταλληλότητα των ενεργειών δημοσίων σχέσεων μέσα από μελέτες περιπτώσεων και ανάλυσής του. Να συγκρίνουν εναλλακτικές στρατηγικές Δημοσίων Σχέσεων.</p>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
✓ Λήψη αποφάσεων			

- ✓ Αυτόνομη εργασία
  - ✓ Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας
  - ✓ Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης
- Άσκηση κριτικής

#### ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

##### Ενδεικτικές Ενότητες

- 1) Ιστορική εξέλιξη των Δημοσίων Σχέσεων-Ορισμός-Κατανόηση της έννοιας των Δημοσίων Σχέσεων -Θεωρητικό υπόβαθρο –ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ
- 2) Στόχοι των Δημοσίων Σχέσεων και ο ρόλος τους στη διοίκηση. Δημόσιες Σχέσεις, Μάρκετινγκ και Διαφήμιση. Διαφοροποίηση από άλλες επικοινωνιακές λειτουργίες.
- 3) Η Επικοινωνία ως συστηματική δραστηριότητα για τη μετάδοση μηνυμάτων. Παραδοσιακές και Σύγχρονες μορφές επικοινωνίας.
- 4) Βασικές έννοιες και εργαλεία Δημοσίων Σχέσεων-Ψηφιακές Δημόσιες Σχέσεις.
- 5) Κοινή Γνώμη-Πειθώ-Στάσεις-Διαχείριση Φήμης της Επιχείρησης.
- 6) Οι Δημόσιες Σχέσεις ως διεργασία του Μάνατζμεντ. Σχέση Δημοσίων Σχέσεων με τη διοίκηση του οργανισμού. - Προγραμματισμός και Στρατηγική.
- 7) Πλάνο Δημοσίων Σχέσεων-Σύλληψη ιδέας-Φάση Δημιουργίας-Εκστρατεία Επικοινωνίας-Στόχοι- ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ
- 8) Εταιρείες και Τμήματα Δημοσίων Σχέσεων – Εσωτερικές Δημόσιες Σχέσεις-Σχέσεις με τους εργαζόμενους-Κοστολόγηση
- 9) Ηθική και Δεοντολογία στις Δημόσιες Σχέσεις-Εταιρικοί κώδικες δεοντολογίας- ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ
- 10) Σχέσεις με τα ΜΜΕ-Δελτία Τύπου, φωτογραφίες, συνεντεύξεις. Πως διεξάγονται.
- 11) Δημόσιες Σχέσεις και καταναλωτές. Δημόσιες Σχέσεις και πολιτική
- 12) Διαχείριση Κρίσεων. Ανάλυση, με μελέτες περιπτώσεων, ενεργειών των Δημοσίων Σχέσεων σε καθεστώς κρίσεων.
- 13) Δημόσιες Σχέσεις : Το μέλλον των Δημοσίων Σχέσεων-Νέες τάσεις στον κλάδο

#### ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

##### Προτεινόμενη βιβλιογραφία

- Fraser P. Seitel (2018) Δημόσιες Σχέσεις – Θεωρία και Εφαρμογές-Εκδόσεις Πασχαλίδη
- Trevor Morris & Simon Goldsworthy (2017) Σύγχρονες Δημόσιες Σχέσεις, Εκδόσεις Κλειδάριθμος
- Ξύγγη, Μ. (2012), Δημόσιες Σχέσεις: Θεωρητικές Προσεγγίσεις και Πρακτικές εφαρμογές, Εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα.
- Παπαλεξανδρή, Ν. και Λυμπερόπουλος (2014), Δημόσιες Σχέσεις (3η έκδοση), Γεωργία Σωτ., Μπένου, Αθήνα.
- Hendrix, J. (2008), Δημόσιες Σχέσεις– Μελέτες Περιπτώσεων, Γ. Παρίκος & Σια ΕΕ, Αθήνα. Αλβανός, Ρ. (2016), Δημόσιες Σχέσεις: Θεωρία και Πρακτική της Επαγγελματικής Επικοινωνίας, Εκδόσεις Επίκεντρο
- Αρναούτογλου, Ε. (2014), Δημόσιες Σχέσεις: Μια Σύγχρονη Προσέγγιση, Rosili Εμπορική Εκδοτική, Αθήνα.
- Kelleher, T. (2007), Public Relations Online, Sage, Thousand Oaks; London
- Grunig, J. and Grunig, L. (2000), Public Relations in Strategic Management and Strategic Management of Public Relations: Theory and Evidence from the IABC Excellence Project, Journalism Studies, Vol. 1 No. 2, pp. 303-321.
- Austin, E. and Pinkleton, B. (2001), Strategic Public Relations Management: Planning and Managing Effective Communication Programs, Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah [New Jersey]; London.
- Smith, R. (2002), Strategic Planning for Public Relations, Lawrence Erlbaum, Mahwah; London

##### Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- Kotler, P., & Mindak, W. (1978), Marketing and Public Relations, Journal of Marketing, Vol. 42, No. 4, pp. 13-20
- Grunig, J. and Grunig, L. (2000), Public Relations in Strategic Management and Strategic Management of Public Relations: Theory and Evidence from the IABC Excellence Project, Journalism Studies, Vol. 1 No. 2, pp. 303-321.
- Hazleton, V. and Long, L. (1985), The Process of Public Relations: A Model, Paper presented to the International Communications Association, Honolulu, Hawaii
- Ferguson, M. A. (2018). Building theory in public relations: Interorganizational relationships as a public relations paradigm. Journal of Public Relations Research, Vol. 30 No. 4, pp. 164- 178.
- Eyrich, N., Padman, M. L., & Sweetser, K. D. (2008). PR practitioners' use of social media tools and communication technology. Public Relations Review, 34, No 4, pp. 412-414.
- Kruckeberg, D., & Vujnovic, M. (2010), The Death of the Concept of Publics (Plural) in 21st Century Public Relations, International Journal of Strategic Communication, Vol. 4, No. 2, pp
- Moreno, Á., Zeffass, A., Tench, R., Verčič, D., & Verhoeven, P. (2009), European Communication Monitor: Current Developments, Issues and Tendencies of the Professional Practice of Public Relations in Europe, Public Relations Review, Vol. 35, No. 1, pp. 79-82. Watson, T. (2012), The Evolution of Public Relations Measurement and Evaluation, Public Relations Review, Vol. 38, No. 3, pp. 390-398.. 117-125







<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230707	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	7 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Προσωπικές Πωλήσεις</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΓΕΝΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΚΑΙ ΑΓΓΛΙΚΗ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΝΑΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>			
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Ο σκοπός του μαθήματος είναι να περιγράψει τις τακτικές πωλήσεων, να εξηγήσει τις λειτουργίες του και να δώσει στους φοιτητές τη δυνατότητα να αποκτήσουν τις βασικές δεξιότητες στην χρήση των πωλήσεων σε όλες της κατηγορίες της αγοράς. Επίσης να παρέχει στους φοιτητές τις κατάλληλες γνώσεις σε εφαρμογές πραγματικών casestudiesεπιχειρήσεων και πωλήσεων αυτών καθώς και τα πλεονεκτήματα των νέων αγορών στην εργασία και την καθημερινότητα. Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <p>1. ΓΝΩΣΗ- αναγνωρίζουν και να προσδιορίζουν τις διάφορες κατηγοριών των πωλήσεων- περιγράφουν τις βασικές λειτουργίες των αγορών και των πωλήσεων- να αναγνωρίζουν τους τύπους πελατών και πωλητών και να προσδιορίζουν τους βασικούς τύπους καταναλωτών – πελατών.</p> <p>2. ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ- διακρίνουν τις διαφορές μεταξύ πελατών/πωλητών/αγορών- διακρίνουν τη σπουδαιότητα της δικτύωσης προσωπικών πωλήσεων- εξηγούν και να εκτιμούν τις διάφορες κατηγορίες των καταναλωτών &amp; πελατών- εκτιμούν και διακρίνουν βασικά στοιχεία του συστήματος των αγορών- να διακρίνουν τις υπηρεσίες των προσωπικών πωλήσεων και να κατανοούν τη βασική δομή του</p> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <p>3. ΕΦΑΡΜΟΓΗ- να ανακαλύπτουν την πρακτική των κυρίων υπηρεσιών του προσωπικού των πωλήσεων και των λειτουργιών αυτού στην αγορά</p> <p>4. ΑΝΑΛΥΣΗ- να αντιλαμβάνονται το κοινό στόχο και την αγορά στην οποία θα πρέπει να αναλύσουν και να δραστηριοποιηθούν σε αυτήν</p> <p>5. ΣΥΝΘΕΣΗ- να συνθέτουν τις διαβαθμίσεις των πελατών και να ανταποκρίνονται στην διαφορετικότητα τους</p> <p><b>Ικανότητες</b></p> <p>6. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ – να αξιολογούν τα βασικά χαρακτηριστικά των συστημάτων των αγορών- να αξιολογούν τα πλεονεκτήματα που προσφέρουν οι προγενέστερες κινήσεις επιχειρήσεων μέσα από τα casestudies- να αξιολογούν τη λειτουργία των επιχειρήσεων και των αγορών στις οποίες δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά και συμβουλευτικά ως πωλητές.</p>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<p>Μετά το πέρας του μαθήματος ο/η φοιτητής/τρια θα είναι σε θέση να αναλύει και να συνθέτει τα δεδομένα των προσωπικών πωλήσεων και να τα προσαρμόζει ανάλογα και σε κάθε περίπτωση σε νέες καταστάσεις των επιχειρηματικών αγορών.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>✓ Λήψη αποφάσεων</li> <li>✓ Αυτόνομη εργασία</li> <li>✓ Ομαδική εργασία</li> <li>✓ Σχεδιασμός και διαχείριση έργων</li> <li>✓ Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα</li> <li>✓ Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον</li> </ul>			

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

### Θεωρία

1. Καλός στις πωλήσεις
2. Επαγγελματίες των Πωλήσεων
3. Συμπεριφορά Πελατών και Πωλητών – Τηλεφωνική Συμπεριφορά
4. Η Τέχνη της Προσωπικής Πώλησης
5. Παρουσία Πραγματικών Επιχειρηματικών Προβληματισμών
6. Επιτυχημένη Πώληση – Η προσωπικότητα ενός Πωλητή
7. Επιτυχημένη Πώληση - Πως οι πεποιθήσεις και οι αξίες επηρεάζουν την επιτυχία των πωλήσεων - Το προσωπικό σου μπραντ
8. Απόδοση και Πώληση - Η διαδικασία πώλησης ως εργαλείο βελτίωσης -Θέτω τους σωστούς στόχους
9. Διαχείριση πληροφοριών από τις πωλήσεις - Το μοντέλο C<sup>3</sup> - Τα θεμέλια της αποτελεσματικής επιρροής
10. Η σημασία των σωστών ερωτήσεων - Ακούω και Μαθαίνω- Συλλογική διαπραγμάτευση - Πως πουλάς - Ο σύγχρονος καταναλωτής
11. Έρευνα με στόχο την αναζήτηση πελατών - Οι πρώτες συναντήσεις με τον πιθανό πελάτη - Προσδιορισμός του τι θέλει και τι χρειάζεται ο πελάτης
12. Κερδίζοντας την εμπιστοσύνη του πελάτη - Σύνταξη προτάσεων για πετυχημένες πωλήσεις - Πειστική εκφορά λόγου - Αξιοποίηση αντιρρήσεων
13. Ολοκλήρωση και δέσμευση - Διαχείριση της σχέσης - Οι προτεραιότητές σου όσον αφορά τη διαχείριση πελατών

### ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

#### **Προτεινόμενη βιβλιογραφία**

*Επιτυχημένη Πώληση, Cassell Jeremy, Bird Tom, Εκδόσεις Rossilli*

**Συναφή επιστημονικά περιοδικά:**

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230709	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	7 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Διεθνές Μάνατζμεντ</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	3	5	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΓΕΝΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΗ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>			
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτητές που θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα αποκτήσουν δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <p>1. Γνώση: να αναγνωρίζει τα αποτελέσματα των οικονομικών συμφωνιών για την ενοποίηση και την αποτελεσματικότητα των βασικών από αυτές και να εμβαθύνει στα αποτελέσματα της ΕΕ και στις μελλοντικές προκλήσεις που αντιμετωπίζουν</p> <p>2. Κατανόηση: να κατανοήσουν τους παράγοντες που γίνονται τις επιχειρήσεις στη διεθνοποίηση των λειτουργιών τους, να διακρίνουν τα σημεία που οι διεθνείς επιχειρήσεις διαφέρουν από τις εγχώριες επιχειρήσεις, να περιγράψουν το περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιούνται οι διεθνείς επιχειρήσεις</p> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <p>3. Εφαρμογή: να συζητά τη σημασία μιας εταιρικής «παγκόσμιας νοοτροπίας», να εξηγεί τη σχέση μεταξύ των στρατηγικών διεθνοποίησης και τις προσεγγίσεις διαχείρισης του ανθρώπινου δυναμικού και εξηγεί τη διαχείριση των υπηκόων χωρών/ τρίτης χώρας και των εκπατρισμένων</p> <p>4. Ανάλυση: να κατανοήσει τη σημασία της κουλτούρας για τη διεθνή επιχειρηματικότητα, να αναλύσει τα κοινωνικά και οικονομικά στοιχεία ενός πολιτισμού, τον ρόλο της τεχνολογίας στο πλαίσιο ενός πολιτισμού και τις διαστάσεις της πολιτιστικής αξίας του Hofstede.</p> <p>5. Σύνθεση: να εξηγήσει τη διεθνή στρατηγική και τις διεθνές ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και να κατανοήσει και να διακρίνει τις βασικές εταιρικές στρατηγικές διεθνοποίησης.</p> <p><b>Ικανότητες</b></p> <p>6. Αξιολόγηση: να αναγνωρίζει τη σημασία του σχεδιασμού της οργανωτικής δομής για τις διεθνείς επιχειρήσεις, να περιγράψει τις υφιστάμενες οργανωτικές δομές των διεθνών επιχειρήσεων, να εξηγεί τη διαδικασία λήψης μεταξύ μητρικών και θυγατρικών μονάδων μιας διεθνούς επιχείρησης και να αναφέρει τον ρόλο και τα είδη ελέγχου της θυγατρικής από τη μητρική εταιρεία</p>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές/ τριες αναπτύσσουν γνώσεις που θα τους βοηθήσουν στην</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, για τις αγορές και τις συνθήκες που επικρατούν με τη χρήση της κατάλληλης μεθοδολογίας και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Λήψη αποφάσεων</li> <li>✓ Εργασία σε διεθνές περιβάλλον</li> <li>✓ Σχεδιασμό και διαχείριση έργων</li> </ul> <p>Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον</p>			
<b>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Εισαγωγή στη διεθνή επιχειρηματική δραστηριότητα και στοιχεία διεθνούς εμπορίου και άμεσων ξένων επενδύσεων.</li> <li>2. Συνθήκες και επίπεδα οικονομικής ολοκλήρωσης – πρωτοβουλίες τοπικής οικονομικής συνεργασίας.</li> <li>3. Παγκόσμιες περιβαλλοντικές δυνάμεις: Κοινωνικές και πολιτικές δυνάμεις.</li> <li>4. Παγκόσμια περιβαλλοντικές δυνάμεις: Οικονομικές, πολιτικές και νομικές / κανονιστικές δυνάμεις.</li> </ol>			

5. Στρατηγικές διεθνοποίησης.
6. Οργανωτικός σχεδιασμός και έλεγχος διεθνοποιημένων επιχειρήσεων.
7. Ανάλυση περιπτώσεων (μελέτη περίπτωσης)
8. Η δομή της διοικητικής δράσης. Εφαρμογή των βασικών λειτουργιών στο εργασιακό χώρο.
9. Προγραμματισμός Ανθρώπινου Δυναμικού. Αξιολόγηση απόδοσης.
10. Κατάρτιση-Εκπαίδευση-Ανάπτυξη προσωπικού.
11. Πληροφοριακά συστήματα Διοίκησης.
12. Επίλυση προβλημάτων και λήψη.
13. Διαχείριση διαπραγματεύσεων.

#### ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

##### **Προτεινόμενη βιβλιογραφία**

1. Ball, A.D, Geringer J.M., Minor S.M., Mcnett M.J. (2014). *Διεθνής Επιχειρηματική Δραστηριότητα: Η Πρόκληση του Διεθνούς Ανταγωνισμού. Επίκεντρο.*
2. Θανόπουλος, Γ.Ν. (2012). *Διεθνής Επιχείρηση–Περιβάλλον, Δομή και Προκλήσεις. Interbooks*
3. Deresky, H. (2014). *International-Management-Managing-Across-Borders-and-Cultures-Text- and-Cases-8/E. Prentice Hall*

##### **Συναφή επιστημονικά περιοδικά:**

Journal of International Management (ISSN: 1075-4253)

European Journal of International Management (εκτύπωση ISSN: 1751-6757) Management International Review (ISSN: 0938-8249)

Τύχη

Εβδομάδα εργασίας

Financial Times

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230711	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	7 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Επιχειρηματικά Μοντέλα</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Ειδίκευσης γενικών γνώσεων		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΗ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="https://exams-sod.the.ihu.gr/course/view.php?id=340">https://exams-sod.the.ihu.gr/course/view.php?id=340</a>		

### Μαθησιακά Αποτελέσματα

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:

#### Γνώσεις

**1. ΓΝΩΣΗ:** συνδυάσουν δεξιότητες αναλυτικής και κριτικής σκέψης σχετικές με τις θεωρίες και τις προσεγγίσεις της στρατηγικής διοίκησης να επιλέξουν ικανοποιητικές γνώσεις των διαφορετικών μοντέλων και εργαλείων της στρατηγικής διοίκησης.

**2. ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ:** να διακρίνουν την αποστολή, τους σκοπούς και τους στόχους ενός οργανισμού.

#### Δεξιότητες

**3. ΕΦΑΡΜΟΓΗ:** να ταξινομήσουν και να υπολογίσουν τους παράγοντες κλειδιά της επιτυχίας ενός οργανισμού.

**4. ΑΝΑΛΥΣΗ:** να συνδυάσουν και να διαφοροποιήσουν τους οργανωσιακούς πόρους και ικανότητες, τις δεξιότητες κορμού (corecompetencies) και τις δυναμικές ικανότητες και τις διαφορές στις δύο ομάδες επιχειρηματικών πόρων.

**5. ΣΥΝΘΕΣΗ:** να δημιουργήσουν και να συνθέσουν τις ανταγωνιστικές δυνάμεις στην αγορά και τους διαφορετικούς τύπους ανταγωνιστού πλεονεκτήματος.

#### Ικανότητες

**6. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ:** να ορίσουν πως δημιουργείται αξία μέσω της στρατηγικής ηγεσίας κόστους και διαφοροποίησης. Να συγκρίνουν και να αξιολογήσουν τη σημασία της δημιουργικότητας και της καινοτομίας στη στρατηγική επιτυχία.

### Γενικές Ικανότητες

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

### ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Το μάθημα αυτό είναι Επιλογής και απευθύνεται στους φοιτητές που επιθυμούν να εμβαθύνουν τις γνώσεις τους σε ένα σχετικά καινούργιο γνωστικό αντικείμενο το οποίο αναφέρεται στον τρόπο με τον οποίο με τον οποίο ένας οργανισμός δημιουργεί και προσφέρει αξία. Η αξία χρησιμοποιείται με την ευρύτερη έννοια και όχι μόνον μόνο οικονομικό μέγεθος αλλά κοινωνική ή και άλλη αξία. Σύμφωνα με τη σχετική βιβλιογραφία, τα επιχειρηματικά μοντέλα αναφέρονται ως το προσχέδιο του τρόπου με τον οποίο μια επιχείρηση «επιχειρεί», δηλαδή περιγράφει την ολότητα

του πως η επιχείρηση επιλέγει τους πελάτες της, προσδιορίζει και διαφοροποιεί τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της, προσδιορίζει τα αντικείμενα με τα οποία ασχολείται η ίδια και εκείνα που δίνει σε εξωτερικούς συνεργάτες, πως διαμορφώνει τους πόρους που έχει στη διάθεσή της καθώς και πως βγαίνει προς τα έξω στο περιβάλλον της για να γίνει χρήσιμη για τους πελάτες της και να επωφεληθεί από τα κέρδη της.

Ένα ενδιαφέρον πρότυπο για την απεικόνιση ενός επιχειρηματικού μοντέλου είναι και ο δημοφιλής Καμβάς Επιχειρηματικού Μοντέλου (BusinessModelCanvas) ο οποίος αποτελεί ένα πρότυπο διαχείρισης της στρατηγικής για την ανάπτυξη νέων ή την καταγραφή υφιστάμενων επιχειρηματικών μοντέλων.

Θεωρία και Μελέτες Περίπτωσης

1η Εβδομάδα: Εισαγωγή στα Επιχειρηματικά Μοτέλα, Βασικές έννοιες και παραδείγματα με τη χρήση οπτικοακουστικού υλικού

2η Εβδομάδα: Αναλυτική Παρουσίαση του Καμβά των OSTERWALDER & PIGNEUR

3η Εβδομάδα: Αναλυτική παρουσίαση Μελέτης Περιπτώσεων με βάση την καμβά των OSTERWALDER & PIGNEUR

4η Εβδομάδα: Η καινοτομία στα Ε.Μ.. Εστίαση στις διαφορές ανάμεσα στα ΕΜ καινοτομίας και καινοτόμα ΕΜ.

5η Εβδομάδα: Ανοιχτά Επιχειρηματικά Μοντέλα και εκμετάλλευση ευκαιριών. Παρουσίαση από Υποψήφιο Διδάκτορα.

6η Εβδομάδα: Επιχειρηματικά μοντέλα Δημόσιων Οργανισμών και κοινόχρηστων Πόρων. Παρουσίαση από Υποψήφιο Διδάκτορα.

7η Εβδομάδα: Προετοιμασία γραπτής εργασίας φοιτητών

8η Παρουσιάσεις γραπτής εργασίας φοιτητών

9η-Εβδομάδα: Προετοιμασία ομαδικών εργασιών φοιτητών

10, 11η & 12η Εβδομάδα Παρουσίαση Εργασιών φοιτητών

13η Εβδομάδα: Επανάληψη ύλης και παρουσίαση της αξιολόγησης των εργασιών φοιτητών

#### **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

##### **Προτεινόμενη βιβλιογραφία**

*Επιχειρηματικών Υποδειγμάτων, Έκδοση 1η/2017, Συγγραφείς: OSTERWALDER A, PIGNEUR Y., , Εκδόσεις BROKEN HILL*

*ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΠΡΟΤΥΠΟΥ, Έκδοση: 2η/2019, Συγγραφείς: ΒΑΛΒΗ ΘΕΟΔΩΡΑ, ΚΑΡΑΓΙΑΝΝΗΣ ΗΛΙΑΣ, ΒΛΙΑΜΟΣ ΣΠΥΡΟΣ, Εκδότης: ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΔΙΣΙΓΜΑ ΙΚΕ*

##### **Συναφή επιστημονικά περιοδικά:**

Journal of BusinessModels

Strategic Management Journal

Academy of Management Review

- Long Range Planning
- HarvardBusiness Review
- MIT Sloan Management Review

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230712 230718	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	7 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Διοίκηση Ποιότητας</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΣΗΣ ΓΕΝΙΚΩΝ ΓΝΩΣΕΩΝ		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΚΑΙ ΑΓΓΛΙΚΗ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΝΑΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210723_Per_Dioikhsh- poiothtas2.pdf">http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210723_Per_Dioikhsh- poiothtas2.pdf</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <p><b>1. ΓΝΩΣΗ:</b> Να αναγνωρίσουν τον όρο Ολικός Έλεγχος Ποιότητας (ΟΕΠ) και τις παραμέτρους που τον επηρεάζουν. Να συνδυάζουν εργαλεία αυτοαξιολόγησης για τη διάγνωση των χαρακτηριστικών της ποιότητας.</p> <p><b>2. ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ:</b> Να διακρίνουν τον όρο Διαχείριση ή Διοίκηση Ολικής Ποιότητας (ΔΟΠ) και τις παραμέτρους που τον επηρεάζουν. Να εξηγήσουν τον όρο Συστήματα Διασφάλισης Ποιότητας (ΣΔΠ).</p> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <p><b>3. ΕΦΑΡΜΟΓΗ:</b> Να εξετάσουν και να αναπτύξουν ένα προϊόν / μία υπηρεσία ποιότητας [(συμπεριλαμβάνοντας την ανάλυση αστοχίας και αποτελεσμάτων (FMEA)]. Να ανακαλύψουν τον όρο Διαχείριση ή Διοίκηση Ολικής Ποιότητας καθώς και στα λοιπά εφαρμοζόμενα Συστήματα Διασφάλισης Ποιότητας (ΣΔΠ).</p> <p><b>4. ΑΝΑΛΥΣΗ:</b> Να συνδυάζουν τα μοντέλα και τα βραβεία ολικής ποιότητας (πχ, EFQM, Deming).</p> <p><b>5. ΣΥΝΘΕΣΗ:</b> Να συνθέσουν και να οργανώσουν τα πιο ευρέως χρησιμοποιούμενα εργαλεία και τεχνικές (καταιγισμός ιδεών, διάγραμμα συγγένειας, διάγραμμα αιτίου-αποτελέσματος, συγκριτική παρουσίαση με συστήματα αναφοράς, διάγραμμα ελέγχου, ιστόγραμμα, διάγραμμα Pareto, και διάγραμμα διασκόρπισης).</p> <p><b>Ικανότητες</b></p> <p><b>6. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ:</b> Να συγκρίνουν τόσο θεωρητική όσο και πρακτική γνώση των προτύπων ποιότητας International Standards Organization (ISO). Να μετρούν, να υπολογίζουν, να αναλύουν και να υπολογίζουν το κόστος για την ποιότητα, λαμβάνοντας υπόψη την πιθανότητα να λάβει χώρα ένας μεγάλος αριθμός αστοχιών διαφορετικής προέλευσης και να εφαρμόσουν τις διάφορες τεχνικές για βελτιστοποίηση του κόστους για την ποιότητα (περιορισμός κόστους με ταυτόχρονη βελτίωση της ποιότητας).</p>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>✓ Ομαδική ή/και ατομική εργασία</li> <li>✓ Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον</li> <li>✓ Παραγωγή νέων ερευνητικών ιδεών</li> <li>✓ Σχεδιασμός και διαχείριση έργων</li> <li>✓ Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας</li> <li>✓ Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής</li> <li>✓ Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης</li> </ul>			
<b>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Εισαγωγή στη Διοίκηση Ολικής Ποιότητας</li> <li>2. Εννοιολογική οριοθέτηση της Ποιότητας - Διοίκηση Ολικής Ποιότητας, Προϋποθέσεις, οφέλη, εμπόδια.</li> <li>3. επίπεδα εφαρμογής της Διοίκησης Ολικής Ποιότητας</li> <li>4. Σχεδιασμός Ποιότητας</li> </ol>			

5. Μοντέλα για την εφαρμογή της Διοίκησης Ολικής Ποιότητας
6. Πιστοποίηση Υπηρεσίας/Προϊόντος και Διορθωτικές Ενέργειες
7. Συστήματα Διασφάλισης Ποιότητας
8. Πρόγραμμα Ολικής Ποιότητας
9. Εργαλεία και Τεχνικές για τη Βελτίωση της Ποιότητας
10. Κύκλοι Ποιότητας, Ποιότητα κατά Deming, Juran, Grosby, Garvin, Ishikawa, Taguchi
11. Βραβεία Ολικής Ποιότητας
12. Σύστημα διαχείρισης ποιότητας κατά ISO
13. Σχεδιασμός Συστήματος Ικανοποίησης Πελατών

#### **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

##### ***Προτεινόμενη βιβλιογραφία***

Kiran D, R., (2016). Total Quality Management: Key Concepts and Case Studies  
Mizuno, S. (2020): Management for Quality Improvement: The 7 New QC Tools  
Tricker, R. (2019). Quality Management Systems: A Practical Guide to Standards

##### ***Συναφή επιστημονικά περιοδικά:***

Accreditation and Quality Assurance  
International Journal of Quality and Service Science  
Journal of Quality Assurance in hospitality & Tourism



<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230713 230721	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	7 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Ασφάλεια Πληροφοριακών Συστημάτων και Προστασία Ιδιωτικότητας</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Ειδίκευσης γενικών γνώσεων		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΚΑΙ ΑΓΓΛΙΚΗ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΝΑΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210718_Per_Asfaleia-plhroforiakwn-systhmatwn.pdf">http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210718_Per_Asfaleia-plhroforiakwn-systhmatwn.pdf</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Στο μάθημα δίνονται οι βασικές έννοιες για την κρυπτογραφία και πως οι έννοιες αυτές χρησιμοποιούνται γενικότερα στην ασφάλεια των υπολογιστικών συστημάτων. Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <p><b>1. ΓΝΩΣΗ:</b> να περιγράφουν πλήρως όλες τις βασικές έννοιες που είναι απαραίτητες στην κατανόηση της κρυπτογραφίας και στην ασφάλεια υπολογιστικών συστημάτων</p> <p><b>2. ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ:</b> Να διακρίνουν τους κυριότερους κινδύνους ασφάλειας προσωπικών δεδομένων και παραβίασης της ιδιωτικότητας</p> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <p><b>3. ΕΦΑΡΜΟΓΗ:</b> να εξετάζουν τις αρχές και την αποτελεσματικότητα των πιο γνωστών μεθόδων προστασίας δεδομένων.</p> <p><b>4. ΑΝΑΛΥΣΗ:</b> συνδυάζουν διαφορετικές εφαρμογές τεχνικών ασφάλειας πληροφοριών στα πληροφοριακά συστήματα μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού και να τις αναπτύξουν.</p> <p><b>5. ΣΥΝΘΕΣΗ:</b> Μπορούν να δημιουργήσουν και να συνθέσουν το Σχέδιο Ασφάλειας ενός Πληροφοριακού Συστήματος</p> <p><b>Ικανότητες</b></p> <p><b>6. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ:</b> να συγκρίνουν και να αξιολογήσουν μελέτες περιπτώσεων.</p>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Αυτόνομη Εργασία</li> <li>✓ Ομαδική Εργασία</li> <li>✓ Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής</li> <li>✓ Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης</li> <li>✓ Λήψη Αποφάσεων</li> </ul>			
<b>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Εισαγωγικές έννοιες ασφάλειας. Ανασκόπηση εννοιών κρυπτογραφίας</li> <li>2. Μοντέλα επιθέσεων</li> <li>3. Πιστοποίηση ταυτότητας. Έλεγχος πρόσβασης</li> <li>4. Ασφάλεια βάσεων δεδομένων</li> <li>5. Ασφάλεια στο επίπεδο δικτύου. Ασφάλεια στο επίπεδο μεταφοράς</li> <li>6. Ασφάλεια στο επίπεδο εφαρμογής</li> <li>7. Ασφάλεια ονομάτων χώρου. Ασφάλεια ασύρματων δικτύων</li> <li>8. Ασφάλεια περιμέτρου (Firewalls, συστήματα αντιμετώπισης εισβολών, κλπ.)</li> <li>9. Κακόβουλο λογισμικό.</li> <li>10. Ασφάλεια λογισμικού</li> <li>11. Ασφάλεια λειτουργικών συστημάτων</li> <li>12. Διαχείριση ασφάλειας και πρότυπα (π.χ., ISO 27000)</li> </ol>			

13. Νομικά θέματα ασφάλειας δικτύων και συστημάτων

**ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

***Προτεινόμενη βιβλιογραφία***

Ασφάλεια Πληροφοριών & Συστημάτων στον Κυβερνοχώρο, Σ. Κάτσικας, Σ. Γκριτζαλης, Κ. Λαμπρινουδάκης, 2020, Εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών

Κρυπτογραφία και ασφάλεια δικτύων: αρχές και εφαρμογές, W. Stallings, 2011, εκδ. Ίων,

Βασικές αρχές ασφάλειας δικτύων: εφαρμογές και πρότυπα, W. Stallings, 2008, εκδ. Κλειδάριθμος,

Ασφάλεια Υπολογιστών: Αρχές και Πρακτικές, W. Stallings, L. Brown, 2016, εκδ. Κλειδάριθμος, ISBN: 978-960-461-668-8.

***Συναφή επιστημονικά περιοδικά:***

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230714	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	7 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>ΚΑΝΑΛΙΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΣΤΙΣ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΕΣ</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	1		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	2		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	3	5	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΕΙΔΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΚΑΙ ΑΓΓΛΙΚΗ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΝΑΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210720_Per_Kanalia-dianomhs-ston-tourismo-k-aerometaforres.pdf">http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210720_Per_Kanalia-dianomhs-ston-tourismo-k-aerometaforres.pdf</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <p><b>1. ΓΝΩΣΗ:</b> να αναγνωρίζει το ρόλο και τη σημασία των καναλιών διανομής των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών</p> <p><b>2. ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ:</b> να μπορεί να διακρίνει του τύπους και τα χαρακτηριστικά των διαφορετικών καναλιών διανομής</p> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <p><b>3. ΕΦΑΡΜΟΓΗ:</b> να ανακαλύψουν στην πράξη τα ηλεκτρονικά συστήματα κρατήσεων και να πραγματοποιούν διαδικτυακές κρατήσεις σε καταλύματα, αεροπορικές και ακτοπλοϊκές εταιρείες</p> <p><b>4. ΑΝΑΛΥΣΗ:</b> να συνδυάσει κρατήσεις μέσα από το σύστημα για αεροπορικά εισιτήρια, ξενοδοχεία, πλοία, τρένα και εκδρομικά πακέτα και να τιμολογεί και να εκδίδει τίτλους μεταφοράς σύμφωνα με τους διεθνείς κανονισμούς και πάντα προσαρμοσμένα στις απαιτήσεις του πελάτη</p> <p><b>5. ΣΥΝΘΕΣΗ:</b> να προτείνει και να ερμηνεύει ορολογίες και διαδικασίες μεταφοράς των επιβατών. Να συνθέτει και να προτείνει όλα τα σχετικά με τις μεταφορές έντυπα</p> <p><b>Ικανότητες</b></p> <p><b>6. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ:</b> να συγκρίνει την νομοθεσία που διέπουν τις μεταφορές καθώς και τα δικαιώματα των επιβατών. και να χρησιμοποιεί σε όλη του την έκταση τις δυνατότητες που του παρέχει το σύστημα για την πιο ολοκληρωμένη παροχή τουριστικών υπηρεσιών</p>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ φοιτητής με την επιτυχή παρακολούθηση θα μπορεί να:</li> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>✓ Λήψη αποφάσεων</li> <li>✓ Αυτόνομη εργασία</li> <li>✓ Ομαδική εργασία</li> <li>✓ Εργασία σε διεθνές περιβάλλον</li> <li>✓ Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον</li> <li>✓ Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών</li> </ul>			

#### ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Στα συστήματα κρατήσεων διδάσκονται: Δημιουργία και οργάνωση των συστημάτων. Μέθοδοι πωλήσεων των συστημάτων. Τιμολόγηση των συστημάτων. Ορολογία της IATA σχετική με τις μεταφορές. Εκμάθηση του συστήματος κρατήσεων. Παγκόσμια Αεροπορική Γεωγραφία. Μελέτη και λειτουργία αεροδρομίων. Κοστολόγηση κράτησης. Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα των συστημάτων στην συμβολή δημιουργίας τουριστικού πακέτου. Ψυχολογία του πελάτη. Γνωριμία με τις εταιρείες που χρησιμοποιούν το σύστημα καθώς και με το προϊόν τους. Συγκριτική τιμολογιακή πολιτική. Λειτουργία του τουριστικού γραφείου μέσα από τα συστήματα κρατήσεων.

1. GLOBAL DISTRIBUTION SYSTEMS
2. GDS Pricing Policy

3. Terminology of GDS
4. AMADEUS GDS presentation
5. CODING DECONDING MISCELLANIONS HELP ENTRIES
6. AVAILABILITY / SELL SEAT
7. RESERVATION (PNR)
8. CANCELLATION
9. DIVIDE - PRICING
10. SPECIAL SERVICES
11. HOTEL AVAILABILITY
12. HOTEL SELL
13. RAIL AVAILABILITY RAIL SELL

#### ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

##### **Προτεινόμενη βιβλιογραφία**

- Βαρβαρέσος Σ., Τουρισμός, Οικονομικές Προσεγγίσεις, Εκδόσεις «ΠΡΟΠΟΜΠΟΣ», Αθήνα 1997.
  - Αποστολόπουλος Ευθ. και συν., Ελληνικός τουρισμός μύθοι & πραγματικότητα. Εκδόσεις Nubis, Αθήνα 1996
  - Ζαχαράτος, Γ. (1999): Οικονομική του Τουρισμού & Οργάνωση των Τουριστικών Ταξιδιών, Πάτρα: Ε.Α.Π., σελ. 14.
  - Ηγουμενάκης, Γ.Ν., Κραβαρίτης, Ν.Κ., και Λύτρας, Ν.Π., (1999). Εισαγωγή στον Τουρισμό. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks
  - Ηγουμενάκης Ν., Τουριστικό Μάρκετινγκ, Εκδόσεις INTERBOOKS, ΑΘΗΝΑ, 1999
  - Καψή Ν. Οι διακοπές του μέλλοντος: οι εξελίξεις και οι τάσεις που θα καθορίσουν το μελλοντικό μοντέλο διακοπών, Τουρισμός και Οικονομία, τεύχος 295
  - Λαγός, Δ. (2005), Τουριστική Οικονομική, Εκδόσεις: Κριτική, Αθήνα
  - Σιταράς Θωμάς- Τζένος Χρήστος, Μάρκετινγκ τουρισμού και ποιοτική εξυπηρέτηση, εκδόσεις Interbook, Αθήνα 2004.
  - Κιλπίρης Φώτης, Αειφόρος τουριστική ανάπτυξη και μικρομεσαία τουριστική επιχείρηση, Θεσσαλονίκη 2009
  - Χυτήρης, Λ. (2004): Ποιότητα Υπηρεσιών στα Τουριστικά Γραφεία (IATA), Αθήνα: Τουρισμός και Οικονομία
- ##### **Ξενόγλωσση**
- Goeldner R.C., (1998) The evaluation of tourism as an industry and a discipline. University of Surrey, UK
  - Goelnder, C.R., and Ritchie, J.R.B., (2012). Tourism: Principles, Practices, Philosophies. 12th ed. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc
  - Bowie, D., and Buttle, F., (2012). Hospitality Marketing: An Introduction. Oxford: ButterworthHeinemann
  - Pitt, L., Berthon, P. and Berthon, J.P. (1999). Changing Channels: Impact of the Internet on Distribution Strategy. Business Horizons
  - Buhalis, D. (1998). Strategic use of information technologies. Tourism Management.
  - Buhalis, D. (2003). eTourism: Information Technology for Strategic Tourism Management. London, UK: Pearson (Financial Times/Prentice Hall).
  - Buhalis, D., Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet - The state of eTourism research. Tourism Management.
  - Buhalis, D., Laws, E. (2001), Tourism Distribution Channels. London: Continuum.
  - Buhalis, D. and Licata, C. (2002). The future of eTourism intermediaries. Tourism Management.
  - Buhalis, D., O'Connor, P. (2005). Information communication technology revolutionizing tourism. Tourism Recreation Research.
  - Buhalis, D., and Zoge, M. (2007). The strategic impact of the Internet on the tourism industry. In M. Sigala, L. Mich, & J. Murphy (Eds.). Information and Communications Technologies in Tourism: Proceedings of the International Conference ENTER in Ljubljana, Slovenia. SpringerVerlag Wien
  - Harris J.P (1995) A development strategy for the hospitality operations management curriculum, International Journal of Contemporary Hospitality management, vol 7
  - Jafari J. (1987) Tourism Models: the sociocultural aspects, Tourism Management vol 8
  - Chircu, A.M., Kauffman, R.J. (1999). Analyzing firm-level strategy for Internet-focused reintermediation. In Sprague, R., Proceedings of the 41st Hawaii International Conference on System Sciences - 2008. Waikola, Big Island, Hawaii, 7-10 January, Los Alamitos. California: IEEE Computer Society Press. Vol. 5
  - Chircu, A.M., Kauffman, R.J. (2000a). A framework for performance and value assessment of ebusiness systems in corporate travel distribution. Working Paper, Mineapolis, MN: Management Information Systems Research Center, Carlson School of Management, University of Minnesota.
  - Chircu, A.M., Kauffman, R.J. (2000b). Reintermediation strategies in business-to-business electronic commerce. International Journal of Electronic Commerce.
  - Giaglis, G.M., Klein, S., O'Keefe, R.M. (1999). Disintermediation, reintermediation, or cybermediation? The future of intermediaries in electronic marketplaces. Proceedings of the 12th International Bled Electronic Commerce Conference: Global Networkes Organizations, Bled, Slovenia, 7-9 June
  - Kracht, J., Wang, Y. (2010). Examining the Tourism Distribution Channel: Evolution and Transformation. International Journal of Contemporary Hospitality Management. Vol. 22
  - McCubbrey, D. (1999). Disintermediation and reintermediation in the U.S. air travel distribution industry: A Delphi

reprise. Communications of the Association for Information Systems.

- McCubbrey, D., Taylor, R. (2005). Disintermediation and reintermediation in the U.S. air travel distribution industry:A Delphi reprise. Communications of the Association for Information Systems.
- O'Connor, P. (1999). Electronic Information Distribution in Tourism and Hospitality. Oxford, UK: CAB International.
- O'Connor, P. (2000). Using Computers in Hospitality (2nd ed.). London, UK: Thomson Learning.
- O'Connor, P., Frew, A. (2002). The future of hotel electronic distribution: Expert and industry perspectives. Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly.
- Sarkar, M.B., Butler, B. and Steinfield, C. (1998): Cybermediaries in electronic marketspace: toward theory building, Journal of Business Research, 41(3),
- Stern, L.W. and El-Ansary A.I. (1988). Marketing Channels. (3rd edition). NJ: Prentice Hall. Walden, P., Anckar, B. (2006). A reassessment of the efficacy of self-booking in travel in Sprague, R. (2006) Proceedings of the 39th Hawaii International Conference on System Sciences - 2006. Kauai, Hawaii, 4-7 January, Los Alamitos, California: IEEE Computer Society Press. Vol 6, pp. 560- 573.

**Συναφή επιστημονικά περιοδικά:**



<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230715	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	7 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Διοίκηση Λειτουργιών Καταλυμάτων</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	1		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	2		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Επιστημονικής Περιοχής		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΚΑΙ ΑΓΓΛΙΚΗ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΝΑΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210721_Per_Dioikhsh-Leitoyrgiwn-Katalymatwn.pdf">http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210721_Per_Dioikhsh-Leitoyrgiwn-Katalymatwn.pdf</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές θα είναι σε θέση να κατανοούν, οργανώνουν και εκτελούν αποτελεσματικά την διοίκηση των λειτουργιών καταλυμάτων, με έμφαση στα Τμήματα: Υποδοχής, Οροφοκομίας, Πωλήσεων &amp; Μάρκετινγκ, Συντήρησης, Ασφάλειας, Αναψυχής και Συνεδριακών χώρων. Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p>			
<b>Γνώσεις</b>	<p><b>1. ΓΝΩΣΗ:</b> Περιγράφει και προσδιορίζει την δομή της βιομηχανίας καταλυμάτων, τις τάσεις στην ανάπτυξη καθώς και τις νέες μορφές τουριστικών καταλυμάτων.</p> <p><b>2. ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ:</b> Διακρίνει και εξηγεί τους τρόπους στελέχωσης, οργάνωσης και διοίκησης, την τμηματοποίηση και τον καταμερισμό των λειτουργιών καταλυμάτων.</p>		
<b>Δεξιότητες</b>	<p><b>3. ΕΦΑΡΜΟΓΗ:</b> Συλλέγει και ταξινομεί τις σχετικές πληροφορίες προκειμένου να υπολογίσει τα έσοδα και να εξετάσει τα στατιστικά στοιχεία του καταλύματος.</p> <p><b>4. ΑΝΑΛΥΣΗ:</b> Σχεδιάζει και διοικεί τις βασικές λειτουργίες του Τομέα Δωματίων, καθώς και των Τμημάτων Πωλήσεων &amp; Μάρκετινγκ, Συντήρησης, Ασφάλειας, Αναψυχής και Συνεδριακών χώρων.</p> <p><b>5. ΣΥΝΘΕΣΗ:</b> Προτείνει βέλτιστους τρόπους διαχείρισης των πελατειακών σχέσεων και των πωλήσεων ξενοδοχειακών υπηρεσιών, καθώς και προσφοράς υπηρεσιών υψηλού επιπέδου και ικανοποίησης των πελατών.</p>		
<b>Ικανότητες</b>	<p><b>6. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ:</b> Αξιολογεί την ποιότητα και εξυπηρέτηση στην βιομηχανία καταλυμάτων.</p>		
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών.</li> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις.</li> <li>✓ Λήψη αποφάσεων.</li> <li>✓ Αυτόνομη εργασία.</li> <li>✓ Ομαδική εργασία.</li> <li>✓ Εργασία σε διεθνές περιβάλλον.</li> <li>✓ Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον.</li> <li>✓ Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης.</li> </ul>			

#### ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Οι διαλέξεις του μαθήματος αναφέρονται στα ακόλουθα θέματα:

1. Εισαγωγή στην βιομηχανία καταλυμάτων
2. Η δομή της βιομηχανίας καταλυμάτων
3. Τάσεις στην ανάπτυξη των τουριστικών καταλυμάτων. Νέες μορφές τουριστικών καταλυμάτων

4. Διοίκηση ποιότητας στα καταλύματα
5. Στελέχωση των καταλυμάτων
6. Οργάνωση και διοίκηση των καταλυμάτων
7. Διοίκηση λειτουργιών καταλυμάτων
8. Πωλήσεις ξενοδοχειακών υπηρεσιών
9. Εξυπηρέτηση πελατών στην βιομηχανία καταλυμάτων
10. Οργάνωση, λειτουργία & διοίκηση του τομέα δωματίων (RoomsDivision)
11. Στατιστική ανάλυση και έλεγχος των λειτουργιών του τομέα δωματίων (RoomsDivision)
12. Σχεδιασμός διαχείρισης των λειτουργιών του τομέα δωματίων (RoomsDivision). Διαχείριση απόδοσης (Yield management)
13. Οργάνωση, λειτουργία & διοίκηση των Τμημάτων: Πωλήσεων & Μάρκετινγκ, Συντήρησης, Ασφάλειας, Αναψυχής και Συνεδριακών χώρων.

#### ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

##### *Προτεινόμενη βιβλιογραφία*

**-Διοίκηση τομέα δωματίων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, Νίκος Θεοχάρης (2016), Εκδόσεις Προπομπός (Βιβλίο μαθήματος στον ΕΥΔΟΞΟ)**

- Λειτουργίες ξενοδοχειακών μονάδων, Suzanne Stewart Weissinger (2003), Εκδόσεις Έλλην
- ΥπηρεσίαΥποδοχής, ΤάνιαΚαπίκη (2004), Interbooks
- Hotel management and operations, Denney G. Rutherford, Michael J. O'Fallon, John Wiley and Sons, 2010
- Foundations of lodging management, David K. Hayes, Jack D. Ninemeier, Allisha A. Miller, Pearson/Prentice Hall, 2012
- Hotel and Lodging Management: An Introduction, 2nd Edition, Alan T. Stutts, James Wortman, 2005
- Hotel Operations Management, Hayes, D. &Ninemeier, J. (2004), New Jersey: Prentice Hall
- Managing Front Office Operations, Michael L. Kasavana and Richard M. Brooks
- Managing Housekeeping Operations, Aleta A. Nitschke and William D. Frye
- Quality Sanitation Management, Ronald F. Cichy
- Managing Technology in the Hospitality Industry, Michael Kasavana, John j. Cahill
- Front Office Management and Operations, DeveauLinsley and Patricia/ Portocarrero Nestor/ Escoffier Marcel
- Front Office Operations, Dix Colin and Baird Chris
- Front Office, Abbott Peter – Lewry Sue
- Rooms at the Inn: Front Office Operations & Administration, Foster Denis
- Hotel Front Office Management, James A. Bardi
- Accounting for Hospitality Managers, Raymond Cote
- Accounting for Club Operations, Raymond S. Schmidgall and James W. Damitio
- Basic Hotel & Restaurant Accounting, Raymond Cote
- Front Office Operations and Night Audit Workbook, Moreo Patrick – Sammons Gail – Dougan Jim
- Security and Loss Prevention Management, Raymond C. Ellis Jr. and David M. Stipanuk
- Glossary of Hospitality Terms, Educational Institute of the American Hotel and Lodging Association
- Kapiki, S., Factors Enhancing Economic Performance in Hospitality. The Paradigm of Greek Hotel Companies, Journal of Tourism, Hospitality & Culinary Arts, Vol. 4(2), 2012, pp. 7-18, ISBN 1985-8914
- Kapiki, S. et al., Assessment of the Lodging Industry Profitability Performance: Invest in Independent or Chain Ownership?, International Journal Turizam, Vol. 18(2), 2014, pp. 84-94, ISSN 1821-1127
- Kapiki, S. &Jaksic, D. Consumers' perceptions of the local hotel recreation facilities: the case of Greek and Serbian young people. International Journal of Tourism Policy 6.1 (2015): 46-63.

##### **Συναφή επιστημονικά περιοδικά:**

1. *Journal of Hotel and Business Management* (<http://www.omicsgroup.org/journals/jhbmhome.php>)
2. *Boletim de Estudos em Hotelaria e Turismo* (<http://www.etur.com.br/conteudocompleto.asp?idconteudo=1213>)
3. *Korean Journal of Hotel Administration* (<http://www.kasha.or.kr/>)
4. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing - JTHSM* (<https://www.jthsm.gr/>).



<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230716	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	<b>7<sup>ο</sup></b>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Πληροφοριακά Συστήματα &amp; Εφαρμογές Η/Υ στον Τουρισμό και τη Φιλοξενία</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	2		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	2		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΕΙΔΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΚΑΙ ΑΓΓΛΙΚΗ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>			
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Το μάθημα προσδιορίζει τις έννοιες: δεδομένα, πληροφοριακά δεδομένα, πληροφόρηση, πληροφορίες, σύστημα, υποσύστημα, πληροφοριακό σύστημα και εφαρμογές στις τουριστικές επιχειρήσεις. Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <p>1. <b>ΓΝΩΣΗ:</b> Να αναγνωρίζουν την αλληλουχία των εννοιών δεδομένα, πληροφοριακά δεδομένα, γνώση, απόφαση, καθώς και την εφαρμογή του PMS(Property Management System), των εφαρμογών του διαδικτύου και διαδικτυακής συνεργασίας που χρησιμοποιούν οι τουριστικές επιχειρήσεις.</p> <p>2. <b>ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ:</b> Να μπορούν να διακρίνουν τα πληροφοριακά συστήματα από τα συστήματα τεχνολογίας πληροφοριών και τα συστήματα πληροφορικής, τα υποσυστήματα των συστημάτων και να εκτιμούν με ποια υποσυστήματα/συστήματα συνεργάζεται το κάθε σύστημα.</p> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <p>3. <b>ΕΦΑΡΜΟΓΗ:</b> Να ταξινομούν τις πληροφοριακές ανάγκες της διοίκησης σε όλα τα επίπεδα οργάνωσης για τη λήψη των κατάλληλων αποφάσεων, να εξετάζουν ποια υποσυστήματα και εφαρμογές πρέπει να περιλαμβάνει το κάθε σύστημα, να ανακαλύπτουν για το κάθε σύστημα από ποια υποσυστήματα/συστήματα αντλεί δεδομένα, ή για το κάθε σύστημα σε ποια συστήματα μεταφέρει δεδομένα και να ανακαλύπτουν τις φόρμες (καρτέλες) των συστημάτων και να διακρίνουν σε ποια συστήματα ανήκουν και σε τι αποσκοπούν.</p> <p>4. <b>ΑΝΑΛΥΣΗ:</b> Να αναπτύσσουν την τεχνολογική υποδομή των συστημάτων πληροφορικής, των εφαρμογών με αυτόνομη χρήση, των εφαρμογών που συνθέτουν ομάδες εφαρμογών ως πακέτα-υποσυστήματα, που με την ενοποίησή τους δημιουργούν ένα PMS, των εφαρμογών που σχετίζονται με τους τομείς: δωματίων, επισιτιστικό, πωλήσεων, ανθρώπινου δυναμικού και οικονομικό των επιχειρήσεων φιλοξενίας, ώστε να ελέγχονται αποτελεσματικά όλες οι δραστηριότητές τους και να λαμβάνονται οι σωστές αποφάσεις.</p> <p>Να συνδυάζουν ποιες εφαρμογές διαδικτύου και από ποια συστήματα χρησιμοποιούνται και να γνωρίζουν σε ποια συστήματα εμφανίζονται οι χρεώστες και οι πιστωτές της επιχείρησης.</p> <p><b>ΣΥΝΘΕΣΗ:</b> Να οργανώνουν τους τύπους των πληροφοριακών συστημάτων ανά κατηγορία και ανά επίπεδο οργάνωσης, να εξηγούν της ροή των πληροφοριακών δεδομένων ανά τύπο, να προτείνουν τα είδη και τις κατηγορίες των πληροφοριών, και να αναγνωρίζουν τις δυνατότητες που παρέχουν τα πληροφοριακά συστήματα στη διοίκηση των τουριστικών επιχειρήσεων για τη λήψη αποφάσεων. Να εξηγούν τις εφαρμογές του διαδικτύου, οι οποίες έχουν υιοθετηθεί από τις τουριστικές επιχειρήσεις.</p> <p><b>Ικανότητες</b></p> <p>6. <b>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ:</b> Να αξιολογούν τους ιστοχώρους των επιχειρήσεων φιλοξενίας και να προτείνουν αλλαγές ή να προσθέτουν επιπλέον εφαρμογές, ώστε να λειτουργούν αποτελεσματικά και να συνδυάζονται με τη μηχανή κρατήσεων και όλους τους συνεργαζόμενους φορείς ταξιδιωτικά γραφεία, tour operators και onlinetravel agents.</p> <p>Να κρίνουν και να προτείνουν το κατάλληλο σύστημα (σχέση δυναμικότητας-τμημάτων)για οποιαδήποτε επιχείρηση φιλοξενίας, ώστε η διοίκηση να είναι σε θέση να ελέγχει αποτελεσματικά όλες τις δραστηριότητές της.</p>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<p>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών.</p>			

- ✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις.
- ✓ Λήψη αποφάσεων.
- ✓ Αυτόνομη εργασία.
- ✓ Ομαδική εργασία.
- ✓ Εργασία σε διεθνές περιβάλλον.
- ✓ Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον.
- ✓ Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης.

#### ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. Εισαγωγή στον Τουρισμό και στις Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών
2. Το ψηφιακό Τουριστικό Περιβάλλον
3. Διαμεσολαβητές Ταξιδιών και Πληροφορική
4. Το διαδίκτυο και ο Τουρίστας
5. Μέσα κοινωνικής Δικτύωσης και Τουρισμός
6. Κινητές Εφαρμογές και Τεχνολογίες της Πληροφορίας
7. Αεροπορία και Τεχνολογίες της Πληροφορίας
8. Επίγειες μεταφορές και Τεχνολογίες της Πληροφορίας
9. Πληροφοριακά Συστήματα στον κλάδο της Φιλοξενίας
10. Εμπειρίες επισκεπτών βασισμένες στην τεχνολογία
11. Διαχείριση Προορισμών και έξυπνοι προορισμοί
12. Βιώσιμος τουρισμός και Τεχνολογίες της Πληροφορίας
13. Το μέλλον των Τεχνολογιών της Πληροφορίας και του Τουρισμού

#### ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

##### *Προτεινόμενη βιβλιογραφία*

Πληροφοριακά Συστήματα στον Τουρισμό, Έκδοση: 1/2023, Benckendorff P.J., Xiang Z., Sheldon P.J., SBN: 9789925350391, Εκδότης: BROKEN HILL PUBLISHERS LTD

Νεράντζης Κ.2018. Πληροφοριακά συστήματα και εφαρμογές σε επιχειρήσεις φιλοξενίας

##### **Συναφή επιστημονικά περιοδικά:**

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230717	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	7 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Γεωγραφικά Συστήματα στον Τουρισμό</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Ανάπτυξης δεξιοτήτων		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	Ελληνικά-Αγγλικά-Γαλλικά		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210521_Per_Gewgrafika-systhmata-plhroforiwn-ston-tourismo.pdf">http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210521_Per_Gewgrafika-systhmata-plhroforiwn-ston-tourismo.pdf</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Το αντικείμενο των Γεωγραφικών Συστημάτων Πληροφοριών (ΓΠΣ) αποτελεί ένα καινοτόμο εργαλείο λήψης αποφάσεων σε πολλές επιστήμες, και ο βασικός στόχος είναι να παρουσιαστεί στους φοιτητές που επιλέγουν το μάθημα η δυνατότητα εφαρμογής του συγκεκριμένου εργαλείου στις τουριστικές επιστήμες. Ειδικότερα οι μαθησιακοί στόχοι αποσκοπούν στα παρακάτω αποτελέσματα:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Γνώση:</b> να αναπτύξει την ικανότητα διαχείρισης της χωροχρονικής πληροφορίας, προσδιορίζοντας και αναγνωρίζοντας τα χαρακτηριστικά των δεδομένων, περιγράφοντας, συνδυάζοντας και εξαγοντας την πληροφορία.</li> <li><b>2. Κατανόηση:</b> να είναι σε θέση να διακρίνει και να εκτιμήσει την βαρύτητα των χωροχρονικών δεδομένων και να προβεί σε γενικά συμπεράσματα.</li> </ol> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>3. Εφαρμογή:</b> να έχει την ικανότητα να ταξινομήσει τις χωροχρονικές πληροφορίες σε πολυεπίπεδους χάρτες (layers), να παράγει δευτερογενείς χάρτες και να μπορεί να κάνει υπολογισμούς με βάση χαρακτηριστικά οντοτήτων.</li> <li><b>4. Ανάλυση:</b> σημαντική δεξιότητα αποτελεί η ικανότητα του φοιτητή να μπορεί να συνδυάσει επίπεδα πληροφοριών ώστε να αναπτύσσει χάρτες που να απεικονίζουν σημαντικές πληροφορίες για ορθολογική διαχείριση τουριστικών δράσεων.</li> <li><b>5. Συνθεση:</b> Ο φοιτητής θα έχει αναπτύξει την ικανότητα να μπορεί να δημιουργεί χάρτες, να συνθέτει και να οργανώνει τις χωροχρονικές πληροφορίες, να αναδιοργανώνει και να ανακατασκευάζει χάρτες με βάση την τρέχουσα ανάγκη λήψης απόφασης με άμεση εφαρμογή στο πεδίο της τουριστικής επιστήμης.</li> </ol> <p><b>Ικανότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>6. Αξιολόγηση:</b> λαμβάνοντας υπόψη ότι το ΓΠΣ αποτελεί ένα εργαλείο λήψης αποφάσεων, σημαντική δεξιότητα που θα πρέπει να έχει καλλιεργηθεί στην ολοκλήρωση του κύκλου του μαθήματος είναι η ορθολογική αξιολόγηση και η σύγκριση των χωροχρονικών δεδομένων ώστε να κρίνει και να ορίσει ενδεδειγμένες δράσεις αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης.</li> </ol>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών.</li> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις.</li> <li>✓ Λήψη αποφάσεων.</li> <li>✓ Αυτόνομη εργασία.</li> <li>✓ Ομαδική εργασία.</li> <li>✓ Εργασία σε διεθνές περιβάλλον.</li> <li>✓ Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον.</li> <li>✓ Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης.</li> </ul>			
<b>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>			
<b>1. εισαγωγή στα γεωγραφικά συστήματα πληροφοριών (ΓΣΠ ή GIS)</b>			

2. συμβατικός και realtime χάρτης
3. παρουσίαση του arcGIS: arcCatalog
4. παρουσίαση του arcGIS: arcMap
5. χωροχρονικά δεδομένα: εισαγωγή και διαχείριση
6. δημιουργία επιπέδων (layers) και ο ρόλος στη φιλοσοφία του ΓΣΠ
7. απεικόνιση οντοτήτων
8. σύνδεση χαρακτηριστικών με οντότητες
9. παρουσίαση αποτελεσμάτων και δημιουργία χαρτών
10. πράξεις και επιλογές σε ΓΣΠ χάρτη
11. χάρτης ΓΣΠ ως διαχειριστικό εργαλείο λήψης αποφάσεων
12. σύνδεση χάρτη ΓΣΠ με τουριστικά προϊόντα απευθυνόμενος σε επαγγελματίες του τουρισμού
13. σύνδεση χάρτη ΓΣΠ με τουριστικά προϊόντα απευθυνόμενος σε

#### **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

##### ***Προτεινόμενη βιβλιογραφία***

GIS Applications in the Tourism and Hospitality Industry (Advances in Hospitality, Tourism, and the Services Industry) (2018), S. Chaudhuri, N. Ray, Publisher : IGI Global, ISBN-13 : 978-1522550884, pp 343.

GIS Fundamentals: A First Text on Geographic Information Systems (2019), P. Bolstad, Publisher : XanEdu Publishing Inc, ISBN-13 : 978-1593995522, pp 764.

ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΕΠΙΣΤΗΜΗ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ (GIS) (2021) PAULA. LONGLEY, MICHAEL F. GOODCHILD, DAVID J. MAGUIRE, DAVID W. RHIND ISBN: 978-960-645-185-0, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΚΛΕΙΔΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΕ

##### ***Συναφή επιστημονικά περιοδικά:***

- Tourism Geographies
- Tourism Management
- Journal of Sustainable Tourism
- Environmental monitoring and assessment
- Technology & Tourism
- International Journal of Tourism Research
- Tourism management perspectives
- Cartography and Geographic Information Systems
- Progress in human geography
- International journal of remote sensing

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230719	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	7 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Ελληνικός Πολιτισμός και Τουρισμός</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	1		
Ασκήσεις Πράξης	2		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Ειδικού Υπόβαθρου		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	Ελληνικά-Αγγλικά		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΝΑΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210724_Per_Ellhnikos-politismos-k-tourimos.pdf">http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210724_Per_Ellhnikos-politismos-k-tourimos.pdf</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Το μάθημα στοχεύει στο να αποκτήσουν οι φοιτητές/-ήτριες τις βασικές γνώσεις για την πορεία του ελληνικού πολιτισμού μέσα από τις ιστορικές περιόδους και την αντίστοιχη κατά περίοδο δημιουργία των υλικών και άυλων προϊόντων του, καθώς και τη σχέση αυτών με τον Τουρισμό. Επιπλέον, μέσα από τη διδασκαλία του μαθήματος επιδιώκεται να εκτιμούν οι φοιτητές/-ήτριες και να αξιοποιούν με υπευθυνότητα τα προϊόντα του ελληνικού πολιτισμού, καθώς και να είναι καλοί πρέσβεις του ελληνικού πολιτισμού. Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p>			
<b>Γνώσεις</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. ΓΝΩΣΗ:</b> Να αναγνωρίζουν και να εκτιμούν τον πλούτο του ελληνικού πολιτισμού ώστε να τον αξιοποιούν στον τουρισμό</li> <li><b>2. ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ:</b> Να διακρίνουν (ανάμεσα στις διαφόρους περιόδους στην μακραίωνη πορεία του ελληνικού πολιτισμού) και να προωθούν με γνώση τα πολιτιστικά προϊόντα της χώρας</li> </ol>			
<b>Δεξιότητες</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li><b>3. ΕΦΑΡΜΟΓΗ:</b> Να ανακαλύπτουν, να σχεδιάζουν, να συνθέτουν, να εμπλουτίζουν και να προτείνουν ελκυστικές πολιτιστικές θεματικές διαδρομές ανά την Ελλάδα</li> <li><b>4. ΑΝΑΛΥΣΗ:</b> Να κατανοήσουν και να υποστηρίξουν τη συνδρομή του ελληνικού πολιτισμού στο ευρωπαϊκό γίγνεσθαι, όπως και την ευρωπαϊκή συμβολή στη δημιουργία της νεότερης Ελλάδας</li> <li><b>5. ΣΥΝΘΕΣΗ:</b> Να αναπτύξουν κριτική σκέψη αναφορικά με πανανθρώπινες αξίες που πρεσβεύει ο ελληνικός πολιτισμός, όπως ο σεβασμός κι η ανοχή, η ευγένεια και η συμπόνια, η κατανόηση κι ο αλτρουισμός, η δικαιοσύνη και η έννοια του καλού πολίτη</li> </ol>			
<b>Ικανότητες</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li><b>6. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ:</b> Να διαπλάσουν κριτικό αισθητήριο και να αξιολογήσουν ερευνητικές δεξιότητες μέσα από τη μελέτη πρωτογενών πηγών (κειμένων και αντικειμένων).</li> </ol>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών.</li> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις.</li> <li>✓ Λήψη αποφάσεων.</li> <li>✓ Αυτόνομη εργασία.</li> <li>✓ Ομαδική εργασία.</li> <li>✓ Εργασία σε διεθνές περιβάλλον.</li> <li>✓ Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον.</li> <li>✓ Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης.</li> </ul>			
<b>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Εισαγωγή στον Ελληνικό Πολιτισμό και Τουρισμό. Προϊστορική Εποχή : Παλαιολιθική, Μεσολιθική, Νεολιθική, θέσεις και μνημεία στον ελλαδικό χώρο</li> </ol>			

2. Εποχή Χαλκού (Μινωικός Κυκλαδικός, Μυκηναϊκός κόσμος) θέσεις και μνημεία στον ελλαδικό χώρο
3. Γεωμετρικά Χρόνια , χαρακτηριστικές θέσεις και μνημεία στον ελλαδικό χώρο
4. Αρχαϊκά Χρόνια, χαρακτηριστικές θέσεις και μνημεία στον ελλαδικό χώρο
5. Κλασσικά Χρόνια, χαρακτηριστικές θέσεις και μνημεία στον ελλαδικό χώρο
6. Ελληνιστική Εποχή, χαρακτηριστικές θέσεις και μνημεία στον ελλαδικό χώρο
7. Ρωμαϊκά και Πρωτοχριστιανικά Χρόνια, χαρακτηριστικές θέσεις και μνημεία στον ελλαδικό χώρο και στο εξωτερικό
8. Βυζαντινά Χρόνια, θέσεις και μνημεία στον ελλαδικό χώρο και στο εξωτερικό
9. Μεταβυζαντινά Χρόνια, χαρακτηριστικές θέσεις και μνημεία στον ελλαδικό χώρο
10. Νεότερα Χρόνια, χαρακτηριστικές θέσεις και μνημεία στον ελλαδικό χώρο
11. Μεταβυζαντινή (Οθωμανικά Χρόνια), χαρακτηριστικές θέσεις και μνημεία στον ελλαδικό χώρο
12. Νεότερη Εποχή (από το 1830 έως σήμερα), χαρακτηριστικές θέσεις και μνημεία στον ελλαδικό χώρο.
13. Ιστορία του Τουρισμού στην Ελλάδα

#### **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

##### **Προτεινόμενη βιβλιογραφία**

- Οι Έλληνες και οι κληρονομίες τους. Συγγραφείς: ToyhbeeArnold J. εκδ. ΨΥΧΟΓΙΟΣ ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ & ΣΙΑ Ο.Ε
- Πόσο Ελληνικό Είναι το Βυζάντιο; Πόσο Βυζαντινοί οι Νεοέλληνες; Συγγραφείς: Γλύκατζη - Αρβελέρ Ελένη. (Εκδότης): Γ. ΔΑΡΔΑΝΟΣ - Κ. ΔΑΡΔΑΝΟΣ Ο.Ε.
- ΑΡΧΑΙΑ, ΒΥΖΑΝΤΙΝΗ ΚΑΙ ΝΕΟΤΕΡΗ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΙΣΤΟΡΙΑ ΦΙΛΟΣΟΦΙΑ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ. Συλλογικό έργο Αλέξης Γ. Κ. Σαββίδης, Χρήστος Π. Μπαλόγλου Σαλκιτζόγλου (Επιμέλεια). Εκδόσεις Βυζαντινός Δόμος

##### **ΕΠΙΠΡΟΣΘΕΤΑ ΣΥΓΓΡΑΜΜΑΤΑ**

- Snell B., The discovery of the mind: The Greek origins of European Thought, translation. T.G. Rosenmeyer (1954)
- Μπονάρ Α., Ο ΑΡΧΑΙΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ, (1991) Α, Β, Γ Τόμοι, Εκδόσεις Θεμέλιο
- Glykatzī-Arveler E., The Making of Europe (2000)
- Γλύκατζη-Αρβελέρ Ε., Γιατί το Βυζάντιο (2009) 1η έκδ. - Αθήνα : Ελληνικά Γράμματα

Επιπλέον ηλεκτρονικές σημειώσεις διδάσκουσας στα Ελληνικά και Αγγλικά

##### **Συναφή επιστημονικά περιοδικά:**

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230720	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	7 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Αθλητικός Τουρισμός</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	1		
Ασκήσεις Πράξης	2		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Ειδικών γνώσεων και ανάπτυξης δεξιοτήτων		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	Ελληνικά-Αγγλικά		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΝΑΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210725_Per_Athlhtikos-tourismos.pdf">http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210725_Per_Athlhtikos-tourismos.pdf</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <p><b>1. ΓΝΩΣΗ:</b> Να περιγράψουν την σχέση Αθλητισμού και Τουρισμού και να γνωρίσουν τις μορφές του Αθλητικού Τουρισμού και να αναγνωρίσουν την σπουδαιότητα μιας προσφιούς μορφής εναλλακτικού τουρισμού που μπορεί να συμβάλει στον σχεδιασμό και την οργάνωση δραστηριοτήτων για αθλητικές τουριστικές επιχειρήσεις, φορείς και κρουαζιερόπλοια. Έτσι θα έχουν τη δυνατότητα να δημιουργούν αθλητικά γεγονότα για την προαγωγή του αθλητικού τουρισμού στην Ελλάδα και στο εξωτερικό</p> <p><b>2. ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ:</b> Να διακρίνουν νέα προγράμματα ώστε να συμβάλλουν στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου μιας περιοχής και στην συμπερίληψη λιγότερο γνωστών προορισμών στον τουριστικό χάρτη</p> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <p><b>3. ΕΦΑΡΜΟΓΗ:</b> Να εξετάσουν τις θετικές και αρνητικές επιπτώσεις που μπορεί να έχει ο αθλητικός τουρισμός και να ανακαλύψουν και να ευαισθητοποιηθούν για το περιβάλλον και τα οικοσυστήματα μιας χώρας, συνεπώς να συμβάλλουν στην ανάπτυξη και αειφορία της μέσω αθλητικών δράσεων</p> <p><b>4. ΣΥΝΘΕΣΗ:</b> Να συνδυάσουν δημιουργική /κριτική σκέψη αναφορικά με το φυσικό απόθεμα μιας χώρας και την αξιοποίησή του, πάντα με όρους αειφορίας</p> <p><b>5. ΣΥΝΘΕΣΗ:</b> Να είναι σε θέση να εξηγήσουν, να σχεδιάσουν, να συνθέσουν, να εμπλουτίσουν και να προτείνουν ελκυστικές διαδρομές ανά την Ελλάδα</p> <p><b>Ικανότητες</b></p> <p><b>6. ΕΦΑΡΜΟΓΗ:</b> Να συγκρίνουν το προφίλ του αθλητικού τουρίστα ώστε να είναι σε θέση να προτείνουν τουριστικά προγράμματα ανάλογα με αυτό Να υποστηρίζουν πανανθρώπινες αξίες, όπως η συνεργασία, ο αλτρουισμός, η ευγενής άμιλλα, ο σεβασμός κι η ανοχή, η ευγένεια και η συμπόνια, η κατανόηση.</p>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>✓ Λήψη αποφάσεων</li> <li>✓ Ομαδική εργασία</li> <li>✓ Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών</li> <li>✓ Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας θέματα φύλου</li> <li>✓ Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα</li> <li>✓ Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον</li> </ul>			
<b>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Αθλητικός Τουρισμός . Ορισμοί, Ιστορία, Αθλητισμός και ελεύθερος χρόνος. Σύνδεση Αθλητισμού και Τουρισμού . Οι κατηγορίες του Αθλητικού Τουρισμού</li> <li>2. Τα οφέλη του Αθλητικού Τουρισμού: Οικονομικές, περιβαλλοντικές και κοινωνικές επιπτώσεις του Αθλητικού Τουρισμού</li> </ol>			

3. Κατηγορίες αθλητικών τουριστών. Το προφίλ του αθλητικού τουρίστα
4. Ελλάδα και Αθλητικός Τουρισμός. Παραδείγματα Ράλι Ακρόπολις, Αγώνες Λαϊκής Πάλης
5. Ολυμπιακοί Αγώνες . Παγκόσμιο Κύπελλο ποδοσφαίρου
6. Μαραθώνιοι δρόμοι
7. Αλπικός τουρισμός . Περιηγητικός Τουρισμός. Τουρισμός γκολφ. Πανεπιστημιακά Πρωταθλήματα
8. Τουρισμός Ευεξίας, (yoga, retreats, fitness). Αθλητικός Τουρισμός και άτομα με αναπηρία
9. Θαλάσσιος Τουρισμός – Κρουαζιέρες. Δραστηριότητες Θαλάσσιου Τουρισμού στην Ελλάδα
10. Αγωνιστικός Προσανατολισμός (Orienteering). Αγώνες προσανατολισμού στην Ελλάδα
- 11,12&13. Σχέδια δράσης και ημερήσια προγράμματα για δραστηριότητες ψυχαγωγίας και άθλησης τουριστών

#### **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

##### ***Προτεινόμενη βιβλιογραφία***

- Διοίκηση Αθλητικού Τουρισμού. Συγγραφείς: ΑΛΕΞΑΝΔΡΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ, Ph.D. (Εκδότης): ΑΦΟΙ ΚΥΡΙΑΚΙΔΗ ΕΚΔΟΣΕΙΣ Α.Ε.
- Αθλητισμός και ελεύθερος χρόνος στην εξέλιξη του πολιτισμού. Συγγραφείς: Νόρμπερτ Ε.-Ντάνινγκ Ε. (Εκδότης): ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΠΑΠΑΖΗΣΗ ΑΕΒΕ
- ΑΝΙΜΑΣΙΟΝ. Συγγραφείς: ΓΛΥΝΙΑ Θ. ΕΛΕΝΗ, ΛΥΤΡΑΣ Ν. ΠΕΡΙΚΛΗΣ, ΜΑΡΑΣ Ν. ΔΗΜΗΤΡΗΣ, (Εκδότης): ΝΙΚΗΤΟΠΟΥΛΟΣ Ε ΚΑΙ ΣΙΑ ΕΕ

##### **Ξένη Βιβλιογραφία**

- Gibson, H. (2006). Sport Tourism. Concept and theories. Routledge – Taylor and Francis Group, London
- Weed, M., & Bull, C. (2004). Sport tourism. Participants, policy and providers. Elsevier, Oxford, U.K

Επιπλέον ηλεκτρονικές σημειώσεις διδάσκουσας στα Ελληνικά και στα Αγγλικά

##### ***Συναφή επιστημονικά περιοδικά:***

Annals of Tourism Research



<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230722	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	7 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Διοίκηση Εκδηλώσεων και Οργάνωση Συνεδρίων</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	1		
Ασκήσεις Πράξης	2		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	3	5	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	Ελληνικά-Αγγλικά		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΝΑΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210732_Per_Dioikhsh-ekdhlwsewn-k-organwsh-synedriwn.pdf">http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210732_Per_Dioikhsh-ekdhlwsewn-k-organwsh-synedriwn.pdf</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. ΓΝΩΣΗ:</b> να αναγνωρίζουν και να περιγράφουν τις διάφορες μορφές των εκδηλώσεων.</li> <li><b>2. ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ:</b> να διακρίνουν τον τρόπο διασύνδεσης του τομέα των εκδηλώσεων και των συνεδρίων με την τουριστική βιομηχανία και να εξηγούν τους παράγοντες που οδηγούν στην επιτυχημένη διοίκηση εκδηλώσεων και συνεδρίων και την επίδρασή τους στην ανάπτυξη και την προβολή ενός προορισμού.</li> </ol> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>3. ΕΦΑΡΜΟΓΗ:</b> οι φοιτητές θα είναι σε θέση να εξετάζουν επιχειρηματικές ευκαιρίες που προκύπτουν μέσα από την διαχείριση των εκδηλώσεων και των συνεδρίων</li> <li><b>4. ΑΝΑΛΥΣΗ:</b> να συνδυάζουν σημεία βελτίωσης στις ηλεκτρονικές επιχειρηματικές λειτουργίες της διοίκησης εκδηλώσεων και συνεδρίων.</li> <li><b>5. ΣΥΝΘΕΣΗ:</b> να δημιουργούν μέσω κριτικής και αναλυτικής σκέψης συγκεκριμένες στρατηγικές.</li> </ol> <p><b>Ικανότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>6. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ:</b> να αξιολογούν και να υλοποιούν εκδηλώσεις χρησιμοποιώντας όλα τα διαθέσιμα εργαλεία διαχείρισης εκδηλώσεων και τέλος να είναι σε θέση να υποστηρίξουν, να συντονίζουν και να ελέγχουν όλα τα εμπλεκόμενα μέρη ώστε να υλοποιείται αποτελεσματικά μία εκδήλωση ή ένα συνέδριο.</li> </ol>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>✓ Ομαδική ή/και ατομική εργασία</li> <li>✓ Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον</li> <li>✓ Παραγωγή νέων ερευνητικών ιδεών</li> <li>✓ Σχεδιασμός και διαχείριση έργων</li> <li>✓ Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας</li> <li>✓ Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής</li> <li>✓ Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης</li> </ul>			
<b>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. η βιομηχανία των MICE,</li> <li>2. business meetings,</li> <li>3. incentive travel,</li> <li>4. συνεδριακός και εκθεσιακός τουρισμός,</li> <li>5. μάρκετινγκ συνεδρίων,</li> <li>6. σχεδιασμός συνεδρίου,</li> <li>7. οικονομική διαχείριση συνεδρίου,</li> <li>8. δημιουργία πακέτων χορηγιών</li> <li>9. οι νέες τεχνολογίες στη διαχείριση των συνεδρίων,</li> </ol>			

10. διαχείριση κρίσεων,
11. συνεργασίες του διοργανωτή συνεδρίων,
12. ανάπτυξη αποτελεσματικών PCOs.
13. ανάπτυξη δεξιοτήτων επικοινωνίας

#### **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

##### ***Προτεινόμενη βιβλιογραφία***

Παπαγεωργίου. Α. (2017). Οργάνωση Συνεδρίων & Εκδηλώσεων Τουρισμος MICE Αθήνα: φαιδιμος isbn 978-618-5062-20-0

Βασιλειάδης Α. Χρήστος (2014) Διαχείριση Μάρκετινγκ Γεγονότων & Εκδηλώσεων Πανεπιστήμιο Μακεδονίας ISBN 978-960-8396-85-2

Johnny Allen, William O'Toole, Robert Harris, Ian McDonnel ( 2008) Festival & special Event Management Wiley

Sigrun Erber Event Marketing (2009) Προπομπός ISBN 978-960-7860330

Bowdin, G., Allen, J., O'Toole, W., Harris, R. & McDonnell, I. 2011, Events Management, 3rd edn, Elsevier Ltd, Oxford.

Getz, D. 2005, Event Management & Event Tourism, 2nd edn, Cognizant Communication Corporation, New York.

##### ***Συναφή επιστημονικά περιοδικά:***

International Journal of Event and Festival Management

Journal of Convention & Event Tourism

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230723	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	7 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Αειφορία στο Σύστημα Διακίνησης και Φιλοξενίας Τουριστών</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	2		
Ασκήσεις Πράξης	1		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	Ελληνικά-Αγγλικά		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>			
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Να κατανοήσει την έννοια της αειφορίας συνολικά στο σύστημα διακίνησης τουριστών που περιλαμβάνει επίγεια, θαλάσσια και κυρίως αερόπλοια μέσα μεταφοράς.</li> <li>2. Ειδικότερα, το μάθημα θα συμβάλει στην κατανόηση των βασικών επιχειρησιακών προκλήσεων που αντιμετωπίζουν τώρα και στο μέλλον οι αεροπορικές εταιρείες και τα αεροδρόμια δεδομένου ότι το μεγαλύτερο τμήμα της διηπειρωτικής-παγκόσμιας τουριστικής μεταφοράς υλοποιείται μέσω των αεροπορικών εταιρειών και αεροδρομίων.</li> </ol> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. Επίσης το μάθημα θα συμβάλει στην κατανόηση των θεωριών που απαιτούνται για την ποσοτικοποίηση των δεικτών απόδοσης που σχετίζονται με τη λειτουργία των αεροδρομίων και των αεροπορικών εταιρειών (περιβαλλοντικές επιπτώσεις, κόστος, χωρητικότητα, αποτελεσματικότητα και ασφάλεια).</li> </ol> <p><b>Ικανότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. Τέλος εφαρμογή των σχετικών θεωριών για μοντελοποίηση, μετρήσεις και ανάλυση σε εφαρμογές που σχετίζονται με τη λειτουργία υφιστάμενων και μελλοντικών συστημάτων διακίνησης τουριστών.</li> </ol>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<p><i>Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</i>  <i>Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</i>  <i>Λήψη αποφάσεων</i>  <i>Αυτόνομη εργασία</i>  <i>Ομαδική εργασία</i>  <i>Εργασία σε διεθνές περιβάλλον</i>  <i>Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον</i>  <i>Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών</i>  <i>Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα</i>  <i>Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον</i></p>			

#### ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

##### ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Το περιεχόμενο του μαθήματος διαπραγματεύεται τα παρακάτω θέματα:

1. Εισαγωγή στην έννοια της αειφορίας στο σύστημα διακίνησης τουριστών. Προσδιοριστικοί παράγοντες.
2. Τουριστική συμπεριφορά και στάση απέναντι στην κλιματική αλλαγή. Παράγοντες επιρροής στη διαμόρφωση του μελλοντικού τουριστικού προϊόντος ιδιαίτερα στον τομέα των αερομεταφορών.
3. Ανάλυση της υφιστάμενης κατάστασης σχετικά με τη συμβολή των επιχειρήσεων διακίνησης τουριστών στο συνολικό περιβαλλοντικό αποτύπωμα.
4. Αεροπορικές Εκπομπές και Κλιματικές Επιδράσεις

5. «Πράσινα αεροδρόμια» και «πράσινη αερομεταφορά»
6. Συστήματα πιστοποίησης περιβαλλοντικής συμπεριφοράς του συστήματος διακίνησης τουριστών (επίγεια-εναέρια-θαλάσσια).
7. Στοιχεία ποσοτικοποίησης των δεικτών περιβαλλοντικής απόδοσης στη βελτιστοποίηση των λειτουργιών των αεροπορικών εταιρειών και των αεροδρομίων.

#### ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

##### Προτεινόμενη βιβλιογραφία

- Budd, T. (2017). Environmental impacts and mitigation. In L. Budd & S. Ison (Eds.), *Air transport management* (pp. 283–306). Surrey, UK: Ashgate.
- Akerman, J. (2005) Sustainable air transport—on track in 2050, *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, Volume 10, Issue 2, March 2005, Pages 111-126, Elsevier
- Sau-Sanchez, P., Pallares-Barbara, M., & Paul, V. (2011). Incorporating annoyance in airport environmental policy: Noise, societal response, and community participation. *Journal of Transport Geography*, 19(2), 275–284.
- Walker, T. et. al (Sustainable Aviation Greening the Flight Path, Palgrave-McMillan 2020
- Lee, D. S., Fahey, D. W., Forster, P. M., Newton, P. J., Wit, R. C. N., Lim, L. L., et al. (2009). Aviation and global climate change in the 21st century. *Atmospheric Environment*, 43(22–23), 3520–3537.
- Sustainable Tourism on a Finite Planet Megan Epler Wood (Earthscan from Routledge, 2017)
- **International Cases in Sustainable Travel & Tourism**, Edited by Dagmar Lund-Durlacher (Goodfellow Publishers, 2013)
- **Green Growth and Travelism: Letters from Leaders**, Edited by **Geoffrey Lipman**, Terry DeLacy, Shaun Vorster, **Rebecca Hawkins**, and Min Jiang (Goodfellow Publishers, 2012)
- Φώτης Κυλιπέρης (2009). Αειφόρος Τουριστική Ανάπτυξη: Εμπειρικές προσεγγίσεις. Δίσιγμα Θεσσαλονίκη.

##### Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- *Air transport management*
- *Journal of Transport Geography*
- *Annals of Tourism Research*
- *Journal of Hospitality and Tourism Research*
- *Journal of Travel & Tourism Marketing*
- *Journal of Sustainable Tourism Management*

## 14.8 Μαθήματα 8<sup>ου</sup> Εξαμήνου

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230801	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	8 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Πτυχιακή Εργασία</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>		<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>
Διαλέξεις		0	
Ασκήσεις Πράξης		0	
Εργαστηριακές Ασκήσεις		0	
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>		<b>0</b>	<b>5</b>
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Ειδικού Υποβάθρου		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	Ελληνικά-Αγγλικά		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="http://ommt.ihu.gr/spoudes/ptyxiakh-ergasia/">http://ommt.ihu.gr/spoudes/ptyxiakh-ergasia/</a>		

### Μαθησιακά Αποτελέσματα

Σκοπός της Πτυχιακής Εργασίας είναι να μάθει ο φοιτητής τον τρόπο παρουσίασης μιας επιστημονικής εργασίας, κάτι που είναι πιθανό να του χρειαστεί στη μετέπειτα επιστημονική του σταδιοδρομία. Η παρουσίαση και διάρθρωση μιας επιστημονικής δημοσίευσης είναι πολύ σημαντικοί παράγοντες για να είναι η εργασία κατανοητή από κάποιον που είναι μεν σχετικός με την επιστήμη αλλά δεν γνωρίζει καλά το αντικείμενο.

Με την ολοκλήρωση της πτυχιακής εργασίας, οι φοιτητές/τριες αναμένεται να είναι σε θέση:

Γνώσεις

- Να διατυπώνουν ένα ερευνητικό ερώτημα και αξιοποιώντας τη γνώση και τις δεξιότητές τους να διεξάγουν μια επιστημονική μελέτη
- Να συλλέγουν, να αναλύουν, να συνθέτουν και να αιτιολογούν δεδομένα
- Να αξιολογούν τη θεωρητική και μεθοδολογική τους επάρκεια

Δεξιότητες

- Να επικοινωνούν αποτελεσματικά γραπτά και προφορικά με ένα ευρύ κοινό
- Να συγγράφουν επιστημονικά/ακαδημαϊκά κείμενα, να εντυφούν στη συλλογιστική και να τεκμηριώνουν επιστημονικά επιχειρήματα

Ικανότητες

- Να εξοικειώνονται με τη μεθοδολογία της βιβλιογραφικής ανασκόπησης ενός επιστημονικού θέματος
- Να αποκτούν επαγγελματική ικανότητα και αυτονομία

### Γενικές Ικανότητες

- Εφαρμογή της γνώσης στην πράξη
- Αυτόνομη εργασία
- Ομαδική εργασία
- Εργασία σε διεθνές περιβάλλον
- Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον
- Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον
- Προαγωγή της ελευθερίας, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

### ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Η πτυχιακή εργασία είναι μια γραπτή εργασία που πραγματεύεται ένα θέμα σε γνωστικό αντικείμενο που θεραπεύει οποιαδήποτε από τις τρεις κατευθύνσεις. Οι φοιτητές/τριες του Τμήματος εκπονούν πτυχιακή εργασία, στην επιλεγμένη κατεύθυνση, κατά τη διάρκεια του 8ου εξαμήνου και πιστώνεται με 5 Π.Μ. (ECTS)

### ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

#### Προτεινόμενη βιβλιογραφία

Issari, P., & Pourkos, M. (2015). *Ποιοτική μεθοδολογία έρευνας* [Undergraduate textbook]. Kallipos, Open Academic Editions. <http://hdl.handle.net/11419/5826>

Veal, Χρήστου (2020). *Ερευνητικές Μεθοδολογίες στον Τουρισμό*, 7<sup>η</sup> έκδοση, Broken Hill Publishing.

#### Συναφή επιστημονικά περιοδικά:



<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230802	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	8 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Διεθνές Μάρκετινγκ</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	2		
Ασκήσεις Πράξης	1		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Ειδικού Υποβάθρου		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	Ελληνικά-Αγγλικά		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΝΑΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210802_Per_Diethnes-mkt.pdf">http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210802_Per_Diethnes-mkt.pdf</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Το μάθημα στοχεύει στην εξέταση των περιβαλλοντικών διαφορών που υπάρχουν μεταξύ των διάφορων χωρών και στις στρατηγικές του Μάρκετινγκ που ακολουθούνται από τις επιχειρήσεις. Γίνεται προσπάθεια να ακολουθηθεί η «παγκοσμιοποιημένη» προσέγγιση στο Μάρκετινγκ. Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. ΓΝΩΣΗ:</b> να αναγνωρίζουν το ρόλο των οικονομικών, νομικών, κοινωνικών και πολιτικών δυνάμεων στη στρατηγική του διεθνούς μάρκετινγκ και το ρόλο της έρευνας αγοράς για τις εξαγωγικές και διεθνείς επιχειρήσεις για την διαδικασία λήψης αποφάσεων μάρκετινγκ</li> <li><b>2. ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ:</b> να διακρίνουν την πολυπλοκότητα του διεθνούς περιβάλλοντος</li> </ol> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>3. ΕΦΑΡΜΟΓΗ:</b> να εντοπίζουν και να εξετάζουν τις ευκαιρίες που προκύπτουν στη διεθνή αγορά. Εκπονούν βασικά τμήματα ενός export marketing plan</li> <li><b>4. ΑΝΑΛΥΣΗ:</b> να συνδυάζουν τα στοιχεία του διεθνούς μείγματος μάρκετινγκ με ιδιαίτερη έμφαση στις ειδικές διαδικασίες και τεχνικές που σχετίζονται με τα επιμέρους στοιχεία.</li> <li><b>5. ΣΥΝΘΕΣΗ:</b> να σχεδιάζουν, να υλοποιούν και να εφαρμόζουν ένα διεθνές πρόγραμμα μάρκετινγκ, να συνθέτουν το μίγμα μάρκετινγκ στο διεθνές περιβάλλον (προϊόν, διανομή, προβολή και τιμολόγηση)</li> </ol> <p><b>Ικανότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>6. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ:</b> να αξιολογούν και να προτείνουν τις στρατηγικές εισόδου στη διεθνή αγορά.</li> </ol>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριές, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>• Αυτόνομη εργασία</li> <li>• Ομαδική Εργασία</li> <li>• Λήψη</li> <li>• Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>• Σχεδιασμός και διαχείριση έργου</li> </ul>			
<b>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>			
<p>Εκτός από τα περιβαλλοντικά χαρακτηριστικά των διαφόρων χωρών και των στρατηγικών εμπορικών αγορών της διεθνούς επιχείρησης, άλλα θέματα που εξετάζονται είναι το διεθνές εμπόριο και οι διεθνείς οικονομικοί οργανισμοί, η διεθνής έρευνα μάρκετινγκ, οι στρατηγικές «εισόδου» σε ξένες αγορές, η οργάνωση στο Διεθνές Μάρκετινγκ (Δ.Μ.), ο σχεδιασμός προϊόντων προϊόντων στο Δ.Μ., η προώθηση, το εξαγωγικό μάρκετινγκ, οι σύγχρονες τάσεις στο Δ.Μ. και οι πολυεθνικές εταιρείες. Επιπλέον γίνεται ανάλυση περιπτώσεων (cases study) διεθνών επιχειρήσεων, η οποία σκοπεύει στην εμπέδωση της θεωρίας και στην ανάπτυξη των τεχνικών γνώσεων και δεξιοτήτων των φοιτητών, έτσι ώστε να αποκτήσουν πληρέστερη γνώση του αντικειμένου του Διεθνούς Μάρκετινγκ.</p> <p>Συγκεκριμένα:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1η Προσανατολισμός - Εισαγωγικά στο Διεθνές / Παγκοσμιοποιημένο Μάρκετινγκ</li> <li>2η Ανάλυση των περιβαλλοντικών παραγόντων στο πλαίσιο του Δ.Μ. –</li> <li>3η Σχέση με την επιχειρησιακή στρατηγική</li> <li>4η Διεθνές Εμπόριο και Διεθνείς Οικονομικοί Οργανισμοί</li> </ol>			

5η Διεθνής Έρευνα Μάρκετινγκ  
6η Στρατηγικές εισόδου σε ξένες αγορές - Οργάνωση στο Δ.Μ.  
7η Σχεδιασμός προϊόντων για το Δ.Μ.  
8η Στρατηγικές τιμολόγησης στο Δ.Μ.  
9η Κανάλια διανομής στο Δ.Μ., φυσική διανομή – logistics.  
10η Πολιτική προώθησης στο Δ.Μ.  
11η Εξαγωγικό Marketing - Οι τάσεις στο Δ.Μ. και οι πολυεθνικές εταιρείες  
12η Διεθνές Marketing Management - Στρατηγική Διεθνούς Μάρκετινγκ.  
13η Παρουσιάσεις εργασιών ExportMarketingPlan

#### **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

##### **Προτεινόμενη βιβλιογραφία**

1ο: Διεθνές Μάρκετινγκ

Διεθνές Μάρκετινγκ

Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 102070182

Έκδοση: 1/2021

Συγγραφείς: Cateora Philip R., Money Bruce R., Gilly Mary C., Graham John L.

ISBN: 9789925588268

Διαθέτης (Εκδότης): BROKEN HILL PUBLISHERS LTD

2ο: Διεθνής Επιχειρηματική Δραστηριότητα

Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 22767619

Έκδοση: 1/2014

Συγγραφείς: Ball A. Donald, Geringer J. Michael, Minor S. Michael, McNett M. Jeanne

ISBN: 9789604583584

Τύπος: Σύγγραμμα

Διαθέτης (Εκδότης): Εκδόσεις Επίκεντρο Α.Ε.

Συμπληρωματική βιβλιογραφία

Πανηγυράκης Γ. (2017), Διεθνές Μάρκετινγκ, Εκδόσεις UNIBOOKS, (ISBN: 9786188281264)

Λυμπερόπουλος Κ., Τζαναβάρας, Β. και ΣΑΛΑΜΟΥΡΑ, Μ., (2015) Στρατηγικές Διεθνείς και Εξαγωγικού Μάρκετινγκ, ISBN: 978-960-603-211-0, Ελληνικά, Ακαδημαϊκά, Ηλεκτρονικά Συγγράμματα και Βοηθήματα [www.kalippos.gr](http://www.kalippos.gr)

Μανωλόπουλος Δ., Μπιτζένης Α. (2019). Η ΔΙΕΘΝΟΠΟΙΗΜΕΝΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΤΟΝ ΕΙΚΟΣΤΟΠΡΩΤΟ ΑΙΩΝΑ, .κδόσεις Σταμούλη,

Σαμαντά Ε.(2018). ΔΙΕΘΝΕΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ, Εκδόσεις Σύγχρονη Εκδοτική

Αυλωνίτης Γ. , Λυμπερόπουλος Κ. και Τζαναβάρας Β. Σύγχρονες Στρατηγικές Μάρκετινγκ για Διεθνείς Αγορές, Εκδόσεις Rosili, Αθήνα, Ελλάδα

Ball, D.A., Geringer, J.M., Minor, M.S. & McNett, J.M, Διεθνής Επιχειρηματική Δραστηριότητα, Επίκεντρο, Μετάφραση 12ης Έκδοσης, 2010..

##### **Συναφή επιστημονικά περιοδικά:**

*International Marketing Review*

*International Business Review*

*The International Trade Journal*

*Advances in International Marketing*

*Review of International Business and Strategy*



<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230804	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	8 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Διοίκηση Επωνύμων Προϊόντων</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Ειδικού Υποβάθρου		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	Ελληνικά		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210804_Per_Dioikhsh-epwnymwn-proiontwn.pdf">http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210804_Per_Dioikhsh-epwnymwn-proiontwn.pdf</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Βασικός σκοπός του μαθήματος είναι να μεγιστοποιήσει την γνώση των φοιτητών σε θέματα διοίκησης της επωνυμίας. Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <p><b>1. ΓΝΩΣΗ:</b> ο φοιτητής αποκτά την ικανότητα να προσδιορίζει και να αναγνωρίζει πώς δημιουργεί ο οργανισμός αξία για μία επωνυμία</p> <p><b>2. ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ:</b> μαθαίνουν πως μπορούν να διακρίνουν και να εκτιμήσουν την αξία μιας επωνυμίας</p> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <p><b>3. ΕΦΑΡΜΟΓΗ:</b> Πώς μπορεί να αναπτύξει και να διατηρήσει την αξία του ένας οργανισμός στο σύγχρονο περιβάλλον.</p> <p><b>4. ΑΝΑΛΥΣΗ:</b> ο φοιτητής μαθαίνει να σχεδιάζει και να υλοποιεί προγράμματα marketing για το σήμα.</p> <p><b>5. ΣΥΝΘΕΣΗ:</b> ο φοιτητής μαθαίνει οργανώνει και συνθέτει τα στοιχεία της οικοδόμησης της αξίας του σήματος</p> <p><b>Ικανότητες</b></p> <p><b>6. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ:</b> ο φοιτητής είναι σε θέση να αξιολογεί και να μετρά της αξίας της επωνυμίας και ανάπτυξη ενός συστήματος μέτρησης διαχείρισης της αξίας της επωνυμίας</p>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, για τις αγορές και τις συνθήκες που επικρατούν με τη χρήση της κατάλληλης μεθοδολογίας και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>✓ Λήψη αποφάσεων</li> <li>✓ Εργασία σε διεθνές περιβάλλον</li> <li>✓ Σχεδιασμός και διαχείριση έργων</li> <li>✓ Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής</li> <li>✓ Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης</li> </ul>			
<b>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>			
<p>Αυτό το μάθημα αναφέρεται στην διοίκηση επωνυμιών αναλύοντας γιατί είναι σημαντικές, τι αντιπροσωπεύουν για τους καταναλωτές, και τι πρέπει να κάνουν οι επιχειρήσεις για να τις διαχειριστούν με επιτυχία.</p> <p>Ο κύριος σκοπός αυτού του μαθήματος είναι να παρέχει μια ολοκληρωμένη και ενημερωμένη αντιμετώπιση των θεμάτων των επωνυμιών, της αξίας τους και της στρατηγικής διαχείρισης τους- τον σχεδιασμό και την εφαρμογή των προγραμμάτων μάρκετινγκ και των δραστηριοτήτων που απαιτούνται για να οικοδομηθεί, να μετρηθεί και να εφαρμοστεί η διαχείριση της αξίας των εμπορικών επωνυμιών. Ένας από τους σημαντικούς στόχους του μαθήματος είναι να παρέχει στους φοιτητές τις έννοιες και τις τεχνικές για να βελτιώσουν την μακροπρόθεσμη αποδοτικότητα των επωνυμιών. Ενωματώνοντας την τρέχουσα σκέψη και τις εξελίξεις σε αυτά τα θέματα τόσο των ακαδημαϊκών, όσο και από τις αγορές, επιχειρούμε να συνδυάζουμε ένα ολοκληρωμένο θεωρητικό θεμέλιο με αρκετές πρακτικές γνώσεις για να βοηθήσουμε τους φοιτητές στην κατανόηση των επιχειρηματικών αποφάσεων τους για τα εμπορικά σήματα.</p> <p>Οι διαλέξεις ανά εβδομάδα, καλύπτουν τις παρακάτω ενότητες</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Εισαγωγικές επισημάνσεις για τις επωνυμίες και την διαχείρισή τους</li> <li>2. Αναπτύσσοντας την στρατηγική της επωνυμίας</li> <li>3. Η αξία της επωνυμίας και η τοποθέτησή του με βάση τον πελάτη</li> </ol>			

4. Η απήχηση της επωνυμίας και η αλυσίδα αξίας της
5. Σχεδιασμός και υλοποίηση προγραμμάτων marketing για το σήμα
6. Επιλέγοντας τα στοιχεία της οικοδόμηση της αξίας του σήματος
7. Σχεδιασμός προγραμμάτων μάρκετινγκ για την οικοδόμηση της αξίας του σήματος και ενσωμάτωση των επικοινωνιών marketing στην οικοδόμηση της αξίας του σήματος
8. Η διαχείριση της επωνυμίας στην Ψηφιακή Εποχή
9. Αξιοποίηση των δευτερευόντων συσχετισμών της επωνυμίας για τη δημιουργία αξίας
10. Αξιολόγηση και ερμηνεία της αξίας της επωνυμίας και ανάπτυξη ενός συστήματος μέτρησης διαχείρισης της αξίας της επωνυμίας
11. Ανάπτυξη και διατήρηση της αξίας της επωνυμίας
12. Σχεδιασμός και υλοποίηση στρατηγικής αρχιτεκτονικής της επωνυμίας
13. Καταληκτικές επισημάνσεις

#### **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

##### ***Προτεινόμενη βιβλιογραφία***

- Στρατηγική Διοίκηση Επώνυμων Προϊόντων, (εκδ1η/2021), Συγγραφείς: KellerL. Kevin, SwaminathanVanith, ΕκδόσειςBROKENHILL
- Διοίκηση Μάρκας, Σύγχρονες Στρατηγικές (Έκδοση 1<sup>η</sup>/2013), Συγγραφέας Karferer, J.N., Εκδόσεις ROSSILI

##### ***Συναφή επιστημονικά περιοδικά:***

- Journal of Product & Brand Management
- Journal of Brand Management

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230805	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	8 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Μάρκετινγκ Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Ειδίκευσης γενικών γνώσεων		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	Ελληνικά		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="https://exams-sod.the.ihu.gr/">https://exams-sod.the.ihu.gr/</a>		

### Μαθησιακά Αποτελέσματα

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:

#### Γνώσεις

- Γνώση:** Περιγραφή της έννοιας και του περιεχομένου του αγροτικού μάρκετινγκ, προσδιορίζοντας την εφαρμογή των θεωριών και των στρατηγικών του μάρκετινγκ σε μία ιδιαίτερη κατηγορία προϊόντων και σε έναν σημαντικό κλάδο για την ελληνική οικονομία, όπως ο αγροτικός κλάδος.
- Κατανόηση:** Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές έχουν τη δυνατότητα να διακρίνουν την ιδιαιτερότητα της αγοράς των αγροτικών προϊόντων και τη φύση τους συγκριτικά με τα υπόλοιπα προϊόντα.

#### Δεξιότητες

- Εφαρμογή:** Δίνεται η δυνατότητα στους φοιτητές να εφαρμόσουν τα διαθέσιμα θεωρητικά μοντέλα στην πράξη, να εξετάσουν πιθανές εναλλακτικές επιλογές σχετικά με το μάρκετινγκ των αγροτικών προϊόντων και να κάνουν τις απαραίτητες αλλαγές στην επικοινωνία μίας αγροτικής επιχείρησης με τους καταναλωτές.
- Ανάλυση:** Οι φοιτητές είναι σε θέση να συνδυάζουν στρατηγικές επιλογές και να αναπτύσσουν λύσεις για σύνθετα θέματα μάρκετινγκ αγροτικών προϊόντων
- Σύνθεση:** Οι φοιτητές είναι σε θέση να κατανοήσουν τον τρόπο λήψης αποφάσεων σχετικά με το μάρκετινγκ των αγροτικών προϊόντων και να προτείνουν πιθανές αλλαγές, καθώς επίσης να συνθέσουν ένα νέο τρόπο προβολής βελτιώνοντας την αναγνωρισιμότητα των αγροτικών προϊόντων.

#### Ικανότητες

- Αξιολόγηση:** Με την ολοκλήρωση των μαθημάτων, οι φοιτητές μπορούν να αξιολογούν τις ενέργειες μάρκετινγκ για την προβολή αγροτικών προϊόντων και τροφίμων, να κρίνουν τις επιλογές που κάνουν οι σχετικές επιχειρήσεις και να αξιολογούν την αποτελεσματικότητα του εκάστοτε πλάνου.

#### Γενικές Ικανότητες

Ο φοιτητής μέσω του μαθήματος θα αναπτύξει ικανότητες:

- Στη λήψη αποφάσεων
- Στην ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών
- Στην αυτόνομη εργασία
- Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον
- Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής

#### ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

- 1<sup>η</sup>εβδ.: Η έννοια και η προέλευση των αγροτικών προϊόντων
- 2<sup>η</sup>: Είδη αγροτικών προϊόντων και τα ποιοτικά χαρακτηριστικά τους
- 3<sup>η</sup>: Οι ιδιαιτερότητες του μάρκετινγκ αγροτικών προϊόντων
- 4<sup>η</sup>: Η αγορά των αγροτικών προϊόντων
- 5<sup>η</sup>: Ανταγωνιστικότητα και τοποθέτηση αγροτικών προϊόντων
- 6<sup>η</sup>: Επικοινωνία και προβολή αγροτικών προϊόντων και επιχειρήσεων
- 7<sup>η</sup>: Επιχειρησιακή στατιστική αγροτικών επιχειρήσεων
- 8<sup>η</sup>: Συμπεριφορά καταναλωτή και αγροτικά προϊόντα

9<sup>η</sup>: Μελέτη περίπτωσης Α

10<sup>η</sup>: Οικονομικά χαρακτηριστικά των αγροτικών προϊόντων

11<sup>η</sup>: Καινοτομία και αγροτικά προϊόντα

12<sup>η</sup>: Στρατηγική ανάπτυξη αγροτικών προϊόντων

13<sup>η</sup>: Μελέτη περίπτωσης Β

#### **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

##### ***Προτεινόμενη βιβλιογραφία***

-Μάρκετινγκ και τιμές Αγροτικών Προϊόντων, LuskJ, NorwoodB, 2012, BrokenHill

-Μάρκετινγκ Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων, PhilippeAurier, LucieSineix, , 2016, Προπομπός

***Συναφή επιστημονικά περιοδικά:***

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230806 230812	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	8 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Μάρκετινγκ Εκπαιδευτικών Μονάδων</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Ειδίκευσης γενικών γνώσεων		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	Ελληνικά		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="https://exams-sod.the.ihu.gr/course/view.php?id=327">https://exams-sod.the.ihu.gr/course/view.php?id=327</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Το μάθημα σκοπεύει στο να βοηθήσει τον φοιτητή να κατανοήσει τις αρχές, την φιλοσοφία και τις εφαρμογές που χαρακτηρίζουν το Μάρκετινγκ και την Επικοινωνία για εκπαιδευτικές μονάδες και για εκπαιδευτικά ιδρύματα. Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Γνώση:</b> Αναπτύξει τη σημασία και τη φύση των εκπαιδευτικών εμπειριών, να αναγνωρίσει την ανάγκη και τον τρόπο προσδιορισμού αποφάσεων στο πεδίο του μάρκετινγκ</li> <li><b>2. Κατανόηση:</b> Περιγράψει την δομή και τα χαρακτηριστικά της προσφοράς και ζήτησης στην εκπαίδευση και την σχέση τους με την φιλοσοφία του μάρκετινγκ.</li> </ol> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>3. Εφαρμογή:</b> Περιγράψει τον ρόλο, την λειτουργία, τους στόχους και τις στρατηγικές σχετικά με την τιμολόγηση εκπαιδευτικών προϊόντων</li> <li><b>4. Ανάλυση:</b> Αναλύσει την έννοια και την χρησιμότητα του μίγματος μάρκετινγκ τόσο για μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς όσο και για εκπαιδευτικές μονάδες και ιδρύματα, και να διακρίνει τα χαρακτηριστικά των στοιχείων που το απαρτίζουν.</li> <li><b>5. Σύνθεση:</b> Αναπτύξει τις πρακτικές και τις στρατηγικές για την ανάπτυξη και διαχείριση εκπαιδευτικών εμπειριών.</li> </ol> <p><b>Ικανότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>6. Αξιολόγηση:</b> να ορίσει ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα μάρκετινγκ για λογαριασμό μιας εκπαιδευτικής επιχείρησης ή εκπαιδευτικού οργανισμού</li> </ol>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές/ τριες αναπτύσσουν γνώσεις που θα τους βοηθήσουν στην</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, για τις αγορές και τις συνθήκες που επικρατούν με τη χρήση της κατάλληλης μεθοδολογίας και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>✓ Λήψη αποφάσεων</li> <li>✓ Εργασία σε διεθνές περιβάλλον</li> <li>✓ Σχεδιασμό και διαχείριση έργων</li> <li>✓ Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής</li> <li>✓ Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον</li> <li>✓ Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα</li> <li>✓ Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον</li> <li>✓ Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου</li> <li>✓ Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης</li> </ul>			
<b>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Φιλοσοφία και διαδικασία του μάρκετινγκ για μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς και για εκπαιδευτικές μονάδες και ιδρύματα.</li> <li>2. Ανάλυση της προσφοράς και της ζήτησης στην εκπαίδευση. Διαδικασία λήψης αποφάσεων αγοράς</li> </ol>			

εκπαιδευτικών προϊόντων.

3. Ανάλυση, ανάπτυξη και διαχείριση εκπαιδευτικής εμπειρίας. Κατάστρωση σχεδίων μάρκετινγκ.
4. Τμηματοποίηση της εκπαιδευτικής αγοράς, στόχευση και τοποθέτηση. Ανάλυση του ανταγωνισμού. Μίγμα μάρκετινγκ και τα 4 "Π".
5. Εκπαιδευτικό προϊόν: εικόνα (image), μάρκα (brandname), διαφοροποίηση, ανάλυση προϊόντος, ανάπτυξη νέων προϊόντων, κύκλος του προϊόντος, ιδιαιτερότητες και υπηρεσίες.
6. Τιμή: ελαστικότητα της ζήτησης, ακαμψία και ευκαμψία, παράγοντες διαμόρφωσης της τιμής, διαφοροποίηση τιμής, τεχνική καθορισμού της τιμής.
7. Διανομή: κανάλια διανομής στην εκπαίδευση, ενδιάμεσοι, επιλογή καναλιών διανομής, πολιτική ενδιάμεσων.
8. Μίγμα επικοινωνίας στην εκπαίδευση: μοντέλα επικοινωνίας, στόχοι και τεχνική προώθηση των πωλήσεων,
9. Σχεδιασμός εσωτερικής και εξωτερικής προώθησης των πωλήσεων,
10. λειτουργία του merchandising,
11. Στόχοι και στρατηγική της διαφήμισης, ανάπτυξη διαφημιστικής καμπάνιας,
12. Στόχος και τεχνική δημοσίων σχέσεων,
13. Οργάνωση και στόχοι προσωπικών πωλήσεων.

#### **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

##### ***Προτεινόμενη βιβλιογραφία***

- Παντουβάκης, Α., Σιώμκος, Γ. & Χρήστου, Ε. (2015). Μάρκετινγκ. Αθήνα: Εκδόσεις Λιβάνη.
- Gibbs, P., Knapp, M.(2012). Marketing Higher and Further Education: An Educator's Guide to Promoting Courses, Departments and Institutions, NewYork: Routledge.
- Oplatka, I., Hemsley-Brown, J., eds (2012) The Management and Leadership of Educational Marketing: Research, Practice and Applications, New York: Emerald Group Publishing.

##### ***Συναφή επιστημονικά περιοδικά:***

- *Academia Journal of Educational Research*
- *American Educational Research Journal*

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230808 230811	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	8 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Ειδικές Μέθοδοι Ανάλυσης Δεδομένων</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Ειδικού υποβάθρου		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	Ελληνική και Αγγλική		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	Ναι		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210808_Per_Eidikes-methodoi-analyshe-dedomenwn.pdf">http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210808_Per_Eidikes-methodoi-analyshe-dedomenwn.pdf</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. ΓΝΩΣΗ:</b> Οι φοιτητές θα κατανοούν τις έννοιες της πολυδιάστατης στατιστικής ανάλυσης δεδομένων, με έμφαση στα δεδομένα έρευνας και θα είναι σε θέση να την περιγράψουν και να την αναγνωρίσουν.</li> <li><b>2. ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ:</b> Επίσης, θα είναι σε θέση να διακρίνουν ειδικές μεθόδους πολυδιάστατης μη παραμετρικής ανάλυσης σε δεδομένα έρευνας με σκοπό τη μελέτη φαινομένων και να εκτιμήσουν και να εξηγήσουν ευρήματα όπως τάσεις, συσχετίσεις και κατηγοριοποιήσεις.</li> </ol> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>3. ΕΦΑΡΜΟΓΗ:</b> ο φοιτητής θα είναι σε θέση να εξετάζει και να εφαρμόζει τις ικανότητες ειδικών μεθόδων πολυδιάστατης στατιστικής ανάλυσης σε δεδομένα έρευνας με σκοπό τη μελέτη πολυμεταβλητών προβλημάτων και την εξαγωγή ευρημάτων όπως παράγοντες, τάσεις, συσχετίσεις και τμηματοποιήσεις.</li> <li><b>4. ΑΝΑΛΥΣΗ:</b> Ο φοιτητής θα μπορεί να αναπτύξει και να κωδικοποιήσει σε Η/Υ πρωτογενή δεδομένα έρευνας, να αναλύσει τα δεδομένα με χρήση ειδικού λογισμικού πολυδιάστατης ανάλυσης δεδομένων και να διαφοροποιήσει σύνθετα φαινόμενα.</li> <li><b>5. ΣΥΝΘΕΣΗ:</b> ο φοιτητής συνθέτει και οργανώνει μεθόδους ανάλυσης δεδομένων της οικογένειας της πολυδιάστατης παραγοντικής ανάλυσης, που έχουν ως κύρια χαρακτηριστικά ότι λειτουργούν εξερευνητικά ακολουθώντας τα δεδομένα χωρίς να βασίζονται σε προκαθορισμένα μοντέλα και η φιλοσοφία τους είναι ολιστική, δηλαδή αναζητούν τις σύνθετες σχέσεις που διέπουν το συνολικό υπό μελέτη φαινόμενο.</li> </ol> <p><b>Ικανότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>6. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ:</b> ο φοιτητής αξιολογεί μεθόδους ιδιαίτερα αποτελεσματικές στη διοίκηση και το μάρκετινγκ για τη μελέτη τάσεων, την ανακάλυψη προφίλ συμπεριφοράς και την εύρεση των σημαντικότερων παραγόντων που ορίζουν ένα φαινόμενο. Η εφαρμογή των μεθόδων πραγματοποιείται με χρήση του εξειδικευμένου λογισμικού ανάλυσης δεδομένων M.A.D..</li> </ol>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>✓ Λήψη αποφάσεων</li> <li>✓ Αυτόνομη εργασία</li> <li>✓ Ομαδική εργασία</li> <li>✓ Εργασία σε διεθνές περιβάλλον</li> <li>✓ Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον</li> <li>✓ Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών</li> </ul>			
<b>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>			
Στο μάθημα διδάσκονται:			

1. Ο χειρισμός των πολυδιάστατων δεδομένων και η έννοια της πληροφορίας.
2. Οι έννοιες της παραγοντικής ανάλυσης και της ταξινόμησης σε πολυδιάστατα δεδομένα.
3. Ο σχεδιασμός ερωτηματολογίων για τη συλλογή δεδομένων κατάλληλων για πολυδιάστατες μεθόδους.
4. Η κωδικοποίηση των δεδομένων και η οργάνωσή τους σε κατάλληλους πίνακες.
5. Επεξεργασία πολυδιάστατων δεδομένων.
6. Ερμηνεία με χρήση περιγραφικής στατιστικής.
7. Δημιουργία και ερμηνεία πίνακα Burt.
8. Εισαγωγή στη μέθοδο της Παραγοντικής Ανάλυσης Αντιστοιχιών.
9. Ερμηνεία παραγοντικών επιπέδων.
10. Η μέθοδος της Ανιούσας Ιεραρχικής Ταξινόμησης.
11. Εφαρμογές και παραδείγματα παραγοντικής ανάλυσης
12. Συνδυασμός παραγοντικής ανάλυσης και ταξινόμησης
13. Σειρά εργαστηριακών ασκήσεων με χρήση του προγράμματος MAD

#### **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

##### ***Προτεινόμενη βιβλιογραφία***

1. ΠΟΛΥΔΙΑΣΤΑΤΗ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ, Καραπιστόλης Ν. Δημήτριος., Εκδόσεις Αλτιντζή, 2011, Κωδ Ευδόξου [12866215]
2. Η ανάλυση δεδομένων, Παπαδημητρίου Γιάννης, Εκδόσεις Τυπωθήτω, 2007, Κωδ. Ευδόξου [31439].
3. Μέθοδοι Επεξεργασίας και Ανάλυσης Δεδομένων, Καραπιστόλης Ν. Δημήτριος, Εκδόσεις Αλτιντζή, 2011.

##### ***Συναφή επιστημονικά περιοδικά:***



<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230809	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	8 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Διοίκηση και Οργάνωση Εκπαιδευτικών Μονάδων</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>		<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>
Διαλέξεις		3	
Ασκήσεις Πράξης		0	
Εργαστηριακές Ασκήσεις		0	
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>		3	5
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Ειδικού υποβάθρου		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	Ελληνική και Αγγλική		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>			
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p>Γνώσεις</p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Γνώση:</b> Να εξοικειωθεί με την χρήση εισαγωγικών όρων στο πεδίο της Διοίκησης και Οργάνωσης Εκπαιδευτικών Μονάδων.</li> <li><b>2. Κατανόηση:</b> να κατανοήσει τον ρόλο και την επίδραση της εξουσίας στα συγκεντρωτικά συστήματα αλλά και στα αποσυγκεντρωμένα όπως το ελληνικό εκπαιδευτικό σύστημα.</li> </ol> <p>Δεξιότητες</p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>3. Εφαρμογή:</b> να επιλέγει και να εφαρμόζει το πιο αποτελεσματικό μοντέλο διοίκησης της σχολικής μονάδας λαμβάνοντας υπόψιν του τις ιδιαιτερότητες αυτής.</li> <li><b>4. Ανάλυση:</b> να κρίνει και να εξειδικεύει τις αποφάσεις της διοίκησης.</li> <li><b>5. Σύνθεση:</b> Να συνθέτει και να περιγράφει τις μορφές οργάνωσης της εκπαιδευτικής μονάδας.</li> </ol> <p>Ικανότητες</p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>6. Αξιολόγηση:</b> να μπορεί να αξιολογεί και να υλοποιεί το πιο αποτελεσματικό μοντέλο οργάνωσης.</li> </ol>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>✓ Λήψη αποφάσεων</li> <li>✓ Αυτόνομη εργασία</li> <li>✓ Ομαδική εργασία</li> <li>✓ Εργασία σε διεθνές περιβάλλον</li> <li>✓ Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον</li> </ul>			

**ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ**

1. Ο ρόλος της εξουσίας στη Διοίκηση.
2. Ορισμός και περιεχόμενο της Οργάνωσης.
3. Ορισμός και περιεχόμενο της Διοίκησης.
4. Ιστορική εξέλιξη των θεωριών της διοίκησης.
5. Μορφές Διοίκησης.
6. Ορισμός και διαδικασία της λήψης απόφασης.
7. Αποκέντρωση των εκπαιδευτικών μονάδων.
8. Αυτονομία των εκπαιδευτικών μονάδων.
9. Γραφειοκρατία.
10. Κριτική προσέγγιση της διοίκησης Ευρωπαϊκών εκπαιδευτικών συστημάτων.
11. Κριτική προσέγγιση της διοίκησης του Ελληνικού εκπαιδευτικού συστήματος.
12. Οργανωσιακή συμπεριφορά.
13. Αξιολόγηση.

#### ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

##### **Προτεινόμενη βιβλιογραφία**

1. Αθανασούλα-Ρέππα, Α. (2008). *Εκπαιδευτική Διοίκηση & Οργανωσιακή Συμπεριφορά*. Αθήνα: Ίων.
  2. Ζαβλανός, Μ. (2003). *Η Ολική Ποιότητα στην Εκπαίδευση*. Αθήνα: Σταμούλης.
  3. Ιορδανίδης, Γ. (2002). *Ο ρόλος του Προϊστάμενου Διεύθυνσης και Γραφείου Εκπαίδευσης*. Θεσσαλονίκη: Κυριακίδη.
  4. Ιορδανίδης, Γ. & Τσαγκαλίδου, Μ. (2005). "Η αυτοαξιολόγηση των εκπαιδευτικών στην Αγγλία ως διοικητική διαδικασία: αρχές, μέθοδοι και τεχνικές εφαρμογής της". *Επιστήμες Αγωγής*, τ.1, σελ. 85-100.
  5. Κασσωτάκης, Μ. (2005). «Αξιολόγηση και Επαγγελματική Ανάπτυξη των Εκπαιδευτικών».
  6. Κουτούζη, Μ. (2006). *Αποτύπωση του Εκπαιδευτικού Συστήματος σε Επίπεδο Σχολικών Μονάδων*. Αθήνα: Κέντρο Εκπαιδευτικής Έρευνας
  7. MacBeath, J., Schratz, M., Meuret, D., & Cobsen L. (2004). *Αυτοαξιολόγηση στο ευρωπαϊκό σχολείο*. Αθήνα: Μεταίχμιο.
  8. Παπακωνσταντίνου Γ., (2013) *Αρχές διαχείρισης ανθρώπινου δυναμικού, Η διοίκηση του ανθρώπινου δυναμικού της εκπαίδευσης*, Αθήνα, εκδ. Gutenberg
  9. Σαϊτής, Χ. (2008). *Ο Διευθυντής στο Δημόσιο Σχολείο*. Αθήνα: Παιδαγωγικό Ινστιτούτο.
  10. Χατζηπαναγιώτου, Π. (2003). *Η διοίκηση του σχολείου και η συμμετοχή των εκπαιδευτικών στη διαδικασία λήψης αποφάσεων*. Θεσσαλονίκη: Κυριακίδη.
  11. Bush T. (2003). *Theories of Educational Management (3<sup>rd</sup> Ed.)*. London: Sage.
  12. Bush, T., & Middlewood, D. (2006). *Leading and Managing People in Education*. London: Sage.
  13. Coleman, M. (2007). "Gender and educational leadership in England: a comparison of secondary headteachers' views over time". *School Leadership and Management*, 27(4), pp.383-399.
  13. Eurydice (2004). *Evaluation of schools providing compulsory education in Europe*. Brussels: Eurydice European Unit.
- Συναφή επιστημονικά περιοδικά:**

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230810	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	8 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Διοίκηση Μονάδων Υγείας και Πρόνοιας</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Ειδικού υποβάθρου		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	Ελληνική και Αγγλική		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="https://exams-sod.the.ihu.gr/course/view.php?id=303">https://exams-sod.the.ihu.gr/course/view.php?id=303</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Το μάθημα παρέχει εξειδίκευση στο μάντζμεντ με στόχο την αναγκαία εξειδικευμένη θεωρητική κατάρτιση για τα στελέχη οργανισμών παροχών υπηρεσιών υγείας και πρόνοιας. Το μάθημα πραγματεύεται την οργάνωση των νοσοκομείων και του συστήματος υγείας αναλύοντας το εξωτερικό περιβάλλον του συστήματος υγείας. Αναλύονται θέματα που σχετίζονται με τους εργασιακούς κινδύνους, τη διαχείριση συγκρούσεων στο χώρο της εργασίας ενώ επεκτείνεται στη στρατηγική διοίκηση και το σχεδιασμό μονάδων υπηρεσιών υγείας και πρόνοιας.</p> <p>Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές θα μπορούν να εντοπίζουν τις ομοιότητες και τις διαφορές στη διαχείριση ιδιωτικών και δημόσιων φορέων υγείας και πρόνοιας και θα έχουν εκπαιδευθεί στα σύγχρονα εργαλεία στρατηγικού μάντζμεντ</p> <p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p>			
<b>Γνώσεις</b>			
ΓΝΩΣΗ: 1. Να μπορούν να αναγνωρίζουν τους τύπους των μονάδων υγείας και πρόνοιας στον δημόσιο και ιδιωτικό τομέα			
ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ 2. Να εξηγούν τις βασικές αρχές που χαρακτηρίζουν τη διοίκηση μονάδων υγείας και πρόνοιας και να διακρίνουν τις μεθόδους και τεχνικές διοίκησης τους			
<b>Δεξιότητες</b>			
ΕΦΑΡΜΟΓΗ 3. Να παράγουν σχέδια προγραμματισμού, υπολογίζοντας την επένδυση με τα οικονομικά και λειτουργικά στοιχεία της μονάδας			
ΑΝΑΛΥΣΗ 4. Να εξηγούν τον ρόλο που διαδραματίζει το ανθρώπινο δυναμικό στην παροχή υπηρεσιών υψηλού επιπέδου και τις διαδικασίες λήψης αποφάσεων, ώστε να οργανώνουν τα πληροφοριακά συστήματα από τα οποία μπορούν να αντλούν τις κατάλληλες πληροφορίες για τη σωστή λήψη αποφάσεων			
ΣΥΝΘΕΣΗ 5. Να συνδυάζουν πόρους και χρόνο (σωστή διαχείριση χρημάτων, ορθή κατανομή εξοπλισμού και ανθρώπινου δυναμικού και σωστή εκμετάλλευση του χρόνου) ώστε να σχεδιάζουν την οργάνωση της μονάδας υγείας και πρόνοιας			
<b>Ικανότητες</b>			
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ 6. Να αξιολογούν τα αποτελέσματα του ελέγχου με κατάλληλες τεχνικές και υποστηρίζουν την γραπτή ενδοεπιχειρησιακή και διεπιχειρησιακή επικοινωνία των μονάδων υγείας και πρόνοιας			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>✓ Λήψη αποφάσεων</li> </ul>			
<b>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ο δημόσιος τομέας στις υπηρεσίες υγείας και πρόνοιας</li> <li>2. ο ιδιωτικός τομέας στις υπηρεσίες υγείας και πρόνοιας,</li> <li>3. διαχωρισμός και οργάνωση υπηρεσιών υγείας,</li> <li>4. ενδονοσοκομειακές υπηρεσίες</li> <li>5. εξωνοσοκομειακές υπηρεσίες,</li> <li>6. οι ρόλοι στη διοίκηση υπηρεσιών υγείας και πρόνοιας,</li> </ol>			

7. διαχείριση συγκρούσεων στο χώρο της υγείας,
8. στρατηγικός σχεδιασμός,
9. η κατάρτιση ενός business plan για δημόσιο οργανισμό υγείας και πρόνοιας,
10. η κατάρτιση ενός business plan για ιδιωτικό οργανισμό υγείας και πρόνοιας,
11. στρατηγικός σχεδιασμός,
12. στρατηγική τοποθέτηση με βάση τις δυνάμεις του Porter,
13. μέθοδοι και τεχνικές επιχειρησιακής διοίκησης και προγραμματισμού.

#### **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

##### ***Προτεινόμενη βιβλιογραφία***

- Στράτου Π. (2016) Boston Scientific: Ανάλυση των ανταγωνιστικών δυνάμεων του Porter. Μελέτη περίπτωσης.
- Lethbridge J. (2011) Understanding multinational companies in public health systems, using a competitive advantage framework Globalization and Health 7:19.
- Porter M. (1980) Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. New York: Free Press:
- Πολύζος Ν. (2014) Διοίκηση και Οργάνωση Υπηρεσιών Υγείας. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
- Hernandez R. O'Conor S. (2010) Strategic Human Resources Management in Health Services Organizations: Strategy and Organization Systems (3rd ed). New York: Delmar Cengage Learning
- Τούντας Ι. (2008) Υπηρεσίες Υγείας. Αθήνα: Εκδόσεις Οδυσσέας.
- Γούλα Α. (2007), Διοίκηση και διαχείριση νοσοκομείου. Ελληνική εμπειρία και πρακτική. Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση.
- Sullivan E., Decker Phillip, (2009), Αποτελεσματική ηγεσία και διοίκηση στις υπηρεσίες υγείας, Γκιούρδας Μ., Αθήνα

##### ***Συναφή επιστημονικά περιοδικά:***

*Harvard Business Review*

*Health Marketing Quarterly*

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230815 230816	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	8 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Διοίκηση Τουριστικών Προορισμών</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	2		
Ασκήσεις Πράξης	1		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΕΙΔΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	Ελληνική και Αγγλική		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΝΑΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210812_Per_Dioikhsh-touristikwn-proorismwn.pdf">http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210812_Per_Dioikhsh-touristikwn-proorismwn.pdf</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <p><b>1. ΓΝΩΣΗ:</b> Να προσδιορίσει, να αναγνωρίσει και να περιγράψει την έννοια της διαχείρισης προορισμού τόσο σε θεωρητικό όσο και πρακτικό πλαίσιο.</p> <p><b>2. ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ:</b> Να διακρίνει τις διάφορες δομές που υπάρχουν και οι οποίες συμβάλλουν στην αποτελεσματική διαχείριση προορισμών</p> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <p><b>3. ΕΦΑΡΜΟΓΗ:</b> Να εξετάσει τη διαχείριση ενός προορισμού μέσω του εργαλείου του Οργανισμού Διαχείρισης Προορισμού (DMO)</p> <p><b>4. ΑΝΑΛΥΣΗ:</b> Να σχεδιάσει και να αναπτύξει τον ρόλο των διαφόρων σημαντικών εταίρων και στη συμβολή τους στην ανάπτυξη του προορισμού</p> <p><b>5. ΣΥΝΘΕΣΗ:</b> Να εξηγήσει και να προτείνει λύσει στο θέμα τόσο θεωρητικά όσο και πρακτικά μέσω τοπικών και διεθνών παραδειγμάτων</p> <p><b>Ικανότητες</b></p> <p><b>6. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ:</b> Να είναι σε θέση να αξιολογήσουν και να συγκρίνουν μελέτες περιπτώσεων.</p>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>✓ Λήψη αποφάσεων</li> <li>✓ Αυτόνομη εργασία</li> <li>✓ Ομαδική εργασία</li> <li>✓ Εργασία σε διεθνές περιβάλλον</li> <li>✓ Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον</li> <li>✓ Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών</li> <li>✓ Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα</li> <li>✓ Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον</li> </ul>			
<b>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>			
<p>Το περιεχόμενο του μαθήματος διαπραγματεύεται τα παρακάτω θέματα:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ορισμοί. Τύποι τουριστικών προορισμών</li> <li>2. Στοιχεία σύνθεσης τουριστικού προορισμού. Dickman's (1997) Five A's of a Destination</li> <li>3. Ο κύκλος ζωής του προορισμού</li> <li>4. Ο κύκλος του τουριστικού ταξιδιού</li> <li>5. Ο σχεδιασμός του προορισμού</li> <li>6. Αξιολόγηση του προορισμού (ανάλυση SWOT)</li> <li>7. Ο Οργανισμός Διαχείρισης Προορισμού (DMO)</li> </ol>			

8. Το D.M.O. Δραστηριότητες-Χρηματοδότηση-Στρατηγικές
9. Branding του προορισμού
10. Προορισμοί σε περιβάλλον COVID-19
11. "Έξυπνοι" προορισμοί
- 12 και 13 Μελέτες περιπτώσεων

#### ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

##### Προτεινόμενη βιβλιογραφία

- Baggio, R., 2004. *The strategic role of knowledge in the management of tourism destinations organisations*. Thesis (Tourism Policy and Strategy). UNTWO Themis Foundation. Madrid: Universitat de Catalunya.
- Beritelli P., Bieger T. and Laesser C., 2007. Destination Governance: Using Corporate Governance Theories as a Foundation for Effective Destination Management. *Journal of Travel Research*, 46 (August), 96-107.
- Bornhorst, T., Brent Ritchie, J. R., and Sheehan, L., 2010. Determinants of tourism success for DMOs & Destinations: An empirical examination of stakeholders' perspectives. *Tourism Management*, 31 (5), 572-589.
- Pike, S., 2005. Tourism destination branding complexity. *Journal of Product & Brand Management*, 14 (4), 258-259.
- Pike, S. and Page, S., J., 2014. Destination Marketing Organisations and destination marketing: A narrative analysis of the literature. *Tourism Management*, 41 (April), 202-227
- Presenza, A., Sheehan, L., and Ritchie, J. R. B., 2005. Towards a model of the roles and activities of destination management organisations. *Journal of Hospitality, Tourism and Leisure Science*, 3, 1-16.
- Saarinen, J., 2004. 'Destinations in change': The transformation process of tourism destinations. *Tourist Studies*, 4 (2), 161-179.
- Stabler, M., J., Sinclair, M. T., and Papatheodorou, A., 2010. *The economics of tourism*. 2nd ed. London: Taylor & Francis.

##### Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- ✓ *Journal of Travel Research*
- ✓ *Tourism Management*
- ✓ *Journal of Hospitality, Tourism and Leisure Science*
- ✓ *Annals of Tourism Research*
- ✓ *International Journal of Contemporary Hospitality Management*
- ✓ *Journal of Hospitality and Tourism Research*
- ✓ *Journal of Travel & Tourism Marketing*
- ✓ *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*
- ✓ *Journal of Sustainable Tourism Management*

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230817	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	8 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Διοίκηση Φιλοξενίας</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Επιστημονικής Περιοχής		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	Ελληνική και Αγγλική		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΝΑΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210815_Per_Dioikhsh-Filoksenias.pdf">http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210815_Per_Dioikhsh-Filoksenias.pdf</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Ο γενικός σκοπός του μαθήματος είναι να προετοιμάσει τον φοιτητή για σταδιοδρομία σε διοικητική θέση στην βιομηχανία της φιλοξενίας. Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. ΓΝΩΣΗ:</b> Αναγνωρίζει και περιγράφει τις βασικές λειτουργίες της διοίκησης φιλοξενίας (Προγραμματισμός/Σχεδιασμός, Οργάνωση, Ηγεσία, Επικοινωνία, Λήψη αποφάσεων, Έλεγχος).</li> <li><b>2. ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ:</b> Διακρίνει και εξηγεί τα χαρακτηριστικά και τις τάσεις της βιομηχανίας φιλοξενίας και επιπλέον κατανοεί την ισχύουσα νομοθεσία για την ίδρυση, λειτουργία και διαχείριση ξενοδοχείων στην Ελλάδα.</li> </ol> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>3. ΕΦΑΡΜΟΓΗ:</b> Εξετάζει την στρατηγική διοίκηση, την διαχείριση κρίσεων και τις τεχνολογικές καινοτομίες στην βιομηχανία φιλοξενίας και ταξινομεί τις σύγχρονες προσεγγίσεις διοίκησης των επιχειρήσεων φιλοξενίας.</li> <li><b>4. ΑΝΑΛΥΣΗ:</b> Αναπτύσσει τους διαφορετικούς τύπους των συναντήσεων, συνεδρίων και εκθέσεων, καθώς και τα διάφορα είδη ψυχαγωγίας, τα θεματικά πάρκα και τις λέσχες (clubs).</li> <li><b>5. ΣΥΝΘΕΣΗ:</b> Εξηγεί και αναθεωρεί τις αρχές που διέπουν την διοίκηση ανθρωπίνων πόρων στην βιομηχανία φιλοξενίας.</li> </ol> <p><b>Ικανότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>6. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ:</b> Ορίζει τα σύγχρονα και αποδοτικά μοντέλα διοίκησης στις υπηρεσίες φιλοξενίας και αξιολογεί την πράσινη φιλοξενία και βιωσιμότητα.</li> </ol>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών.</li> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις.</li> <li>✓ Λήψη αποφάσεων.</li> <li>✓ Αυτόνομη εργασία.</li> <li>✓ Ομαδική εργασία.</li> <li>✓ Εργασία σε διεθνές περιβάλλον.</li> <li>✓ Σεβασμός στην διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα.</li> <li>✓ Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον.</li> <li>✓ Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης.</li> </ul>			

#### ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Το μάθημα εισάγει τους φοιτητές στην διοίκηση της βιομηχανίας φιλοξενίας. Οι κύριοι τομείς μελέτης περιλαμβάνουν την ανάλυση και εφαρμογή νέων θεωριών και μοντέλων, καθώς και τα τρέχοντα ζητήματα στην διοίκηση των επιχειρήσεων φιλοξενίας.

Οι διαλέξεις του μαθήματος αναφέρονται στα ακόλουθα θέματα:

1. Βασικές λειτουργίες της διοίκησης φιλοξενίας (Προγραμματισμός/Σχεδιασμός, Οργάνωση, Ηγεσία,

- Επικοινωνία, Λήψη αποφάσεων, Έλεγχος). Βέλτιστες πρακτικές διεθνώς.
2. Τα χαρακτηριστικά και οι τάσεις της βιομηχανίας φιλοξενίας. Η ισχύουσα νομοθεσία για την ίδρυση, λειτουργία και διαχείριση επιχειρήσεων φιλοξενίας στην Ελλάδα.
  3. Στρατηγικός σχεδιασμός και στρατηγική διοίκηση στην βιομηχανία φιλοξενίας.
  4. Ηγεσία και διοίκηση ολικής ποιότητας στις επιχειρήσεις φιλοξενίας.
  5. Διοίκηση επωνυμίας (Brand management) στην βιομηχανία φιλοξενίας.
  6. Σύγχρονες προσεγγίσεις της διοίκησης φιλοξενίας.
  7. Τεχνολογικές καινοτομίες στην βιομηχανία της φιλοξενίας.
  8. Διαχείριση κρίσεων στις επιχειρήσεις φιλοξενίας.
  9. Οργάνωση & διοίκηση της ψυχαγωγίας (αναψυχής), των θεματικών πάρκων και των λεσχών (clubs).
  10. Διοίκηση εκδηλώσεων στην βιομηχανία της φιλοξενίας.
  11. Ανάπτυξη της βιομηχανίας συναντήσεων, συνεδρίων και εκθέσεων (MICE).
  12. Διοίκηση ανθρωπίνων πόρων στην βιομηχανία φιλοξενίας.
  13. Πράσινη φιλοξενία και βιωσιμότητα.

#### ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

##### **Προτεινόμενη βιβλιογραφία**

##### **Βιβλία:**

- Διοίκηση τομέα δωματίων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, Νίκος Θεοχάρης (2016), Εκδόσεις Προπομπός
- Introduction to Hospitality Management**, John R. Walker, (7<sup>th</sup> edition), 2017
- Strategic Management for Hospitality and Tourism, Fevzi Okumus, Levent Altinay & Prakash Chathoth, 2010, ISBN: 978-0-7506-6522-3
- Introduction to management in the hospitality industry, Barrows, C., Powers, T., Reynolds, D., 2012
- Hospitality Today: An Introduction, 7<sup>th</sup> Edition, Rocco M. Angelo and Andrew N. Vladimir, 2011
- Hotel management and operations, Denney G. Rutherford, Michael J. O'Fallon, John Wiley & Sons, 2010
- Foundations of lodging management, David K. Hayes, Jack D. Ninemeier, Allisha A. Miller, Pearson/Prentice Hall, 2012
- Hotel and Lodging Management: An Introduction, 2nd Edition, Alan T. Stutts, James Wortman, 2005
- Hotel Operations Management, Hayes, D. & Ninemeier, J. (2004), New Jersey: Prentice Hall
- Hospitality operations: careers in the world's greatest industry, Jack D. Ninemeier, Joe Perdue, Pearson/Prentice Hall, 2004
- Managing Technology in the Hospitality Industry, Michael Kasavana, John j. Cahill
- Managing Front Office Operations, Michael L. Kasavana and Richard M. Brooks
- Accounting for Hospitality Managers, Raymond Cote
- Professional Front Office Management, David K. Hayes
- Successful Service Operations Management (2nd edition), Metters, R., King-Metters, K., Pullman, M. & Walton, S. (2006), Ann Arbor, MI: South-Western
- Service Management: Operations, Strategy and Information Technology (4th Edition), Fitzsimmons, J., & Fitzsimmons, M. (2004), New York: McGraw-Hill
- Service Management and Operations, Haksever, C., Render, B., Russell, R. & Murdick, R. (2000), New Jersey: Prentice Hall
- Service Operations Management, Johnston, R. & Clark, G. (2001), London: Financial Times/Prentice Hall
- Handbook of hospitality operations and IT, Jones, P. (2008), Oxford: Butterworth-Heinemann
- The management of hotel operations, Jones, P. & Lockwood, A. (2004), London: Thomson
- Operations Management, Slack, N, Chambers, S. & Johnston, R. (2004), Harlow, England: Financial Times/Prentice Hall
- Kapiki, S. and Fu, J. (2015). E-Hospitality Strategies Enhancing Competitiveness: Evidence from China and Central Macedonia, Greece in "Handbook on Tourism Development and Management", Editor: Kerri Hayden Collins, NOVA Science Publishers, ISBN: 978-1-63463-646-9, pp. 165-190.

##### **Ιστοσελίδες:**

- ✓ <http://www.hospitalitynet.org> (Hospitality net, on-line magazine)
- ✓ <http://www.traveldailynews.com> (Daily travel and tourism news portal)
- ✓ <http://www.hotelnewsresource.com> (Hotel news resource)
- ✓ <http://www.hotelmule.com> (On-line community for hospitality and tourism industry professionals)
- ✓ <http://www.4hoteliers.com/> (Hospitality, Hotel & Travel News)
- ✓ <http://www.unusualhotelsoftheworld.com> (Guide to unique and unusual hotel properties).

##### **Συναφή επιστημονικά περιοδικά:**

- ✓ *Advances in Hospitality and Leisure* (<http://www.emeraldinsight.com/products/books/series.htm?id=1745-3542>)
- ✓ *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research* (<http://www.tandfonline.com/loi/rana20/current>)
- ✓ *ASEAN Journal on Hospitality and Tourism* (<http://www.aseanjournal.com/>)



- ✓ *Asia Pacific Journal of Innovation in Hospitality and Tourism* ([http://www.taylors.edu.my/apjih/aims\\_n\\_scope.html](http://www.taylors.edu.my/apjih/aims_n_scope.html))
- ✓ *Contemporary issues in Hospitality Student Journal* (<http://www.sturesearcher.ch/>)
- ✓ *Cornell Hospitality Quarterly* (<http://cqx.sagepub.com/>)
- ✓ *Hospitality and Society* (<http://www.intellectbooks.co.uk/journals/view-Journal,id=194/view,page=2/>)
- ✓ *International Hospitality and Tourism Student Journal* (<http://www.sturesearch.ch/>)
- ✓ *International Journal of Contemporary Hospitality Management* (<http://www.emeraldinsight.com/products/journals/journals.htm?id=IJCHM>)
- ✓ *International Journal of Hospitality and Event Management* (<http://www.inderscience.com/jhome.php?jcode=ijhem>)
- ✓ *Journal of Hospitality & Tourism Studies* (<http://www.akht.or.kr/>)
- ✓ *Journal of Hospitality and Tourism* (<http://www.johat.org/>)
- ✓ *Journal of Hospitality and Tourism Cases* (<http://www.chrie.org/publications/jhtc/jhtc-abstractsv2-2/index.aspx>)
- ✓ *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing - JTHSM* (<https://www.jthsm.gr/>).



<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230818	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	8 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Διοίκηση και Οργάνωση Αερομεταφορών και Εμπορευμάτων</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΕΙΔΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	Ελληνική και Αγγλική		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΝΑΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>			
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <p><b>1. ΓΝΩΣΗ:</b> ο φοιτητής μπορεί να περιγράψει την οργάνωση και λειτουργία του αεροδρομίου</p> <p><b>2. ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ:</b> ο φοιτητής μπορεί να διακρίνει και να ταξινομήσει τις λειτουργίες του αεροδρομίου ώστε να μπορεί να διευκολύνει την ασφαλή διακίνηση των επιβατών μέσα από οργανωμένες διαδικασίες</p> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <p><b>3. ΕΦΑΡΜΟΓΗ:</b> ο φοιτητής εξετάζει του τύπους των διαφορετικών αεροσκαφών και τα ταξινομεί με βάση τους χρήστες.</p> <p><b>4. ΑΝΑΛΥΣΗ:</b> ο φοιτητής σχεδιάζει και συνδυάζει τους τύπους των αεροσκαφών και κατευθύνει τους επιβάτες ανάλογα με την πτήση που αναγράφεται στο εισιτήριό τους</p> <p><b>5. ΣΥΝΘΕΣΗ:</b> ο φοιτητής είναι ικανός να οργανώσει και να συνθέσει συνθήκες για να εξυπηρετήσουν επιβάτες διαφορετικών αεροπορικών εταιριών και εθνικότητας μέσα από συγκεκριμένες διαδικασίες και κανόνες εξυπηρέτησης επιβατών</p> <p><b>Ικανότητες</b></p> <p><b>6. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ:</b> ο φοιτητής είναι σε θέση να συγκρίνει και να αξιολογήσει μελέτες περιπτώσεων στο χώρο των αερομεταφορών.</p>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<p>Ο φοιτητής με την επιτυχή παρακολούθηση θα μπορεί να:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>✓ Λήψη αποφάσεων</li> <li>✓ Αυτόνομη εργασία</li> <li>✓ Ομαδική εργασία</li> <li>✓ Εργασία σε διεθνές περιβάλλον</li> <li>✓ Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον</li> <li>✓ Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών</li> </ul>			
<b>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Οργανωτική δομή –Οργανόγραμμα</li> <li>2. Έλεγχος αποσκευών</li> <li>3. Ταξιδιωτικά έγγραφα και διαδικασίες</li> <li>4. Εγχειρίδιο ταξιδιωτικών πληροφοριών – TIM</li> <li>5. Υπηρεσίες Εδάφους και Διαχείριση Εμπορευμάτων</li> <li>6. Διαδικασίες check – in επιβατών και αποσκευών</li> <li>7. Διαδικασίες Check – out επιβατών και αποσκευών</li> <li>8. Κατηγοριοποίηση επιβατών</li> <li>9. Κανονισμοί μετακίνησης επιβατών</li> <li>10. Διεθνείς κανονισμοί στις αερομεταφορές επιβατών</li> </ol>			

11. Διεθνείς κανονισμοί στις αερομεταφορές εμπορευμάτων
12. Διαδικασία έκδοσης αεροπορικών ναύλων
13. Νομοθεσία αερομεταφορών

#### ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

##### Προτεινόμενη βιβλιογραφία

- Aiken R. Lewis, (1997). *Questionnaires and Inventories*. New York: John Wiley & Sons
- Alamdari F., (2002). Regional development in airlines and travel agents relationship. *Air Transport Management*, 8 (2002), 339-348
- Alamdari F., Mason K, (2006). The future of airline distribution. *Air Transport Management*, 12(3), 122-134
- Allen, P., (1999) *Πωλήσεις: Οργάνωση και Πρακτική*. Αθήνα: Κλειδάριθμος.
- Alexandris K., Dimitriadis N., Markata D., (2002). Can Perceptions of Service Quality Predict Behavioural Intentions? An Exploratory Study In the Hotel Sector in Greece, *Managing Service Quality*, 12(4), 224-231
- Andersson, Sven-Eric, (1998). Passenger choice analysis for seat capacity control: a pilot project in Scandinavian Airlines. *International Transactions in Operational Research*. 5(6), 471-486
- AngellaChenJui Lu, (2003) *International Airline Alliances*. Hague: Kluwer Law International
- Arnoult S., Miramar F., (2008) How Low Can we Go, *Air Transport World* 44 (12), 63-65  
<https://www.iata.org/en/pressroom/pr/2020-09-29-02/> , (visited, 29/09/2020) 15.  
<https://www.iata.org/en/publications/store/world-air-transport-statistics/> , (visited, 29/09/2020)
- Daffy, Ch., (1996) *Once a Customer Always a Customer*, Britain: MPG Books
- Frank Fiore, (2001). *e-marketing*. Αθήνα: Γκιούρδας
- Gee C., Makens J., Choy D., (1989). *The Travel Industry*. Kentucky: Van Nostrand
- Iatrou K., Alamdari F., (2005). The empirical analysis of the impact of alliances on airline operations. *Air Transport Management*. 11(2005), 127-134
- Inkpen, G., (1998). *Information technology for Travel and Tourism*. London: Longman.
- JaveauClaude, (1996). Η Έρευνα με Ερωτηματολόγιο. Αθήνα: τυπωθήτω
- Johnson Michael, (1998). *Customer Orientation and Market Action*. New Jersey: Prentice Hall
- IATA Course textbook, (2019). *Selling airline reservations and travel, IATA*,
- Kotler, Ph. (2000). *Marketing Management*, Αθήνα: interbooks
- WellsA., (1997). *Αεροπορική βιομηχανία Μεταφορών*. Αθήνα: Έλλην
- Werthner, Hans & Klein, Stefan, (1999). Information Technology and Tourism: A Challenging Relationship. *Annals of Tourism Research*. 29(2), 567-568
- Williams, G., (2002). *Airline Competition: Deregulation's Mixed Legacy*. Aldershot: Ashgate Publishing Limited
- Worsfold Ph., (1999). HRM, Performance, Commitment and Service Quality at the Hotel Industry. *International Journal of Contemporary Hospitality*. 11(7), 340-348
- Zea, M., and Feldman, D. (1998). *Going Global: The Risks and Rewards of Airline Alliance-Based Network Strategies*. The Handbook of Airline Economics, New York : Mc Graw-Hill

##### Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230819	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	8 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Θαλάσσιος και Καταδυτικός Τουρισμός</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Ειδίκευσης Γενικών Γνώσεων		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	Ελληνικά-Αγγλικά-Γαλλικά		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΝΑΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210817_Per_Thalassios-k-katadytikos-tourismos.pdf">http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210817_Per_Thalassios-k-katadytikos-tourismos.pdf</a>		

### Μαθησιακά Αποτελέσματα

Το μάθημα του Θαλάσσιου και Καταδυτικού Τουρισμού επιδιώκει να παρουσιάσει στους φοιτητές μία από τις μορφές του Ειδικού Τουρισμού, η οποία παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον σε μια χώρα με εκτενή ακτογραμμή. Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:

#### Γνώσεις

- Γνώση:** Ο φοιτητής θα γνωρίζει να αναγνωρίζει και να περιγράφει τις διάφορες μορφές του θαλάσσιου τουρισμού, αλλά και ειδικότερα του καταδυτικού τουρισμού προσδιορίζοντας σε κάθε περίπτωση το πεδίο εφαρμογής σε μελέτες περιπτώσεων.
- Κατανόηση:** Θα είναι σε θέση να διακρίνει την τυπολογία του Θαλάσσιου Τουρισμού, και να εξηγήσει τις διάφορες ειδικότερες μορφές καθώς και να διακρίνει τις διαφορές στο ευρύτερο σύνολο του τουρισμού υποβρύχιων δραστηριοτήτων (π.χ. αυτόνομη κατάδυση vs ελεύθερη κατάδυση).

#### Δεξιότητες

- Εφαρμογή:** Ταξινομεί τις διάφορες μορφές Θαλάσσιου τουρισμού και εξετάζει την τυπολογία του τουριστικού προϊόντος. Παράλληλα εξετάζει την δημιουργία νέων τουριστικών προϊόντων συνδεδεμένα με το θαλάσσιο περιβάλλον.
- Ανάλυση:** Ο φοιτητής θα μπορεί να συνδυάσει γνώσεις του από προηγούμενα εξάμηνα και από άλλα μαθήματα για να σχεδιάσει καινοτόμα προϊόντα, ή να διαφοροποιήσει ήδη υπάρχοντα που να είναι σχετικά με το θαλάσσιο περιβάλλον.
- Σύνθεση:** Ανακατασκευάζει παραδοσιακές μορφές και τύπους θαλάσσιου τουρισμού για να συνθέσει νέα προϊόντα, συνδυάζοντας τον θαλάσσιο τουρισμό με άλλες μορφές τουρισμού.

#### Ικανότητες

- Αξιολόγηση:** Ως αποτέλεσμα των παραπάνω στην ολοκλήρωση του κύκλου του συγκεκριμένου μαθήματος ο φοιτητής είναι σε θέση να ορίσει, να συγκρίνει και να αξιολογήσει την τυπολογία του θαλάσσιου τουρισμού, καθώς επίσης και την αντίστοιχη της επιμέρους κατηγορίας του, αυτή του καταδυτικού τουρισμού.

### Γενικές Ικανότητες

*Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον*

*Αυτόνομη εργασία*

*Ομαδική εργασία*

*Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου*

*Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών*

*Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής*

*Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης*

### ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. εισαγωγή στον θαλάσσιο τουρισμό
2. τουρισμός κρουαζιέρας
3. τυπολογία κρουαζιέρας
4. ιστιοπλοϊκός τουρισμός
5. αθλητικός ιστιοπλοϊκός τουρισμός

6. μηχανοκίνητα watersports
7. καγιάκ θαλάσσης
8. αλιευτικός τουρισμός
9. εισαγωγή στον τουρισμό υποβρύχιων δραστηριοτήτων
10. περιήγηση επιφανείας
11. ελεύθερη κατάδυση
12. υποβρύχια αλιεία αναψυχής και αθλητική υποβρύχια αλιεία
13. αυτόνομη κατάδυση αναψυχής

#### **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

##### ***Προτεινόμενη βιβλιογραφία***

Marine Ecotourism: Issues and Experiences (Aspects of Tourism Book 7) (2003), B. Garrod, J. Wilson, Publisher : Channel View Publications, ISBN : 1873150415, pp 281.

Marine Tourism Development, Impacts and Management (1999), M. Orams, ISBN 9780415139380, ed. Taylor & Francis Group, pp 136.

##### ***Συναφή επιστημονικά περιοδικά:***

- Ocean & Coastal Management
- Journal of Coastal Research
- Journal of Sustainable Tourism
- Marine Policy
- Journal of sustainable Tourism
- Scuba diving tourism
- Journal of Coastal Conservation
- Tourism Recreation Research
- Tourism in Marine Environments
- Tourism Management

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230821	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	8 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Επιχειρηματικότητα στον Τουρισμό</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Ειδικού υπόβαθρου		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	Ελληνικά		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	όχι		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210822_Per_Epixeirmatikothta-kai-kainotomia-ston-tourismo.pdf">http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210822_Per_Epixeirmatikothta-kai-kainotomia-ston-tourismo.pdf</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Το μάθημα αυτό έχει ως σκοπό να εισάγει τους φοιτητές στις έννοιες της επιχειρηματικότητας, της καινοτομίας, της επιχειρηματικής ανακάλυψης. Ο φοιτητής θα πρέπει να είναι σε θέση να κατανοήσει τα διάφορα είδη καινοτομίας και να την εφαρμόσει σε επίπεδο περιφερειακής ανάπτυξης στον τομέα του τουρισμού, αλλά και ειδικότερα να είναι σε θέση να εντάξει την επιχειρηματική ανακάλυψη σε ένα Business Plan</p> <p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p>			
<b>Γνώσεις</b>	<p><b>1. ΓΝΩΣΗ:</b> την αναγνώριση του ρόλου και την σημασία του των νέων τεχνολογιών στις επιχειρήσεις και τους οργανισμούς,</p> <p><b>2. ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ:</b> την σημασία της μεθοδολογίας της έξυπνης εξειδίκευσης σε επιχειρησιακό μικροπεριβάλλον και το ευρύτερο πλαίσιο περιφερειακής ανάπτυξης ώστε ο φοιτητής να μπορεί να εξηγήσει και να συμπεράνει.</p>		
<b>Δεξιότητες</b>	<p><b>3. ΕΦΑΡΜΟΓΗ:</b> την αλληλεξάρτηση μεταξύ της καινοτομίας και επιχειρηματικών δραστηριοτήτων ώστε οι φοιτητές να ανακαλύπτουν νέες οδούς εφαρμογών.</p> <p><b>4. ΑΝΑΛΥΣΗ:</b> οι φοιτητές θα είναι σε θέση να σχεδιάσουν και να αναπτύξουν τη σημασία των Νέων Τεχνολογιών στην διαμόρφωση του τουριστικού προϊόντος</p> <p><b>5. ΣΥΝΘΕΣΗ:</b> οι φοιτητές αποκτούν την ικανότητα να συνθέσουν και να οργανώσουν εφαρμογές της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας, χρησιμοποιώντας τη μεθοδολογία balanced scorecard.</p>		
<b>Ικανότητες</b>	<p><b>6. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ:</b> οι φοιτητές αποκτούν την ικανότητα να αξιολογήσουν και να συγκρίνουν μελέτες περιπτώσεων.</p>		
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<b>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές/ τριες αναπτύσσουν γνώσεις που θα τους βοηθήσουν να:</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>✓ Λήψη αποφάσεων</li> <li>✓ Αυτόνομη εργασία</li> <li>✓ Ομαδική εργασία</li> <li>✓ Εργασία σε διεθνές περιβάλλον</li> <li>✓ Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον</li> <li>✓ Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών</li> </ul>			
<b>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>			
<p><b>Εβδομάδα1:</b> Ορισμός καινοτομίας και επιχειρηματική ανακάλυψη</p> <p><b>Εβδομάδα 2-4:</b> Εύρεση ανταγωνιστικού και συγκριτικού πλεονεκτήματος σε μια ευρύτερη περιοχή, επένδυση και</p>			

διασύνδεση με τους υπόλοιπους παραγωγικούς κλάδους.

**Εβδομάδα 5:** Ευφυής Εξειδίκευση: Περιφερειακό εργαλείο ανάπτυξης

**Εβδομάδα 6-9:** Δημιουργία Business Plan με ένταξη σε αυτό της δυνατότητας καινοτομίας.

**Εβδομάδα 10:** Η λογική της δικτύωσης ισοκαταναμημένων κόμβων και οι αλλαγές στη συναλλαγή και την επιχειρηματικότητα

**Εβδομάδα 11- 12:** Παρακολούθηση των δεικτών επιτυχημένης εφαρμογής σε επιχειρηματικό επίπεδο, αλλά και περιφερειακό.

**Εβδομάδα 13:** Η σημασία του χωροταξικού σχεδιασμού στην καινοτομία και την επιχειρηματικότητα . Μελέτες περίπτωσης

#### ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

##### **Προτεινόμενη βιβλιογραφία**

- Βιβλίο 1ο: Καινοτομία και Επιχειρηματικότητα, Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 59382654, Έκδοση: 3η Έκδοση/2016, Συγγραφείς: Bessant J. -Tidd J., ISBN: 978-960-418-603-7, Τύπος: Σύγγραμμα, Διαθέτης (Εκδότης): ΕΚΔΟΣΕΙΣ Α. ΤΖΙΟΛΑ & ΥΙΟΙ Α.Ε..
- Βιβλίο 2ο: ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΠΡΟΤΥΠΟΥ, Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 86197960, Έκδοση: 2/2019, Συγγραφείς: ΒΑΛΒΗ ΘΕΟΔΩΡΑ, ΚΑΡΑΓΙΑΝΝΗΣ ΗΛΙΑΣ, ΒΛΙΑΜΟΣ ΣΠΥΡΟΣ, ISBN: 978-618-5242-67-1, Τύπος: Σύγγραμμα, Διαθέτης (Εκδότης): ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΔΙΣΙΓΜΑ ΙΚΕ
- Συμπληρωματική βιβλιογραφία
- European Commission, (2009) The Role of Community Research Policy in the Knowledge-based Economy, EUR 24202 EN, Expert Group Report,
- Foray, D., David, P.A. and Hall, B.H. (2009) Smart Specialisation – The Concept, Knowledge Economists Policy Brief, June, No. 9, διαθέσιμο στο [http://ec.europa.eu/invest-inresearch/pdf/download\\_en/kfg\\_policy\\_briefs\\_no\\_5\\_9.pdf](http://ec.europa.eu/invest-inresearch/pdf/download_en/kfg_policy_briefs_no_5_9.pdf).
- [http://ec.europa.eu/invest-in-research/monitoring/knowledge\\_en.htm](http://ec.europa.eu/invest-in-research/monitoring/knowledge_en.htm).
- Nelson, R.R. (1990) 'Capitalism as an engine of progress', Research Policy, Vol. 19, pp.193–214.
- Doloreux, D. and Parto, S. (2004) 'Regional innovation systems: a critical synthesis', August, Discussion Paper Series #2004-17, p.38, INTECH – United Nations University, Institute for New Technologies.
- Giannitsis, T. (2009) 'Technology and specialisation: strategies, options and risks', Knowledge Economists Policy Brief, May, No. 8, διαθέσιμο στο [http://ec.europa.eu/invest-inresearch/monitoring/knowledge\\_en.htm](http://ec.europa.eu/invest-inresearch/monitoring/knowledge_en.htm).
- VANHAVERBEKE, Wim (2012); Open innovation in SMEs: How can small companies and start-ups benefit from open innovation strategies? Vlerick Business School. Commissioned by Flanders District of Creativity. Brussels, 99.
- Φίλκας Αναστάσιος. Σημειώσεις Παραδόσεων για το Μάθημα "Επιχειρηματικότητα" Οκτώβριος 2008 ☐ Γωνιάδης Ηρακλής, Χατζηκωνσταντίνου Γιώργος Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία, 2009, Εκδόσεις: Gutenberg
- Γεωργαντά, Ξ.Επιχειρηματικότητα και καινοτομίες(2003).Εκδόσεις Ανίκουλα.Θεσσαλονίκη. Ιωαννίδης, Σ.Επιχείρηση και Επιχειρηματικότητα(2000).Εκδόσεις Παπαζήση.Αθήνα.

##### **Συναφή επιστημονικά περιοδικά:**



<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230823	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	8 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Γαλλική Τουριστική Ορολογία και Πολιτισμός</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Ειδίκευσης γενικών γνώσεων		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΑ -ΓΑΛΛΙΚΑ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΝΑΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>			
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. ΓΝΩΣΗ:</b> οι φοιτητές θα είναι σε θέση να συνδυάσουν τις γνώσεις τους στη γαλλική γλώσσα για να πολιτιστικά μνημεία.</li> <li><b>2. ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ:</b> θα είναι σε θέση να διακρίνουν στοιχεία του γαλλικού πολιτισμού που να συνδέονται άμεσα με τον ελληνικό.</li> </ol> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>3. ΕΦΑΡΜΟΓΗ:</b> οι φοιτητές θα είναι σε θέση να εξετάσουν σημεία ενδιαφέροντος γάλλων τουριστών στην Ελλάδα και το αντίστροφο.</li> <li><b>4. ΑΝΑΛΥΣΗ:</b> οι φοιτητές θα είναι σε θέση να σχεδιάσουν και να αναπτύξουν τουριστικά κείμενα στα γαλλικά</li> <li><b>5. ΣΥΝΘΕΣΗ:</b> οι φοιτητές θα μπορούν να σχεδιάσουν ένα ολοκληρωμένο τουριστικό πακέτο στα γαλλικά.</li> </ol> <p><b>Ικανότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>6. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ:</b> με την ολοκλήρωση του κύκλου μαθημάτων οι φοιτητές θα είναι σε θέση να υποστηρίξουν μελέτες περιπτώσεων στα γαλλικά</li> </ol>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<p><b>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές/ τριες αναπτύσσουν γνώσεις που θα τους βοηθήσουν να:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>✓ Λήψη αποφάσεων</li> <li>✓ Αυτόνομη εργασία</li> <li>✓ Ομαδική εργασία</li> <li>✓ Εργασία σε διεθνές περιβάλλον</li> </ul>			

#### ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. Γαλλικά Μνημεία και Περιοχές Ιστορικού ενδιαφέροντος στην Ελλάδα
2. Αρχές Ξενάγησης στη Γαλλική Γλώσσα
3. Ορολογία γαστρονομίας στη γαλλική κουζίνα
4. Ορολογία οινολογίας στα γαλλικά
5. Γεωγραφικές πολιτιστικές ιδιαιτερότητες στη Γαλλία
6. Διαχείριση παραπόνων στα γαλλικά
7. Σύνταξη επιστολών σε πελάτες στα γαλλικά
8. Σημαντικά μνημεία στο Παρίσι
9. Σύγχρονη Γαλλία-1
10. Σύγχρονη Γαλλία-2
11. Ελληνογαλλική Δεσμοί στο παρελθόν

12. Ελληνογαλλικοί δεσμοί στο παρόν
13. μελέτες τουρισμού ειδικού ενδιαφέροντος στα γαλλικά

**ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

***Προτεινόμενη βιβλιογραφία***

*ΓΑΛΛΟΕΛΛΗΝΙΚΟΛΕΞΙΚΟΠΑΤΑΚΗΣ-LAROUSSE*. 2012

*VITE ET BIENI*, CLE INTERNATIONAL, 2018

*GRAMMAIRE PROGRESSIVE DU FRANÇAIS*, NIVEAU DEBUTANT, CLE INTERNATIONAL, 2018

***Συναφή επιστημονικά περιοδικά:***

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230824	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	8 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Γερμανική Τουριστική Ορολογία και Πολιτισμός</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Ειδίκευσης γενικών γνώσεων		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΓΕΡΜΑΝΙΚΑ/ ΕΛΛΗΝΙΚΑ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΝΑΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>			
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. ΓΝΩΣΗ:</b> οι φοιτητές θα είναι σε θέση να συνδυάσουν τις γνώσεις τους στη γερμανική γλώσσα για να πολιτιστικά μνημεία.</li> <li><b>2. ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ:</b> θα είναι σε θέση να διακρίνουν στοιχεία του γερμανικού πολιτισμού που να συνδέονται άμεσα με τον ελληνικό.</li> </ol> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>3. ΕΦΑΡΜΟΓΗ:</b> οι φοιτητές θα είναι σε θέση να εξετάσουν σημεία ενδιαφέροντος Γερμανών τουριστών στην Ελλάδα και το αντίστροφο.</li> <li><b>4. ΑΝΑΛΥΣΗ:</b> οι φοιτητές θα είναι σε θέση να σχεδιάσουν και να αναπτύξουν τουριστικά κείμενα στα γερμανικά</li> <li><b>5. ΣΥΝΘΕΣΗ:</b> οι φοιτητές θα μπορούν να σχεδιάσουν ένα ολοκληρωμένο τουριστικό πακέτο στα γερμανικά.</li> </ol> <p><b>Ικανότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>6. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ:</b> με την ολοκλήρωση του κύκλου μαθημάτων οι φοιτητές θα είναι σε θέση να υποστηρίξουν μελέτες περιπτώσεων στα γερμανικά</li> </ol>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<p><b>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές/ τριες αναπτύσσουν γνώσεις που θα τους βοηθήσουν να:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>✓ Λήψη αποφάσεων</li> <li>✓ Αυτόνομη εργασία</li> <li>✓ Ομαδική εργασία</li> <li>✓ Εργασία σε διεθνές περιβάλλον</li> </ul>			

#### ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. Εισαγωγή στον Γερμανικό Πολιτισμό χρησιμοποιώντας τη γερμανική γλώσσα ως μέσο
2. Πολιτισμικά στοιχεία της Γερμανία (στα γερμανικά)
3. Γεωγραφικές πολιτισμικές ιδιαιτερότητες στην Γερμανία
4. Παρουσίαση Πολιτισμικών στοιχείων της Ελλάδας (στα γερμανικά)
5. ανάπτυξη της τουριστική ορολογίας στα γερμανικά-1
6. ανάπτυξη της τουριστική ορολογίας στα γερμανικά-2
7. ανάπτυξη της τουριστική ορολογίας στα γερμανικά-3
8. εισαγωγή σε κώδικα επικοινωνίας στα γερμανικά
9. βασικές αρχές σύνταξης βιογραφικού σημειώματος στα γερμανικά
10. στοιχεία αλληλογραφίας στα γερμανικά

11. παρουσίαση τουριστικών εντύπων στα γερμανικά
12. Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο και ηλεκτρονικές σελίδες στα γερμανικά
13. παιχνίδι ρόλων μεταξύ φοιτητών σε υποθετικές καταστάσεις  
Ενότητες: 10) Reisen, Verkehrsmittel 11) Tagesablauf, Vergangenes 12) Feste

**ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

***Προτεινόμενη βιβλιογραφία***

Διδακτικό εγχειρίδιο Menschen A1.1., HueberVerlag (Modul4, Κεφάλαια 10-12)

***Συναφή επιστημονικά περιοδικά:***

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230825	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	8 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>PADI Επιχειρηματική Ακαδημία Καταδύσεων</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Ειδικού Υπόβαθρου (προαιρετικό)		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	Ελληνικά-Αγγλικά-Γαλλικά		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΝΑΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="https://exams-sod.the.ihu.gr/course/view.php?id=381">https://exams-sod.the.ihu.gr/course/view.php?id=381</a>		
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Το μάθημα PADI ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΑΚΑΔΗΜΙΑ αποτελεί μια πολυδιάστατη και πολύπλευρη προσέγγιση στο χώρο των υπηρεσιών του καταδυτικού τουρισμού. Το ανάδοχο Τμήμα διεξάγει το συγκεκριμένο μάθημα σύμφωνα με το σχετικό πρωτόκολλο του καταδυτικού οργανισμού PADI. Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><u>Γνώση</u>: Προσφέρει την απαραίτητη γνώση στους φοιτητές ώστε να είναι σε θέση να αναγνωρίσουν και να περιγράψουν τα διάφορα προϊόντα του καταδυτικού τουρισμού, αλλά και να συνδυάσουν τις διάφορες μορφές τουρισμού υποβρύχιων δραστηριοτήτων.</li> <li><u>Κατανόηση</u>: Βοηθάει τους φοιτητές στην ολοκλήρωση του κύκλου του μαθήματος να εξηγήσουν τις τάσεις του αγοραστικού κοινού, και να εκτιμήσουν την δυναμική νέων τάσεων.</li> </ol> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><u>Εφαρμογή</u>: Οι γνώσεις που θα αποκομίσουν, μπορούν να τις εφαρμόσουν και να εξετάσουν περιπτώσεις μελέτης ώστε να παράγουν νέες ιδέες και ανακαλύψουν νέα πεδία εφαρμογών στην ευρύτερη αγορά των υποβρύχιων δραστηριοτήτων.</li> <li><u>Ανάλυση</u>: Οι φοιτητές είναι σε θέση να αναλύσουν τα δεδομένα μιας καταδυτικής επιχείρησης, σχεδιάσουν μια ολοκληρωμένη SWOT ανάλυση και να αναπτύξουν νέες δράσεις.</li> <li><u>Σύνθεση</u>: Ιδιαίτερη σημασία παρουσιάζει η σύνθεση, η οργάνωση και δημιουργία ενός επιχειρηματικού πλάνου, που θα είναι ανακατασκευασμένο στις ανάγκες της συγκεκριμένης αγοράς.</li> </ol> <p><b>Ικανότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><u>Αξιολόγηση</u>: Τέλος θα είναι σε θέση να αξιολογήσουν, να κρίνουν και να ορίσουν πιθανά οφέλη και να τα συγκρίνουν με πιθανούς κινδύνους και απειλές. Παράλληλα θα είναι σε θέση να υποστηρίξουν μία ολοκληρωμένη εκτίμηση διαχείρισης κινδύνων και βιωσιμότητας μιας καταδυτικής επιχείρησης.</li> </ol>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<p>Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις  Αυτόνομη εργασία  Ομαδική εργασία  Εργασία σε διεθνές περιβάλλον  Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον  Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα  Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον  Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης</p>			
<b>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>PADI Case study: το επιχειρηματικό πρότυπο μιας καταδυτικής βιομηχανίας. Διασφαλίζοντας το μέλλον της κατάδυσης</li> <li>Αναπτύσσοντας την εξυπηρέτηση πελατών</li> </ol>			

3. Διαχείριση παραπόνων πελατών
4. Γνωρίζοντας τους ανταγωνιστές
5. Καταδυτικοί επιχειρηματικοί θώκοι: καταδυτικό σύστημα (SCUBAsystem)
6. Τα προσφερόμενα καταδυτικά προϊόντα: Το παράδειγμα της PADI
7. Εκπαίδευση προσωπικού καταδυτικής επιχείρησης
8. Διάρθρωση φυσικού χώρου καταδυτικής επιχείρησης
9. Επιχειρησιακός σχεδιασμός της καταδυτικής επιχείρησης
10. Ανάπτυξη πωλήσεων σε καταδυτική επιχείρηση
11. Ανάπτυξη ηλεκτρονικού εμπορίου
12. Τηλεφωνικές πωλήσεις-αντιμετώπιση πελατών στην τηλεφωνική γραμμή
13. Workshop: SWOT ανάλυση

#### **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

##### ***Προτεινόμενη βιβλιογραφία***

- σχετικό εγχειρίδιο PADI (είναι δεσμευτικό ώστε οι φοιτητές να λαμβάνουν παράλληλα με την πίστωση διδακτικών μονάδων και τη σχετική βεβαίωση της PADI)

##### ***Συναφή επιστημονικά περιοδικά:***

- Ocean&CoastalManagement
- Journal of Coastal Research
- Journal of SustainableTourism
- MarinePolicy
- Journal of sustainableTourism
- Scubadivingtourism
- Journal of CoastalConservation
- TourismRecreation Research
- Tourism in MarineEnvironments
- TourismManagement

<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	230826	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	8 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>ΙΑΤΑ Εξυπηρέτηση Επιβατών – Λειτουργίες Αεροδρομίων</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	3		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Ειδικού Υπόβαθρου (προαιρετικό)		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	Ελληνικά-Αγγλικά		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΝΑΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>			
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>			
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως:</p> <p><b>Γνώσεις</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. ΓΝΩΣΗ:</b> οι φοιτητές θα είναι σε θέση να προσδιορίσουν και να περιγράψουν την οργάνωση και λειτουργία του αεροδρομίου ώστε να μπορεί να διευκολύνει την ασφαλή διακίνηση των επιβατών μέσα από οργανωμένες διαδικασίες</li> <li><b>2. ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ:</b> θα μπορούν να διακρίνουν τους τύπους των διαφορετικών αεροσκαφών και να είναι σε θέση να κατευθύνει τους επιβάτες ανάλογα με την πτήση που αναγράφεται στο εισιτήριό τους.</li> </ol> <p><b>Δεξιότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>3. ΕΦΑΡΜΟΓΗ:</b> οι φοιτητές θα είναι σε θέση να ταξινομήσουν τα διαφορετικά ταξιδιωτικά έγγραφα που απαιτούνται από τις αεροπορικές εταιρίες, και να τα εξετάζουν ανά περίπτωση.</li> <li><b>4. ΑΝΑΛΥΣΗ:</b> θα είναι σε θέση να συνδυάζουν και να σχεδιάζουν αεροπορικά τουριστικά πακέτα, και να τα διαφοροποιούν ανάλογα με την περίπτωση.</li> <li><b>5. ΣΥΝΘΕΣΗ:</b> οι φοιτητές είναι σε θέση να γνωρίζουν την δομή των αεροδρομίων και διασφαλίζουν την ομαλή διακίνηση επιβατών και εμπορευμάτων. Παράλληλα είναι σε θέση να οργανώσουν και να εξηγήσουν μελέτες περιπτώσεων.</li> </ol> <p><b>Ικανότητες</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>6. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ:</b> μπορούν να υποστηρίξουν επιβάτες διαφορετικών αεροπορικών εταιριών και εθνικοτήτων μέσα από συγκεκριμένες διαδικασίες και κανόνες εξυπηρέτησης επιβατών</li> </ol>			
<b>Γενικές Ικανότητες</b>			
<p>Ο φοιτητής με την επιτυχή παρακολούθηση θα μπορεί να:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>✓ Λήψη αποφάσεων</li> <li>✓ Αυτόνομη εργασία</li> <li>✓ Ομαδική εργασία</li> <li>✓ Εργασία σε διεθνές περιβάλλον</li> <li>✓ Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον</li> <li>✓ Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών</li> </ul>			
<b>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Airport Terminals and Areas-Transit areas</li> <li>2. Aircraft Types</li> <li>3. Aircraft configuration</li> <li>4. Departure formalities</li> <li>5. MCT-ETA-ETD</li> <li>6. Check in procedures, Checking Baggage</li> <li>7. OSI – SSR Special Service Request – Glossary</li> </ol>			

8. Travel Documents and formalities
9. Travel Information Manual – TIM
10. Airport travel documents, Arrival formalities
11. World time zones
12. Abbreviations at the airport
13. Lost and found

#### ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

##### Προτεινόμενη βιβλιογραφία

- Aiken R. Lewis, (1997). *Questionnaires and Inventories*. New York: John Wiley & Sons
- Alamdari F., (2002). Regional development in airlines and travel agents relationship. *Air Transport Management*. 8 (2002), 339-348
- Alamdari F., Mason K, (2006). The future of airline distribution. *Air Transport Management*, 12(3), 122-134
- Allen, P., (1999) *Πωλήσεις: Οργάνωση και Πρακτική*. Αθήνα: Κλειδάριθμος.
- Alexandris K., Dimitriadis N., Markata D., (2002). Can Perceptions of Service Quality Predict Behavioural Intentions? An Exploratory Study In the Hotel Sector in Greece, *Managing Service Quality*, 12(4), 224-231
- Andersson, Sven-Eric, (1998). Passenger choice analysis for seat capacity control: a pilot project in Scandinavian Airlines. *International Transactions in Operational Research*. 5(6), 471-486
- AngellaChenJui Lu, (2003) *International Airline Alliances*. Hague: Kluwer Law International
- Arnoult S., Miramar F., (2008) How Low Can we Go, *Air Transport World* 44 (12), 63-65  
<https://www.iata.org/en/pressroom/pr/2020-09-29-02/> , (visited, 29/09/2020 15.  
<https://www.iata.org/en/publications/store/world-air-transport-statistics/> , (visited, 29/09/2020)
- Daffy, Ch., (1996) *Once a Customer Always a Customer*, Britain: MPG Books
- Frank Fiore, (2001). *e-marketing*. Αθήνα: Γκιούρδας
- Gee C., Makens J., Choy D., (1989). *The Travel Industry*. Kentucky: Van Nostrand
- Iatrou K., Alamdari F., (2005). The empirical analysis of the impact of alliances on airline operations. *Air Transport Management*. 11(2005), 127-134
- Inkpen, G., (1998). *Information technology for Travel and Tourism*. London. London: Longman.
- JaveauClaude, (1996). Η Έρευνα με Ερωτηματολόγιο. Αθήνα: τυπωθήτω
- Johnson Michael, (1998). *Customer Orientation and Market Action*. New Jersey: Prentice Hall
- IATA Course textbook, (2019). *Selling airline reservations and travel, IATA*,
- Kotler, Ph. (2000). *Marketing Management*, Αθήνα: interbooks
- WellsA., (1997). *Αεροπορική βιομηχανία Μεταφορών*. Αθήνα: Έλλην
- Werthner, Hans & Klein, Stefan, (1999). Information Technology and Tourism: A Challenging Relationship. *Annals of Tourism Research*. 29(2), 567-568
- Williams, G., (2002). *Airline Competition: Deregulation's Mixed Legacy*. Aldershot: Ashgate Publishing Limited
- Worsfold Ph., (1999). HRM, Performance, Commitment and Service Quality at the Hotel Industry. *International Journal of Contemporary Hospitality*. 11(7), 340-348
- Zea, M., and Feldman, D. (1998). *Going Global: The Risks and Rewards of Airline Alliance-Based Network Strategies*. The Handbook of Airline Economics, New York : Mc Graw-Hill



