



ΟΔΗΓΟΣ ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

Αθήνα 2015

Περιεχόμενα

1. Το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών	4
2. Η Σχολή Διοίκησης Επιχειρήσεων	4
3. Το τμήμα Μάρκετινγκ & Επικοινωνίας	4
4. Προσωπικό του τμήματος	5
5. Διάρθρωση του προγράμματος σπουδών	7
6. Γνώσεις και απασχόληση των πτυχιούχων	7
7. Πρόσβαση σε Περαιτέρω Σπουδές	8
8. Κατανομή μαθημάτων ανά εξάμηνο	9
9. Εξέταση και βαθμολόγηση	14
10. Περιγραφή των επιμέρους μαθημάτων	15
Εισαγωγή στη Διοίκηση Επιχειρήσεων	15
Ψυχολογία	15
Ποσοτικές Μέθοδοι I	16
Εργαλεία Ηλεκτρονικής Επικοινωνίας	16
Εισαγωγή στην Οικονομική Ανάλυση I	17
Συμπεριφορά Οργανώσεων	18
Εισαγωγή στην Επικοινωνία	18
Ποσοτικές Μέθοδοι II	19
Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ	19
Λογιστική I	20
Συμπεριφορά Καταναλωτή	20
Λήψη Επιχειρηματικών Αποφάσεων	21
Οικονομική των Επιχειρήσεων	22
Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού	22
Ηλεκτρονική Επικοινωνία	23
Πολιτική Προϊόντος	23
Λογιστική II	24
Έρευνα Μάρκετινγκ	24
Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης	25
Δημόσιες Σχέσεις	26
Οργάνωση Πωλήσεων	26
Τιμολογιακή Στρατηγική	27
Ηλεκτρονικό Μάρκετινγκ	27
Διαφήμιση	28
Χρηματοδοτική Διοίκηση I (Χρηματοδοτική Διοίκηση)	29
Δίκτυα Διανομής και Logistics	29
Εισαγωγή στην Οικονομική Ανάλυση II	30
Επιχειρησιακή Στρατηγική	30
Χρηματοδοτική Διοίκηση II (Ειδικά Θέματα Χρηματοδοτικής Διοίκησης)	31
Διοίκηση Προμηθειών και Βιομηχανικό Μάρκετινγκ (Business to Business Μάρκετινγκ)	32
Μάρκετινγκ Υπηρεσιών	33
Μάρκετινγκ Λιανικού και Χονδρικού Εμπορίου	33

Διαπολιτισμική Επικοινωνία.....	34
Επικοινωνία στην Πράξη.....	35
Διοίκηση Ποιότητας και Αλλαγών	35
Ηγεσία και Ανάπτυξη Προσωπικών Δεξιοτήτων	36
Προώθηση Πωλήσεων και Άμεσο Μάρκετινγκ.....	37
Σχεδιασμός Δημιουργικού και Διαφημιστικών Μηνυμάτων.....	38
Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας και Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης	38
Θέματα Επιχειρησιακής Πολιτικής και Στρατηγικής	39
Στρατηγικό Μάρκετινγκ	40
Διεθνές και Εξαγωγικό Μάρκετινγκ.....	40
Μάρκετινγκ Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων.....	41
Διαπραγματεύσεις και Επίλυση Διαφωνιών	41
Εταιρική Επικοινωνιακή Στρατηγική.....	42
Εμπορικό και Εταιρικό Δίκαιο.....	43
Τουριστικό Μάρκετινγκ	43
Μάρκετινγκ μη Κερδοσκοπικών Οργανισμών.....	44
Μοντέλα Αποφάσεων Μάρκετινγκ	44
Ειδικά Θέματα Εταιρικής Επικοινωνίας	45
Εκπόνηση Εργασίας	46
 Μαθήματα Επιλογής.....	 46
Αξιολόγηση Επενδυτικών Σχεδίων	46
Αρχές Πολιτικής Επιστήμης (Δεν Διδάσκεται).....	46
Αρχές Κοινωνιολογίας	47
Θεωρία Βιομηχανικής Οργάνωσης και Βιομηχανική Πολιτική (Δεν Διδάσκεται) ..	47
Εφαρμογές Επιχειρηματικής Πληροφορικής	47
Συστήματα Στήριξης Αποφάσεων.....	47
Χρονολογικές Σειρές και Προβλέψεις	47
Στατιστική Μάθηση	48
Χρηματοοικονομικά της Ναυτιλίας	48
Ανάλυση και Διαχείριση Χαρτοφυλακίου	48
Διεθνής Χρηματοοικονομική	48
Διοίκηση Έργων και Προγραμμάτων	48
Μέθοδοι Βελτιστοποίησης στη Διοικητική Επιστήμη	49
Ανάλυση και Σχεδιασμός Συστημάτων Διανομής και Μεταφορών.....	49
Επιχειρηματικότητα.....	49
Κλαδική Βιομηχανική Έρευνα (Δεν Διδάσκεται)	49
Ιδιωτικό Δίκαιο Ι	50
Διεθνής Οικονομική	50
Χρήμα και Τραπεζική	50
Θεωρία Οικονομικής Πολιτικής.....	50
Διοίκηση Απόδοσης (Οικονομική των Επιχειρήσεων ΙΙ)	50
Αγγλική Γλώσσα VI – Γαλλική Γλώσσα VI – Γερμανική Γλώσσα VI / Επιχειρησιακή Ορολογία.....	51
Δειγματοληψία	51
Αγορές Χρήματος και Κεφαλαίου.....	51

Εισαγωγή στην Οικονομετρία.....	51
Προχωρημένη Χρηματοοικονομική των Επιχειρήσεων	52
Διοίκηση Παραγωγής και Υπηρεσιών.....	52
Θέματα Επιχειρησιακής Έρευνας και Συστημάτων Αποφάσεων.....	52
Ξένες Γλώσσες.....	52
Πρόγραμμα Σπουδών στις Επιστήμες της Αγωγής και της Εκπαίδευσης	52
11. Στοιχεία Επικοινωνίας	53

1. Το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών

Το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών είναι, κατά σειρά αρχαιότητας, το τρίτο Ανώτατο Εκπαιδευτικό Ίδρυμα της χώρας και το πρώτο στον χώρο των οικονομικών επιστημών και της διοίκησης των επιχειρήσεων. Έχει πλούσια ιστορία εθνικής προσφοράς και σημαντικών επιστημονικών επιτευγμάτων. Ιδρύθηκε το 1920 ως Ανωτάτη Σχολή Εμπορικών Σπουδών και μετονομάστηκε το 1926 σε Ανωτάτη Σχολή Οικονομικών και Εμπορικών Επιστημών (ΑΣΟΕΕ). Το 1935 εγκαθίσταται στο ιστορικό κτήριο της οδού Πατησίων 76, το οποίο ανεγέρθηκε με δωρεά του εθνικού ευεργέτη Γρηγορίου Μαρασλή. Από το 1989 η ΑΣΟΕΕ έχει τη σημερινή ονομασία, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών. Από την ίδρυση του το 1920 έως σήμερα, το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών δημιουργεί εκείνους που στελεχώνουν την ελληνική οικονομία και ηγούνται της αναπτυξιακής πορείας της χώρας. Οι πτυχιούχοι του για σχεδόν ένα αιώνα σταδιοδρομούν ως στελέχη, επιχειρηματίες και επιστήμονες δημιουργώντας μία μακρά ακαδημαϊκή παράδοση και μία μεγάλη κοινότητα ανθρώπων που μοιράζονται αυτήν την κληρονομιά. Σήμερα, στο Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών λειτουργούν οκτώ τμήματα τα οποία υπάγονται σε τρεις σχολές. Οι σχολές του πανεπιστημίου ιδρύθηκαν το έτος 2013 και είναι οι εξής:

Η **Σχολή Διοίκησης Επιχειρήσεων** που αποτελείται από τα τμήματα «Οργάνωσης & Διοίκησης Επιχειρήσεων», «Μάρκετινγκ & Επικοινωνίας», «Λογιστικής & Χρηματοοικονομικής» και «Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας».

Η **Σχολή Οικονομικών Επιστημών** που αποτελείται από τα τμήματα «Οικονομικής Επιστήμης» και «Διεθνών & Ευρωπαϊκών Οικονομικών Σπουδών».

Η **Σχολή Επιστημών και Τεχνολογίας της Πληροφορίας** που αποτελείται από τα τμήματα «Πληροφορικής» και «Στατιστικής».

2. Η Σχολή Διοίκησης Επιχειρήσεων

Η Σχολή Διοίκησης Επιχειρήσεων είναι η μεγαλύτερη σχολή του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών καθώς σε αυτήν υπάγονται τα τέσσερα τμήματα «Μάρκετινγκ & Επικοινωνίας», «Οργάνωσης & Διοίκησης Επιχειρήσεων», «Λογιστικής & Χρηματοοικονομικής» και «Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας». Η Σχολή Διοίκησης Επιχειρήσεων καλύπτει ερευνητικά και εκπαιδευτικά το φάσμα των διοικητικών και εμπορικών επιστημών. Στη Σχολή Διοίκησης Επιχειρήσεων λειτουργεί μεγάλος αριθμός προπτυχιακών, μεταπτυχιακών και διδακτορικών προγραμμάτων, ενώ διεξάγεται έρευνα διεθνών προδιαγραφών σε πλήθος επιμέρους επιστημονικών πεδίων.

3. Το τμήμα Μάρκετινγκ & Επικοινωνίας

Το τμήμα Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας ιδρύθηκε το 1992 και αποτελεί σήμερα το μόνον πανεπιστημιακό τμήμα στην Ελλάδα που εξειδικεύεται στην επιστήμη του μάρκετινγκ, προσφέροντας σπουδές μάρκετινγκ και επικοινωνίας σε προπτυχιακό και μεταπτυχιακό επίπεδο. Με απλά λόγια, μάρκετινγκ και επιχειρησιακή επικοινωνία είναι ένα πεδίο της διοίκησης επιχειρήσεων που ασχολείται με τη διοίκηση των αγορών στις οποίες απευθύνεται μία επιχείρηση ή ένας οργανισμός. Πρόκειται για την εξωστρεφή διοικητική λειτουργία της επιχείρησης που περιλαμβάνει πολλά επιμέρους θέματα. Σε αυτά ανήκουν, μεταξύ πολλών άλλων, η αποτελεσματική ικανοποίηση των αναγκών της αγοράς, η δημιουργία καινοτόμων και ανταγωνιστικών προϊόντων, η επικοινωνία με την αγορά, η αποτελεσματική διάθεση προϊόντων μέσω κατάλληλων εμπορικών δικτύων, η τιμολόγηση, η έρευνα και ανάλυση της

αγοράς στο φως εμπειρικών δεδομένων, η κατανόηση της αγοραστικής και καταναλωτικής συμπεριφοράς, και η διαχείριση των σχετικών ανθρώπινων πόρων. Επιπροσθέτως, οι ραγδαίες εξελίξεις στις νέες τεχνολογίες δημιουργούν ένα ιδιαίτερα δυναμικό και διαρκώς εξελισσόμενο πεδίο, με χαρακτηριστικές εφαρμογές στην επικοινωνία, στο διαδίκτυο, στο ηλεκτρονικό εμπόριο, και στην αυτόματη συλλογή δεδομένων συμπεριφοράς. Όπως συμβαίνει συχνά στον χώρο της διοίκησης επιχειρήσεων, τα γνωστικά αντικείμενα του τμήματος δέχονται διεπιστημονικές επιδράσεις από συναφείς επιστήμες, όπως η οικονομική επιστήμη, η διοικητική επιστήμη, και η ψυχολογία.

Επιδίωξη του τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας είναι να λειτουργεί ως κέντρο ακαδημαϊκής αριστείας. Προσπαθεί να ανταποκρίνεται συνεχώς στις σύγχρονες επιστημονικές εξελίξεις και στις απαιτήσεις της εθνικής οικονομίας για εξειδικευμένα στελέχη με υψηλού επιπέδου γνώσεις. Κατά τη διάρκεια της εικοσαετούς λειτουργίας του έχει να επιδείξει διακεκριμένο επιστημονικό έργο με διεθνή αναγνώριση, ενώ έχει συμβάλει σημαντικά στην ελληνική οικονομία μέσω ενός εξάιρετου και πολυσχιδούς εκπαιδευτικού έργου. Το τμήμα Μάρκετινγκ & Επικοινωνίας συμβάλλει στη φήμη και το κύρος του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών κατακτώντας και διατηρώντας μία διακεκριμένη θέση στη διεθνή ακαδημαϊκή κοινότητα. Το τμήμα παρουσιάζει ένα πλούσιο ερευνητικό έργο σε έγκριτα επιστημονικά περιοδικά και συνέδρια, το οποίο συναγωνίζεται συναφή τμήματα πολύ γνωστών πανεπιστημίων της αλλοδαπής και αποτελεί την καλύτερη απόδειξη για την ποιότητα του.

4. Προσωπικό του τμήματος

Πρόεδρος τμήματος: Αναπληρώτρια Καθηγήτρια Φλώρα Κοκκινάκη

Προϊσταμένη γραμματείας: Ιωάννα Κόγια

Ακαδημαϊκό Προσωπικό

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

Καθηγητές

Γεώργιος Αυλωνίτης, Διδάκτωρ πανεπιστημίου Strathclyde

Γεώργιος Μπάλτας, Διδάκτωρ πανεπιστημίου Warwick

Ιωάννης Χαλικιάς, Διδάκτωρ πανεπιστημίου Warwick

Αναπληρωτές Καθηγητές

Μαρία Βακόλα, Διδάκτωρ πανεπιστημίου Salford

Σέργιος Δημητριάδης, Διδάκτωρ πανεπιστημίου Aix-Marseille III

Φλώρα Κοκκινάκη, Διδάκτωρ πανεπιστημίου University College London

Διονύσιος Σκαρμέας, Διδάκτωρ πανεπιστημίου Cardiff

Βλάσιος Σταθακόπουλος, Διδάκτωρ πανεπιστημίου Arizona

Επίκουροι Καθηγητές

Ελένη Αποσπόρη, Διδάκτωρ πανεπιστημίου Connecticut
Παρασκευάς Αργουσλίδης, Διδάκτωρ πανεπιστημίου Stirling
Κωνσταντίνος Ήντουνας, Διδάκτωρ Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών
Ευαγγελία Κατσικέα, Διδάκτωρ πανεπιστημίου Cardiff (σε άδεια άνευ αποδοχών)
Ελεάννα Καφέζα, Διδάκτωρ πανεπιστημίου Hong Kong University of Science and Technology
Ειρήνη Νικάνδρου, Διδάκτωρ Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών
Λήδα Παναγιωτοπούλου, Διδάκτωρ Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών
Νικόλαος Παναγόπουλος, Διδάκτωρ Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών (σε άδεια άνευ αποδοχών)
Πολυξένη Παπασταθοπούλου, Διδάκτωρ Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών

Λέκτορες

Άννα-Ελένη Γαλανάκη, Διδάκτωρ Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών
Καλυψώ Καραντινού, Διδάκτωρ πανεπιστημίου Manchester
Παναγιώτης Ρεπούσης, Διδάκτωρ Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών

Ειδικό Προσωπικό

Εργαστηριακό Διδακτικό Προσωπικό (ΕΔΙΠ)

Ανδρέας Ευαγγελάτος, Μεταπτυχιακό δίπλωμα Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών
Δημήτριος Λυμπερόπουλος, Μεταπτυχιακό δίπλωμα Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών
Μαριάννα Μάγγου, Πτυχίο ΚΑΤΕΕ Αθηνών, ισοτιμία με Πτυχίο ΤΕΙ Αθηνών

Επιστημονικοί Συνεργάτες

Μαρία Μίχα, Μ.Α. πανεπιστημίου Aberdeen
Νικολέττα Μιχαλοπούλου, Πτυχίο πανεπιστημίου Αθηνών

Διοικητικό Προσωπικό Γραμματείας

Ιωάννα Κόγια (προϊσταμένη γραμματείας)
Μαρία Μαρνέρου (αναπληρώτρια γραμματέας)
Σταυριάννα Σταματίου
Δήμητρα Χατζηδημητρίου

Ομότιμοι Καθηγητές

Μαρία Κωνσταντοπούλου, Διδάκτωρ πανεπιστημίου London School of Economics
Νικόλαος Παπαβασιλείου, Διδάκτωρ πανεπιστημίου Köln
Νάνσυ Παπαλεξανδρή, Διδάκτωρ πανεπιστημίου Bath
Βασίλειος Πατσουράτης, Διδάκτωρ πανεπιστημίου Glasgow
Αθανάσιος Σκούρας, Διδάκτωρ πανεπιστημίου London School of Economics

5. Διάρθρωση του Προγράμματος Σπουδών

Η υποχρεωτική φοίτηση στο πρόγραμμα προπτυχιακών σπουδών διαρκεί τέσσερα ακαδημαϊκά έτη. Για την απόκτηση του πτυχίου, οι φοιτητές υποχρεούνται να προαχθούν σε σαράντα (40) μαθήματα, εκ των οποίων τα τριάντα (30) είναι υποχρεωτικά μαθήματα κορμού και τα υπόλοιπα δέκα (10) μαθήματα είναι μαθήματα επιλογής που συνδέονται με την επιλεγείσα κατεύθυνση. Εκτός των παραπάνω μαθημάτων, όλοι οι φοιτητές υποχρεούνται να προαχθούν σε πέντε (5) μαθήματα μίας από τις τρεις (3) ξένες γλώσσες που προσφέρονται στο πανεπιστήμιο, εκτός εάν υπάρχει αναγνωρισμένο δίπλωμα ξένης γλώσσας. Τα μαθήματα είναι ισοδύναμα μεταξύ τους. Κάθε ένα διδάσκεται τέσσερις (4) ώρες την εβδομάδα κατά τη διάρκεια ενός ακαδημαϊκού εξαμήνου δεκατριών (13) εβδομάδων. Ορισμένα μαθήματα περιλαμβάνουν μία (1) ή δύο (2) πρόσθετες ώρες την εβδομάδα για εργαστηριακές ασκήσεις που συντελούν στην καλύτερη εμπέδωση της διδασκόμενης ύλης.

Στο τέταρτο έτος σπουδών, οι φοιτητές επιλέγουν μία από τις παρακάτω κατευθύνσεις:

- **Κατεύθυνση Μάρκετινγκ**
- **Κατεύθυνση Επιχειρησιακής Επικοινωνίας και Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού**
- **Μεικτή κατεύθυνση**

Κάθε μία από τις δύο πρώτες κατευθύνσεις απαιτεί πέντε (5) υποχρεωτικά μαθήματα και πέντε (5) μαθήματα επιλογής. Τουλάχιστον δύο (2) από τα μαθήματα επιλογής πρέπει να προέρχονται από τα μαθήματα των κατευθύνσεων «Μάρκετινγκ» και «Επιχειρησιακής Επικοινωνίας & Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού», ενώ τα υπόλοιπα μπορούν να είναι από τον κατάλογο των μαθημάτων επιλογής. Η μεικτή κατεύθυνση απαιτεί τουλάχιστον πέντε (5) μαθήματα από τα υποχρεωτικά των κατευθύνσεων «Μάρκετινγκ» και «Επιχειρησιακής Επικοινωνίας και Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού» και όχι λιγότερα των δύο (2) από κάθε κατεύθυνση. Συνολικά, επτά (7) μαθήματα τουλάχιστον πρέπει να προέρχονται από τα υποχρεωτικά και τα επιλογής μαθήματα των κατευθύνσεων «Μάρκετινγκ» και «Επιχειρησιακής Επικοινωνίας & Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού». Τα υπόλοιπα μαθήματα μπορούν να προέρχονται από τον κατάλογο των μαθημάτων επιλογής. Πρέπει να σημειωθεί ότι το πτυχίο είναι ενιαίο και η κατεύθυνση σπουδών δεν αναγράφεται στο πτυχίο (μεμβράνη), αλλά αναγράφεται μόνο στο αντίγραφο πτυχίου και στο πιστοποιητικό αναλυτικής βαθμολογίας. Στους φοιτητές του τμήματος δίνεται προαιρετικά δυνατότητα συμμετοχής στο ευρωπαϊκό πρόγραμμα Erasmus καθώς και στο πρόγραμμα πρακτικής άσκησης σε οργανισμούς και επιχειρήσεις. Επίσης προσφέρεται προαιρετικά ειδικό πρόγραμμα στις επιστήμες της αγωγής και της εκπαίδευσης.

6. Γνώσεις και απασχόληση των πτυχιούχων

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

7. Πρόσβαση σε Περαιτέρω Σπουδές

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

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

- Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στο Μάρκετινγκ και την Επικοινωνία πλήρους φοίτησης.
- Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στο Μάρκετινγκ και την Επικοινωνία μερικής φοίτησης.
- Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στο Μάρκετινγκ με Διεθνή Προσανατολισμό – PRIMA (Program in International Marketing).

Το τμήμα Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας συμμετέχει επιπλέον στα εξής προγράμματα μεταπτυχιακών σπουδών:

- ΠΜΣ στην Οργάνωση και Διοίκηση Επιχειρήσεων – Διατμηματικό MBA (Πλήρους και Μερικής Φοίτησης)
- ΠΜΣ στη Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού (Πλήρους και Μερικής Φοίτησης)
- ΠΜΣ στη Διοίκηση Επιχειρήσεων για Στελέχη – Executive MBA (Μερικής Φοίτησης)
- ΠΜΣ στη Διοικητική των Επιχειρήσεων με Διεθνή Προσανατολισμό – MBA International (Πλήρους και Μερικής Φοίτησης)
- ΠΜΣ στη Διοίκηση Επιχειρήσεων – Athens MBA σε συνεργασία με το ΕΜΠ (Μερικής Φοίτησης)
- ΠΜΣ στη Διαχείριση Πολιτιστικής Κληρονομιάς σε συνεργασία με το Πανεπιστήμιο Kent του Ηνωμένου Βασιλείου (Πλήρους Φοίτησης).

8. Κατανομή μαθημάτων ανά εξάμηνο

1° Εξάμηνο

- 5411 Εισαγωγή στη Διοίκηση Επιχειρήσεων
- 5721 Ψυχολογία
- 5151 Ποσοτικές Μέθοδοι I
- 5231 Εργαλεία Ηλεκτρονικής Επικοινωνίας
- 1101 Εισαγωγή στην Οικονομική Ανάλυση I
Ξένη Γλώσσα
- 5011 Αγγλική Γλώσσα I – Βασικά Επιχειρησιακά Αγγλικά: Μέρος A
- 5021 Γαλλική Γλώσσα I – Βασικά Επιχειρησιακά Γαλλικά: Μέρος A
- 5031 Γερμανική Γλώσσα I – Βασικά Επιχειρησιακά Γερμανικά: Μέρος A

2° Εξάμηνο

- 5412 Συμπεριφορά Οργανώσεων
- 5722 Εισαγωγή στην Επικοινωνία
- 5122 Ποσοτικές Μέθοδοι II
- 5622 Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ
Ξένη Γλώσσα
- 5012 Αγγλική Γλώσσα II – Βασικά Επιχειρησιακά Αγγλικά: Μέρος B
- 5022 Γαλλική Γλώσσα II – Βασικά Επιχειρησιακά Γαλλικά: Μέρος B
- 5032 Γερμανική Γλώσσα II – Βασικά Επιχειρησιακά Γερμανικά: Μέρος B

3° Εξάμηνο

- 5513 Λογιστική I
- 5623 Συμπεριφορά Καταναλωτή
- 5133 Λήψη Επιχειρηματικών Αποφάσεων
- 1594 Οικονομική των Επιχειρήσεων
Ξένη Γλώσσα
- 5013 Αγγλική Γλώσσα III – Ενδιάμεσα Επιχειρησιακά Αγγλικά: Μέρος A
- 5023 Γαλλική Γλώσσα III – Ενδιάμεσα Επιχειρησιακά Γαλλικά: Μέρος A
- 5033 Γερμανική Γλώσσα III – Ενδιάμεσα Επιχειρησιακά Γερμανικά:
Μέρος A

4° Εξάμηνο

- 5414 Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού
- 5724 Ηλεκτρονική Επικοινωνία
- 5624 Πολιτική Προϊόντος
- 5514 Λογιστική II
- 5634 Έρευνα Μάρκετινγκ
Ξένη Γλώσσα
- 5014 Αγγλική Γλώσσα IV – Ενδιάμεσα Επιχειρησιακά Αγγλικά: Μέρος B
- 5024 Γαλλική Γλώσσα IV – Ενδιάμεσα Επιχειρησιακά Γαλλικά: Μέρος B
- 5034 Γερμανική Γλώσσα IV – Ενδιάμεσα Επιχειρησιακά Γερμανικά:
Μέρος B

5^οΕξάμηνο

- 5225 Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης
- 5725 Δημόσιες Σχέσεις
- 5625 Οργάνωση Πωλήσεων
- 5647 Τιμολογιακή Στρατηγική
Ξένη Γλώσσα
- 5015 Αγγλική Γλώσσα V – Επιχειρησιακή Αλληλογραφία και Επικοινωνία
- 5025 Γαλλική Γλώσσα V – Επιχειρησιακή Αλληλογραφία και Επικοινωνία
- 5035 Γερμανική Γλώσσα V – Επιχειρησιακή Αλληλογραφία και Επικοινωνία

6^οΕξάμηνο

- 5626 Ηλεκτρονικό Μάρκετινγκ
- 5636 Διαφήμιση
- 2416 Χρηματοδοτική Διοίκηση I (Χρηματοδοτική Διοίκηση)
- 5648 Δίκτυα Διανομής και Logistics
- 1232 Εισαγωγή στην Οικονομική Ανάλυση II
Ξένη Γλώσσα (μόνο για τους εγγραφέντες φοιτητές μέχρι και το ακαδημαϊκό έτος 2008-09)
- 5016 Αγγλική Γλώσσα VI – Επιχειρησιακή Ορολογία
- 5026 Γαλλική Γλώσσα VI – Επιχειρησιακή Ορολογία
- 5036 Γερμανική Γλώσσα VI – Επιχειρησιακή Ορολογία

Πρόγραμμα Κατεύθυνσης Μάρκετινγκ

7^οΕξάμηνο

- 5407 Επιχειρησιακή Στρατηγική
- 2511 Χρηματοδοτική Διοίκηση II (Ειδικά Θέματα Χρηματοδοτικής Διοίκησης)

Υποχρεωτικά Κατεύθυνσης

- 5627 Διοίκηση Προμηθειών και Βιομηχανικό Μάρκετινγκ (Business to Business Μάρκετινγκ)
- 5637 Μάρκετινγκ Υπηρεσιών
- 5657 Μάρκετινγκ Λιανικού και Χονδρικού Εμπορίου

8^οΕξάμηνο

- 5628 Στρατηγικό Μάρκετινγκ

Υποχρεωτικά Κατεύθυνσης

- 5638 Διεθνές και Εξαγωγικό Μάρκετινγκ
- 5668 Μάρκετινγκ Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων

Επιπλέον των υποχρεωτικών μαθημάτων πέντε (5) μαθήματα που επιλέγονται ως εξής: τουλάχιστον δύο (2) μαθήματα από τα μαθήματα επιλογής των κατευθύνσεων «Μάρκετινγκ» και «Επιχειρησιακής Επικοινωνίας & Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού» (πίνα-

κες 5 & 6) ή από τα υποχρεωτικά της κατεύθυνσης «Επιχειρησιακής Επικοινωνίας & Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού» (πίνακες 3 & 4) και έως τρία (3) μαθήματα επιλογής (πίνακες 7 & 8).

**Πρόγραμμα Κατεύθυνσης Επιχειρησιακής Επικοινωνίας
και Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού**

7^ο Εξάμηνο

- | | |
|------|--|
| 5407 | Επιχειρησιακή Στρατηγική |
| 2511 | Χρηματοδοτική Διοίκηση II (Ειδικά Θέματα Χρηματοδοτικής Διοίκησης) |

Υποχρεωτικά Κατεύθυνσης

- | | |
|------|----------------------------|
| 5718 | Διαπολιτισμική Επικοινωνία |
| 5723 | Επικοινωνία στην Πράξη |

8^ο Εξάμηνο

- | | |
|------|-----------------------|
| 5628 | Στρατηγικό Μάρκετινγκ |
|------|-----------------------|

Υποχρεωτικά Κατεύθυνσης

- | | |
|------|--|
| 5728 | Διαπραγματεύσεις και Επίλυση Διαφωνιών |
| 5738 | Εταιρική Επικοινωνιακή Στρατηγική |
| 7112 | Εμπορικό και Εταιρικό Δίκαιο |

Επιπλέον των υποχρεωτικών μαθημάτων πέντε (5) μαθήματα που επιλέγονται ως εξής: τουλάχιστον δύο (2) μαθήματα από τα μαθήματα επιλογής των κατευθύνσεων «Μάρκετινγκ» και «Επιχειρησιακής Επικοινωνίας & Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού» (πίνακες 5 & 6) ή από τα υποχρεωτικά της κατεύθυνσης «Μάρκετινγκ» (πίνακες 1 & 2) και έως τρία (3) μαθήματα επιλογής (πίνακες 7 & 8).

Πρόγραμμα Μεικτής Κατεύθυνσης

7^ο Εξάμηνο

- | | |
|------|--|
| 5407 | Επιχειρησιακή Στρατηγική |
| 2511 | Χρηματοδοτική Διοίκηση II (Ειδικά Θέματα Χρηματοδοτικής Διοίκησης) |

8^ο Εξάμηνο

- | | |
|------|-----------------------|
| 5628 | Στρατηγικό Μάρκετινγκ |
|------|-----------------------|

Επιπλέον των υποχρεωτικών μαθημάτων, δέκα (10) μαθήματα που επιλέγονται από τα αναφερόμενα ρητά στους πίνακες 1,2,3,4,5,6,7 & 8 ως εξής: τουλάχιστον πέντε (5) από τα υποχρεωτικά μαθήματα και των δύο κατευθύνσεων «Μάρκετινγκ» και «Επιχειρησιακής Επικοινωνίας και Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού», δηλαδή τουλάχιστον τρία (3) από τη μία κατεύθυνση και τουλάχιστον δύο (2) από την άλλη (πίνακες 1,2,3 & 4) και έως τρία (3) μαθήματα επιλογής (πίνακες 7 & 8).

Πίνακας 1	
Υποχρεωτικά Κατεύθυνσης Μάρκετινγκ – Φθινοπωρινά	
5627	Διοίκηση Προμηθειών και Βιομηχανικό Μάρκετινγκ (Business to Business Μάρκετινγκ)
5637	Μάρκετινγκ Υπηρεσιών
5657	Μάρκετινγκ Λιανικού και Χονδρικού Εμπορίου

Πίνακας 2	
Υποχρεωτικά Κατεύθυνσης Μάρκετινγκ – Εαρινά	
5638	Διεθνές και Εξαγωγικό Μάρκετινγκ
5668	Μάρκετινγκ Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων

Πίνακας 3	
Υποχρεωτικά Κατεύθυνσης Επιχειρησιακής Επικοινωνίας & Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού – Φθινοπωρινά	
5718	Διαπολιτισμική Επικοινωνία
5723	Επικοινωνία στην Πράξη

Πίνακας 4	
Υποχρεωτικά Κατεύθυνσης Επιχειρησιακής Επικοινωνίας & Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού – Εαρινά	
5728	Διαπραγματεύσεις και Επίλυση Διαφωνιών
5738	Εταιρική Επικοινωνιακή Στρατηγική
7112	Εμπορικό και Εταιρικό Δίκαιο

Πίνακας 5	
Επιλογής Κατευθύνσεων Μάρκετινγκ και Επιχειρησιακής Επικοινωνίας & Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού – Φθινοπωρινά	
5414	Διοίκηση Ποιότητας και Αλλαγών
5428	Ηγεσία και Ανάπτυξη Προσωπικών Δεξιοτήτων
5667	Πρώθηση Πωλήσεων και Άμεσο Μάρκετινγκ
5677	Σχεδιασμός Δημιουργικού και Διαφημιστικών Μηνυμάτων
5716	Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας & Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης
2812	Θέματα Επιχειρησιακής Πολιτικής και Στρατηγικής
5000	Εκπόνηση Εργασίας

Πίνακας 6	
Επιλογής Κατευθύνσεων Μάρκετινγκ και Επιχειρησιακής Επικοινωνίας & Ανθρώπινου Δυναμικού – Εαρινά	
5658	Τουριστικό Μάρκετινγκ
5678	Μάρκετινγκ Μη Κερδοσκοπικών Οργανισμών
5688	Μοντέλα Αποφάσεων Μάρκετινγκ
5758	Ειδικά Θέματα Εταιρικής Επικοινωνίας
5000	Εκπόνηση Εργασίας

Πίνακας 7	
Μαθήματα Επιλογής Φθινοπωρινού Εξαμήνου	
7ο εξάμηνο	
1191	Αρχές Πολιτικής Επιστήμης (Δεν Διδάσκεται)
1193	Αρχές Κοινωνιολογίας
2305	Θεωρία Βιομηχανικής Οργάνωσης και Βιομηχανική Πολιτική (Δεν Διδάσκεται)
2713	Εφαρμογές Επιχειρηματικής Πληροφορικής
2715	Συστήματα Στήριξης Αποφάσεων
3715	Χρονολογικές Σειρές και Προβλέψεις
5325	Αξιολόγηση Επενδυτικών Σχεδίων
6127	Στατιστική Μάθηση
7127	Χρηματοοικονομικά της Ναυτιλίας
7135	Ανάλυση και Διαχείριση Χαρτοφυλακίου
7137	Διεθνής Χρηματοοικονομική
8121	Διοίκηση Έργων και Προγραμμάτων
8123	Μέθοδοι Βελτιστοποίησης στη Διοικητική Επιστήμη
8133	Ανάλυση και Σχεδιασμός Συστημάτων Διανομής και Μεταφορών
8154	Επιχειρηματικότητα
5050	Πρακτική Άσκηση (περισσότερα)

Πίνακας 8	
Μαθήματα Επιλογής Εαρινού Εξαμήνου	
8^ο εξάμηνο	
1181	Ιδιωτικό Δίκαιο Ι
1373	Διεθνής Οικονομική
1441	Χρήμα και Τραπεζική
1612	Θεωρία Οικονομικής Πολιτικής
2408	Διοίκηση Απόδοσης (Οικονομική των Επιχειρήσεων ΙΙ)
	Ξένη Γλώσσα (μόνο για τους εγγραφέντες φοιτητές από το ακαδ. έτος 2009-10 και μετέπειτα).
5046	Αγγλική Γλώσσα VI – Επιχειρησιακή Ορολογία
5056	Γαλλική Γλώσσα VI – Επιχειρησιακή Ορολογία
5066	Γερμανική Γλώσσα VI – Επιχειρησιακή Ορολογία
5326	Κλαδική Βιομηχανική Έρευνα (Δεν Διδάσκεται)
6033	Δειγματοληψία
7124	Αγορές Χρήματος και Κεφαλαίου
7136	Εισαγωγή στην Οικονομετρία
7144	Προχωρημένη Χρηματοοικονομική των Επιχειρήσεων
8134	Διοίκηση Παραγωγής και Υπηρεσιών
8144	Θέματα Επιχειρησιακής Έρευνας και Συστημάτων Αποφάσεων
5050	Πρακτική Άσκηση (περισσότερα)

Πίνακας 9	
Πρόγραμμα Σπουδών στις Επιστήμες της Αγωγής και της Εκπαίδευσης - Φθινοπωρινά	
3074	Εισαγωγή στην Παιδαγωγική Επιστήμη
3078	Εκπαιδευτική Αξιολόγηση
3075	Οργάνωση και Διοίκηση της Εκπαίδευσης και των Εκπαιδευτικών Μονάδων
3076	Εισαγωγή στη Διδακτική Μεθοδολογία – Αναλυτικά Προγράμματα

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

Πίνακας 10	
Πρόγραμμα Σπουδών στις Επιστήμες της Αγωγής και της Εκπαίδευσης - Εαρινά	
3084	Γενική και Εξελικτική Ψυχολογία
3087	Ειδική Διδακτική Μεθοδολογία – Διδακτική Μαθημάτων Ειδικότητας
3085	Ποιότητα στην Εκπαίδευση και τη Διδασκαλία
3086	Εισαγωγή στους Η/Υ – Παιδαγωγικές Εφαρμογές στην Εκπαίδευση
3080	Πρακτική Άσκηση στη Διδασκαλία (Π.Α.Δ.) II

Τα μαθήματα του Προγράμματος Σπουδών στις Επιστήμες της Αγωγής και της Εκπαίδευσης (πίνακες 9 & 10) μπορούν να επιλεγούν από τους φοιτητές τουλάχιστον του 7ου και 8ου εξαμήνου, αλλά δεν προσμετρώνται ούτε στις υποχρεώσεις απόκτησης πτυχίου ούτε στον βαθμό του πτυχίου.

9. Εξέταση και βαθμολόγηση

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

Ένας φοιτητής για να προαχθεί σε ένα μάθημα οφείλει να λάβει τουλάχιστον το βαθμό 5 στην βαθμολογική κλίμακα 0 -10. Εάν ένας φοιτητής αποτύχει στην εξέταση της φθινοπωρινής ή της εαρινής περιόδου, μπορεί να επανεξεταστεί στο συγκεκριμένο μάθημα εκ νέου την περίοδο Σεπτεμβρίου. Στον βαθμό της γραπτής εξέτασης μπορεί να συνυπολογιστεί και ο βαθμός εργασιών που ενδεχομένως έχουν εκπονηθεί στο μάθημα, σύμφωνα με τα οριζόμενα από τον διδάσκοντα του μαθήματος.

Σύστημα Βαθμολόγησης

10,00 – 8,51 Άριστα

8,50 - 6,51 Λίαν Καλώς

6,50 - 5,00 Καλώς

< 5,00 Αποτυχία

10. Περιγραφή των επιμέρους μαθημάτων

Εισαγωγή στη Διοίκηση Επιχειρήσεων

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 5411
- **Τύπος του μαθήματος:** Υποχρεωτικό κορμού
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 1ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS
- **Αποστολή του μαθήματος:** Το μάθημα σκοπό έχει να εισάγει τους φοιτητές στις βασικές έννοιες της Διοίκησης των Επιχειρήσεων. Η γνώση του αντικειμένου του μαθήματος αποτελεί βασική προϋπόθεση αποτελεσματικότητας και επιτυχίας όλων των στελεχών, ανεξάρτητα από τον τομέα ειδίκευσής τους, καθώς και από την επιχείρηση ή τον οργανισμό στον οποίο εργάζονται. Στόχος του μαθήματος είναι τόσο η ανάπτυξη του πλαισίου μέσα στο οποίο ασκείται η Διοίκηση, όσο και του περιεχομένου και των λειτουργιών της.
- **Περιεχόμενα του μαθήματος:** Το περιεχόμενο του μαθήματος περιλαμβάνει τις ακόλουθες βασικές θεματικές ενότητες: οργανισμοί και οργανωσιακή θεωρία, προσεγγίσεις στην έννοια της επιχείρησης, ιστορική διαδρομή της διοικητικής σκέψης, η έννοια της ηθικής και η κοινωνική ευθύνη, οργανωσιακή κουλτούρα και πολιτισμική ποικιλομορφία, το περιβάλλον της επιχείρησης, θεωρία συστημάτων και επιχειρησιακοί στόχοι, λειτουργίες της επιχείρησης, εννοιολογικός προσδιορισμός της διοίκησης επιχειρήσεων & λειτουργίες του μάνατζμεντ, δεξιότητες, διοικητικά στελέχη, λειτουργία του προγραμματισμού, διαδικασίες λήψης αποφάσεων, λειτουργία της οργάνωσης, θεμελιώδη στοιχεία της οργανωσιακής δομής, λειτουργία του ελέγχου, νέα θέματα στη διοίκηση επιχειρήσεων όπως επιχειρηματικότητα, διεθνής διοίκηση επιχειρήσεων.

Ψυχολογία

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 5721
- **Τύπος του μαθήματος:** Υποχρεωτικό κορμού
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 1ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS
- **Αποστολή του μαθήματος:** Στόχος του μαθήματος είναι να εισάγει τους φοιτητές στον κλάδο της Ψυχολογίας και να παρουσιάσει τις βασικές μεθόδους, έννοιες, θεωρίες και ευρήματα του κλάδου. Το μάθημα καλύπτει μια σειρά από σημαντικά θέματα της Γνωστικής Ψυχολογίας, της Κοινωνικής Ψυχολογίας και της μελέτης της Προσωπικότητας. Έμφαση δίνεται τόσο στις κλασικές όσο και στις σύγχρονες προ-

σεγγίσεις στη μελέτη αυτών των θεμάτων και στη σχέση τους με την Επικοινωνία και το Μάρκετινγκ. Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές θα πρέπει να είναι σε θέση να κατανοήσουν και να συγκρίνουν τις διαφορετικές αυτές προσεγγίσεις και να αξιολογήσουν τη συμβολή τους στη μελέτη της συμπεριφοράς.

- **Περιεχόμενα του μαθήματος:** Εισαγωγή στην Ψυχολογία: αντικείμενο και μέθοδοι, μνήμη, αντίληψη, μάθηση, προσωπικότητα, εισαγωγή στην Κοινωνική Ψυχολογία: αντικείμενο και μέθοδοι – κοινωνική νόηση, κοινωνική αντίληψη, κοινωνική απόδοση - κλασσικές θεωρίες, σφάλματα στην κοινωνική απόδοση, στάσεις - έννοια, δομή και μέτρηση των στάσεων, αλλαγή στάσεων, στάσεις και συμπεριφορά, κοινωνική επιρροή – συμμόρφωση, μειονοτική επιρροή, κοινωνική επιρροή – ενδοτικότητα, υπακοή στην εξουσία, ομάδες: επίδοση, λήψη αποφάσεων, ηγεσία, διομαδικές σχέσεις - προκατάληψη, στερεότυπα, διακρίσεις, αίτια της προκατάληψης, μείωση της προκατάληψης και βελτίωση των διομαδικών σχέσεων.

Ποσοτικές Μέθοδοι Ι

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 5151
- **Τύπος του μαθήματος:** Υποχρεωτικό κορμού
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 1ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS
- **Αποστολή του μαθήματος:** Εισαγωγή στις μεθόδους και τεχνικές συλλογής και ανάλυσης δεδομένων που μετατρέπουν τις αριθμητικές πληροφορίες σε μορφή κατάλληλη για την υποστήριξη επιχειρηματικών αποφάσεων.
- **Περιεχόμενα του μαθήματος:** Το περιεχόμενο του μαθήματος περιλαμβάνει τις εξής θεματικές ενότητες: Είδη στατιστικών δεδομένων, πηγές και μέθοδοι συλλογής δεδομένων, τρόποι παρουσίασης δεδομένων (κατανομές, πίνακες, διαγράμματα), βασικά χαρακτηριστικά αριθμητικών δεδομένων (τάση, διασπορά, ασυμμετρία), εισαγωγικές έννοιες στις πιθανότητες και κατανομές πιθανοτήτων (κανονική κατανομή, διωνυμική κατανομή, κατανομή Poisson), εκτιμητική (κατανομές δειγματοληψίας και διαστήματα εμπιστοσύνης), έλεγχοι υποθέσεων (έλεγχος μέσου, έλεγχος ποσοστού, έλεγχος διαφοράς δύο μέσων, έλεγχος διαφοράς δύο ποσοστών, έλεγχος λόγου δύο διακυμάνσεων, έλεγχος ανεξαρτησίας ιδιοτήτων).

Εργαλεία Ηλεκτρονικής Επικοινωνίας

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 5231
- **Τύπος του μαθήματος:** Υποχρεωτικό κορμού
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 1ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS

- **Αποστολή του μαθήματος:** Σκοπός του μαθήματος είναι εξοικειωθούν οι φοιτητές με τις βασικές έννοιες της τεχνολογίας της πληροφορικής. Οι φοιτητές με το πέρας του μαθήματος θα γνωρίζουν τι μπορεί και τι δεν μπορεί να κάνει ένας υπολογιστής, ποια η χρήση των πολυμεσικών δεδομένων, τα βασικά στοιχεία της τεχνολογίας της πληροφορικής από την χρήση και λειτουργία του υπολογιστή μέχρι το διαδίκτυο και τον παγκόσμιο ιστό. Θα ενημερωθούν για την χρήση του υπολογιστή στο παρών αλλά και για το μέλλον των υπολογιστών, καθώς και για το πως οι νέες τεχνολογίες επηρεάζουν τις ζωές μας και τον κόσμο μας. Επίσης θα μπορούν να εξηγήσουν τη χρήση και τις λειτουργίες μιας βάσης δεδομένων. Η διδακτέα ύλη είναι φτιαγμένη έτσι ώστε να εξυπηρετεί ακόλουθα μαθήματα στο πρόγραμμα σπουδών που απαιτούν γνώσεις νέων τεχνολογιών.
- **Περιεχόμενα του μαθήματος:** Το περιεχόμενο του μαθήματος περιλαμβάνει τις ακόλουθες θεματικές ενότητες: Εισαγωγή - βασικές έννοιες: ο ψηφιακός πλανήτης, βασικές έννοιες για το υλικό του υπολογιστή, βασικές έννοιες για το λογισμικό του υπολογιστή, γραφικά -ψηφιακά μέσα και πολυμέσα, εφαρμογές βάσεων δεδομένων, δικτύωση και ψηφιακή επικοινωνία, το διαδίκτυο και ο παγκόσμιος ιστός.

Εισαγωγή στην Οικονομική Ανάλυση Ι

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 1101
- **Τύπος του μαθήματος:** Υποχρεωτικό κορμού
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 1ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS
- **Αποστολή του μαθήματος:** Το μάθημα σκοπό έχει να εισάγει τους φοιτητές στις βασικές έννοιες της πολιτικής οικονομίας. Εξετάζεται η συμπεριφορά του καταναλωτή και της επιχείρησης και εξάγονται οι καμπύλες της προσφοράς και της ζήτησης για κάθε προϊόν. Αναλύεται ο ρόλος της κυβέρνησης στην οικονομία καθώς και οι συνέπειες των μέτρων που μπορεί να παίρνει. Εξετάζεται ο ρόλος του διεθνούς εμπορίου στην ευημερία μιας χώρας. Αναλύονται οι διάφορες μορφές αγοράς: Τέλειος ανταγωνισμός, μονοπώλιο, μονοπωλιακός ανταγωνισμός, ολιγοπώλιο. Εξετάζονται οι συνέπειες στην παραγόμενη ποσότητα, στην τιμή και στην ευημερία από κάθε μια μορφή αγοράς. Τέλος, αναλύονται οι αγορές των συντελεστών παραγωγής.
- **Περιεχόμενα του μαθήματος:** Η κατασκευή υποδειγμάτων. Ο σκοπός τους και οι αρχές με τις οποίες κατασκευάζονται. Το βασικό οικονομικό υπόδειγμα. Η οριακή ανάλυση. Οι υποθέσεις για την συμπεριφορά του καταναλωτή. Η συνάρτηση χρησιμότητας και οι καμπύλες αδιαφορίας. Η καμπύλη ζήτησης ενός προϊόντος και οι προσδιοριστικοί του παράγοντες. Οι υποθέσεις για την λειτουργία της επιχείρησης.

Οι διάφορες μορφές κόστους. Ο χρονικός ορίζοντας για μία επιχείρηση. Το κόστος ευκαιρίας. Η καμπύλη προσφοράς για ένα προϊόν και οι προσδιοριστικοί του παράγοντες. Η ισορροπία στην αγορά. Κοινωνική ευημερία. Πλεόνασμα του καταναλωτή. Πλεόνασμα του παραγωγού. Οι διάφορες μορφές της αγοράς και οι συνέπειες τους στην παραγόμενη ποσότητα, στην τιμή και στην κοινωνική ευημερία. Ο ρόλος του κράτους. Εξωτερικότητες και δημόσια αγαθά. Τα αποτελέσματα της φορολογίας. Το διεθνές εμπόριο. Γιατί είναι σημαντικό για μία χώρα. Οι συνέπειές του για τους παραγωγούς και τους καταναλωτές. Τα αποτελέσματα των δασμών. Οι αγορές των συντελεστών παραγωγής.

Συμπεριφορά Οργανώσεων

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 5412
- **Τύπος του μαθήματος:** Υποχρεωτικό κορμού
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 2ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS
- **Αποστολή του μαθήματος:** Το μάθημα στοχεύει στο να αναπτύξει ένα εννοιολογικό και θεωρητικό υπόβαθρο για τους σπουδαστές πάνω στη μελέτη της συμπεριφοράς των ατόμων και των ομάδων στον εργασιακό χώρο. Ειδικότερα, η Συμπεριφορά Οργανώσεων είναι ο επιστημονικός χώρος που ερευνά την επίδραση που τα άτομα, οι ομάδες και η δομή έχουν στην συμπεριφορά μέσα στις επιχειρήσεις και εφαρμόζει αυτήν τη γνώση για να κάνει τα άτομα και τις επιχειρήσεις πιο αποτελεσματικά.
- **Περιεχόμενα του μαθήματος:** Το μάθημα προσεγγίζει τα θέματα ενσωματώνοντας τρεις οπτικές. Σε μικρο-επίπεδο η έμφαση δίνεται στη μελέτη της συμπεριφοράς σε ατομικό επίπεδο. Στη συνέχεια μελετώνται τα θέματα και οι σχέσεις σε διαπροσωπικό επίπεδο, ενώ τέλος, η μελέτη της δυναμικής των ομάδων και η επίδρασή τους στην αποτελεσματικότητα των επιχειρήσεων ολοκληρώνει το μάθημα. Ειδικότερα, το μάθημα περιλαμβάνει: 1) Η κατανόηση των παραμέτρων και της διαδικασίας που επηρεάζουν τη συμπεριφορά των ατόμων, όπως, προσωπικότητα, αντίληψη, συναισθηματική νοημοσύνη, στάσεις, μάθηση και στρες, 2) παρακίνηση, 3) ηγεσία, 4) ομάδες, δυναμική ομάδων, λήψη αποφάσεων σε ομάδα, 5) νέα θέματα στην Οργανωσιακή Συμπεριφορά, όπως, το φαινόμενο bullying στον εργασιακό χώρο, θετική οργανωσιακή παιδεία, πνευματικότητα στους οργανισμούς, κ.α.

Εισαγωγή στην Επικοινωνία

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 5722
- **Τύπος του μαθήματος:** Υποχρεωτικό κορμού
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 2ο εξάμηνο

- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS
- **Αποστολή του μαθήματος:** Εισαγωγή στην Επικοινωνία και παρουσίαση των σημαντικότερων εννοιών της επιστήμης. Απόκτηση βασικών επικοινωνιακών δεξιοτήτων για την επαγγελματική επικοινωνία.
- **Περιεχόμενα του μαθήματος:** Το περιεχόμενο του μαθήματος περιλαμβάνει τις εξής θεματικές ενότητες: Βασικές έννοιες στην Επικοινωνία, λεκτική και μη λεκτική επικοινωνία, αποτελεσματικές προφορικές παρουσιάσεις, αποτελεσματική γραπτή επικοινωνία, αποτελεσματικές συσκέψεις ομάδων, βασικά μοντέλα επικοινωνίας, εισαγωγή στη σημειωτική & σημειωτική ανάλυση μηνυμάτων, αποτελεσματική χρήση, επεξεργαστή κειμένου (Word) και προγράμματος δημιουργίας οπτικών βοηθημάτων για παρουσιάσεις (PowerPoint).

Ποσοτικές Μέθοδοι II

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 5122
- **Τύπος του μαθήματος:** Υποχρεωτικό κορμού
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 2ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS
- **Αποστολή του μαθήματος:** Σκοπός του μαθήματος είναι η παρουσίαση των πιο προχωρημένων μεθόδων και τεχνικών ανάλυσης δεδομένων για υποστήριξη σύνθετων επιχειρηματικών αποφάσεων με τη χρήση ηλεκτρονικών υπολογιστών.
- **Περιεχόμενα του μαθήματος:** Το περιεχόμενο του μαθήματος περιλαμβάνει τις εξής βασικές θεματικές ενότητες: Γραμμική παλινδρόμηση και ανάλυση συσχέτισης. Πολλαπλή παλινδρόμηση και ανάπτυξη υποδειγμάτων. Ανάλυση διακύμανσης (ανάλυση διακύμανσης με ένα κριτήριο, ανάλυση διακύμανσης με δύο κριτήρια). Γενικά γραμμικά υποδείγματα. Χρήση στατιστικών προγραμμάτων (SPSS) για την ανάλυση δεδομένων. Παρουσίαση και συζήτηση πραγματικών επιχειρηματικών προβλημάτων.

Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 5622
- **Τύπος του μαθήματος:** Υποχρεωτικό κορμού
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 2ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS
- **Αποστολή του μαθήματος:** Σκοπός του μαθήματος είναι να εξοικειώσει τους φοιτητές με τις βασικές έννοιες, αποφάσεις και εργαλεία του μάρκετινγκ, δίνοντάς τους μια σφαιρική γνώση σε όλο το εύρος των δραστηριοτήτων μάρκετινγκ.

- **Περιεχόμενα του μαθήματος:** Το περιεχόμενο του μαθήματος περιλαμβάνει τις ακόλουθες βασικές θεματικές ενότητες. Εισαγωγή: περιεχόμενο, αντικείμενο, εξέλιξη, πεδίο εφαρμογών του μάρκετινγκ, ορισμοί. Στρατηγικό μάρκετινγκ, τμηματοποίηση και τοποθέτηση. Έρευνα αγοράς και συμπεριφορά καταναλωτή. Μείγμα μάρκετινγκ. Βιομηχανικό μάρκετινγκ, πωλήσεις.

Λογιστική Ι

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 5513
- **Τύπος του μαθήματος:** Υποχρεωτικό κορμού
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 3ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS
- **Αποστολή του μαθήματος:** Σκοπός του μαθήματος είναι να εμπεδώσουν οι φοιτητές τις βασικές έννοιες και τεχνικές της λογιστικής.
- **Περιεχόμενα του μαθήματος:** Τα θέματα τα οποία καλύπτονται είναι τα ακόλουθα: Χρηματοοικονομικές καταστάσεις, καταχώρηση λογιστικών γεγονότων, λογιστικό κύκλωμα, πάγια στοιχεία του ενεργητικού, αποθέματα, εγγραφές προσαρμογής.

Συμπεριφορά Καταναλωτή

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 5623
- **Τύπος του μαθήματος:** Υποχρεωτικό κορμού
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 3ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS
- **Αποστολή του μαθήματος:** Σκοπός του μαθήματος είναι να κατανοήσουν οι φοιτητές το αντικείμενο και τις μεθόδους του συγκεκριμένου επιστημονικού κλάδου και να γνωρίσουν τις κλασσικές και σύγχρονες θεωρητικές και εμπειρικές προσεγγίσεις στη μελέτη της συμπεριφοράς του καταναλωτή και τη σημασία τους για τη χάραξη αποτελεσματικών στρατηγικών μάρκετινγκ. Με την ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές θα πρέπει: να γνωρίζουν το αντικείμενο και τις μεθόδους της συμπεριφοράς καταναλωτή, να είναι σε θέση να αξιολογήσουν τις διαφορετικές θεωρητικές και εμπειρικές προσεγγίσεις, να κατανοούν, ειδικότερα, τις διαδικασίες μέσω των οποίων οι καταναλωτές αναζητούν και αξιολογούν τις διαθέσιμες επιλογές και διαμορφώνουν τις προτιμήσεις τους, να κατανοούν τη σημασία της συμπεριφοράς του καταναλωτή για τον σχεδιασμό αποτελεσματικών ενεργειών μάρκετινγκ. Να κατανοούν τους τρόπους με τους οποίους το μάρκετινγκ μπορεί να επηρεάσει τη συμπεριφορά του καταναλωτή.

- **Περιεχόμενα του μαθήματος:** Το περιεχόμενο του μαθήματος περιλαμβάνει τις ακόλουθες θεματικές ενότητες: Εισαγωγή στη Συμπεριφορά Καταναλωτή. Εσωτερικές διαδικασίες: επεξεργασία πληροφοριών, αντίληψη, μάθηση, μνήμη, κίνητρα, αυτο-εικόνα, προσωπικότητα, τρόπος ζωής (lifestyle), στάσεις, συναισθήματα. Εξωτερικές επιδράσεις καταναλωτικής συμπεριφοράς: δημογραφικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά, αξίες, κουλτούρα, ομάδες αναφοράς, καθοδηγητές γνώμης. Διαδικασίες λήψης αγοραστικών αποφάσεων: στάδια λήψης αγοραστικών αποφάσεων, τύποι αγοραστικών αποφάσεων, ανάμειξη καταναλωτή και διαδικασία λήψης αγοραστικών αποφάσεων. Θεωρία και μέθοδοι κατάτμησης (τμηματοποίησης) της αγοράς καταναλωτών. Ανάλυση διακριτών επιλογών στην καταναλωτική συμπεριφορά. Μετα-αγοραστική συμπεριφορά. Καινοτομία και συμπεριφορά καταναλωτή. Προστασία καταναλωτή.

Λήψη Επιχειρηματικών Αποφάσεων

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 5133
- **Τύπος του μαθήματος:** Υποχρεωτικό κορμού
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 3ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS
- **Αποστολή του μαθήματος:** Η λήψη αποφάσεων είναι μία από τις σημαντικότερες λειτουργίες στη διοίκηση μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού. Στο σημερινό επιχειρηματικό περιβάλλον, που χαρακτηρίζεται από συχνές αλλαγές, έντονο ανταγωνισμό, πληθώρα δεδομένων, και μεγάλη διεξόδυση της τεχνολογίας της πληροφορικής και των επικοινωνιών, η λήψη αποφάσεων βασίζεται όλο και περισσότερο σε «δεδομένα» (στοιχεία) τα οποία επεξεργαζόμαστε χρησιμοποιώντας συγκεκριμένα «μοντέλα» και τεχνικές, και με αξιοποίηση της τεχνολογίας των ηλεκτρονικών υπολογιστών. Η μεθοδολογία που ακολουθείται καθώς και τα μοντέλα που χρησιμοποιούνται αποτελούν το αντικείμενο της Διοικητικής Επιστήμης. Αυτό το μάθημα αποβλέπει στο να παρουσιάσει τη διαδικασία λήψης αποφάσεων σε περίπλοκα επιχειρηματικά προβλήματα μέσα από τη μεθοδολογία της Διοικητικής Επιστήμης και τη χρήση των Η/Υ. Η έμφαση του μαθήματος θα είναι στο να κατανοήσουμε τα διάφορα μοντέλα, τις εφαρμογές τους στους διάφορους τομείς της επιχείρησης, και τη διαισθητική και οικονομική τους σημασία στη λήψη αποφάσεων.
- **Περιεχόμενα του μαθήματος:** Το μάθημα εισάγει τον σπουδαστή στη Μεθοδολογία της Λήψης Αποφάσεων και στις 3 κύριες κατηγορίες μοντέλων: γραμμικός και ακέραιος προγραμματισμός, ανάλυση και δέντρα αποφάσεων, και λήψη αποφάσεων με πολλαπλά κριτήρια. Σε κάθε ενότητα ο σπουδαστής, εκτός από τα αντίστοιχα μοντέλα, θα εκτεθεί σε μια σειρά από εφαρμογές και στη χρήση των κατάλληλων

πακέτων Η/Υ, πολλά από τα οποία βασίζονται στο Excel και θα έχει την ευκαιρία να εφαρμόσει τις γνώσεις του σε διάφορα προβλήματα ή/και αναλύσεις περιπτώσεων.

Οικονομική των Επιχειρήσεων

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 1594
- **Τύπος του μαθήματος:** Υποχρεωτικό κορμού
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 3ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS
- **Αποστολή του μαθήματος:** Η Οικονομική των επιχειρήσεων εφαρμόζει τα εργαλεία και τις μεθόδους της μικροοικονομικής θεωρίας στο χώρο των επιχειρηματικών αποφάσεων. Σκοπός της είναι η ανάλυση και βελτιστοποίηση των επιχειρηματικών αποφάσεων με στόχο την αύξηση της αποδοτικότητας των επιχειρήσεων.
- **Περιεχόμενα του μαθήματος:** Θέματα που θα αναλυθούν περιλαμβάνουν: Θεωρία της επιχείρησης (theory of the firm). Ποσοτικοποίηση και αξιολόγηση της ποιότητας διοίκησης των επιχειρήσεων σε παγκόσμιο επίπεδο και συγκριτική μελέτη τους. Η εκτιμητική των συναρτήσεων ζήτησης, οι τεχνικές ποιοτικής και ποσοτικής ανάλυσης, και οι επιχειρηματικές προβλέψεις. Συναρτήσεις παραγωγής με μια και πολλές εισροές. Πως εκτιμούνται οι συναρτήσεις παραγωγής και τι μαθαίνουμε από τις εκτιμήσεις αυτές. Θεωρία, εξειδίκευση και εκτιμητική των συναρτήσεων κόστους. Ανάλυση νεκρού σημείου. Τιμολόγηση κάτω από συνθήκες τέλει ανταγωνισμού, μονοπωλίου, μονοπωλιακού ανταγωνισμού και ολιγοπωλίου ως χαρακτηριστικές μορφές διάρθρωσης των αγορών. Τεχνικές τιμολόγησης ανεξάρτητων και αλληλένδετων προϊόντων. Μορφές οργάνωσης και διοίκησης των επιχειρήσεων. Το πρόβλημα του εντολέα εντολοδόχου μέσα στην επιχείρηση. Αξιολόγηση και παροχή κινήτρων για παραγωγικότητα στους εργαζόμενους.

Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 5414
- **Τύπος του μαθήματος:** Υποχρεωτικό κορμού
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 4ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS
- **Αποστολή του μαθήματος:** Στόχος του Μαθήματος είναι η απόκτηση από τους φοιτητές εισαγωγικών γνώσεων πάνω στο αντικείμενο και τις τεχνικές της Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού. Πιο συγκεκριμένα οι επιμέρους στόχοι του μαθήματος είναι: να αποκτήσουν γνώση των βασικών εννοιών και μεθόδων Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού, να αφομοιώσουν τη σπουδαιότητα της λειτουργίας Ανθρωπίνων

Πόρων για τη διοίκηση των επιχειρήσεων, να αποκτήσουν γνώσεις σχετικά με τις τεχνικές χειρισμού επιμέρους θεμάτων που αναφέρονται στο προσωπικό των επιχειρήσεων, όπως προγραμματισμός ανθρώπινου δυναμικού, προσέλκυση, επιλογή, αξιολόγηση απόδοσης, αμοιβές, εκπαίδευση.

- **Περιεχόμενα του μαθήματος:** Το περιεχόμενο του μαθήματος περιλαμβάνει τις παρακάτω βασικές θεματικές ενότητες: Εισαγωγή στη Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού, ανάλυση και περιγραφή θέσης εργασίας, προγραμματισμός ανθρώπινου δυναμικού, προσέλκυση & επιλογή, οι γυναίκες στη διοίκηση των επιχειρήσεων, εκπαίδευση & ανάπτυξη, στρατηγική διοίκηση ανθρώπινου δυναμικού, αξιολόγηση απόδοσης, συστήματα αμοιβών.

Ηλεκτρονική Επικοινωνία

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 5724
- **Τύπος του μαθήματος:** Υποχρεωτικό κορμού
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 4ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS
- **Αποστολή του μαθήματος:** Σκοπός του μαθήματος είναι να εμπεδώσουν οι φοιτητές τις βασικές αρχές της ηλεκτρονικής επικοινωνίας όπως αυτές συσχετίζονται με το ηλεκτρονικό εμπόριο. Οι φοιτητές θα ενημερωθούν για τις επιρροές της ηλεκτρονικής επικοινωνίας στην υγεία, στην παιδεία στην διακυβέρνηση κ.λπ., θα εξοικειωθούν με τις απαραίτητες συνθήκες για την καθιέρωση της ηλεκτρονικής επικοινωνίας στις ψηφιακές συναλλαγές και θα κατανοήσουν νέα επιχειρηματικά μοντέλα βασιζόμενα στις ανερχόμενες μορφές επικοινωνίας με χρήση εφαρμογών WEB2.0.
- **Περιεχόμενα του μαθήματος:** Το περιεχόμενο του μαθήματος περιλαμβάνει τις ακόλουθες βασικές θεματικές ενότητες: Ψηφιακή κοινωνία, ηλεκτρονική διακυβέρνηση, ηλεκτρονική επικοινωνία και κινητή υπολογιστική, ασφάλεια στην ηλεκτρονική επικοινωνία και ηλεκτρονικές συναλλαγές, ηλεκτρονική επικοινωνία σε συνεργατικά περιβάλλοντα, το περιβάλλον του web2.0 και τα κοινωνικά δίκτυα, νομικά και ηθικά θέματα στο ηλεκτρονικό περιβάλλον.

Πολιτική Προϊόντος

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 5624
- **Τύπος του μαθήματος:** Υποχρεωτικό κορμού
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 4ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS

- **Αποστολή του μαθήματος:** Σκοπός του μαθήματος είναι να εμπεδώσουν οι φοιτητές τις βασικές έννοιες της προϊόντικής πολιτικής με έμφαση στο σχεδιασμό και τη διαχείριση της επωνυμίας (branding), στη διαδικασία ανάπτυξης νέων προϊόντων και στην κατάργηση προϊόντων.
- **Περιεχόμενα του μαθήματος:** Το περιεχόμενο του μαθήματος περιλαμβάνει τρεις βασικές θεματικές ενότητες: Εισαγωγή στις προϊόντικές αποφάσεις με έμφαση στο branding, ανάπτυξη νέων προϊόντων, κατάργηση προϊόντων.

Λογιστική II

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 5514
- **Τύπος του μαθήματος:** Υποχρεωτικό κορμού
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 4ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS
- **Αποστολή του μαθήματος:** Σκοπός του μαθήματος είναι να εμπεδώσουν οι φοιτητές τον λογιστικό χειρισμό των απαιτήσεων, των ενσώματων και άυλων πάγιων στοιχείων, των χρηματοοικονομικών μισθώσεων και των χρηματοοικονομικών στοιχείων του ισολογισμού. Επιπλέον, οι φοιτητές εξοικειώνονται με τη χρήση των οικονομικών καταστάσεων για τη χρηματοοικονομική ανάλυση των επιχειρήσεων.
- **Περιεχόμενα του μαθήματος:** Το περιεχόμενο του μαθήματος περιλαμβάνει τις ακόλουθες θεματικές ενότητες: Απαιτήσεις, ενσώματα & άυλα πάγια στοιχεία ενεργητικού, χρηματοοικονομικές μισθώσεις, χρηματοοικονομικά στοιχεία ισολογισμού, ανάλυση λογιστικών καταστάσεων.

Έρευνα Μάρκετινγκ

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 5634
- **Τύπος του μαθήματος:** Υποχρεωτικό κορμού
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 4ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS
- **Αποστολή του μαθήματος:** Το μάθημα αυτό αποσκοπεί στο να δώσει στους φοιτητές τα απαραίτητα εργαλεία που απαιτούνται ώστε να γίνουν ευφυείς χρήστες της έρευνας αγοράς. Ο στόχος του μαθήματος είναι να κατανοήσουν οι φοιτητές με σαφή τρόπο τη λογική της έρευνας μάρκετινγκ, τους διάφορους τύπους της έρευνας μάρκετινγκ, τη διαδικασία της έρευνας μάρκετινγκ και το ρόλο που διαδραματίζει η έρευνα μάρκετινγκ στη λήψη αποφάσεων. Συνεπώς, μεγάλο μέρος του μαθήματος θα αφιερωθεί στη μεθοδολογία διεξαγωγής μιας ολοκληρωμένης έρευνας αγοράς.

- **Περιεχόμενα του μαθήματος:** Το περιεχόμενο του μαθήματος περιλαμβάνει επτά βασικές θεματικές ενότητες: 1) Εισαγωγή στην έρευνα αγοράς, 2) πηγές δεδομένων, 3) σχέδιο έρευνας, 4) μέτρηση, 5) ποιοτική έρευνα, 6) δειγματοληψία, 7) ανάλυση στοιχείων.

Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 5225
- **Τύπος του μαθήματος:** Υποχρεωτικό κορμού
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 5ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS
- **Αποστολή του μαθήματος:** Σκοπός του μαθήματος είναι να κατανοήσουν οι φοιτητές το ρόλο και τη σημασία της πληροφορικής στις επιχειρήσεις και τους οργανισμούς. Έμφαση δίνεται στη συμβολή των τεχνολογιών στην αποτελεσματική λειτουργία και διοίκηση. Οι φοιτητές θα γνωρίσουν τους διαφορετικούς τύπους και κατηγορίες πληροφοριακών συστημάτων, τα είδη υποστήριξης που παρέχουν σε κάθε κύρια επιχειρησιακή λειτουργία. Επίσης θα κατανοήσουν τις τεχνικές και τεχνολογίες αξιοποίησης επιχειρηματικών δεδομένων και στήριξης επιχειρηματικών αποφάσεων. Εξηγείται και επιδεικνύεται παραδειγματικά η χρήση καινοτομικών τεχνολογιών με έμφαση στο ηλεκτρονικό εμπόριο και τα διάχυτα πληροφοριακά συστήματα, καθώς και ο στρατηγικός ρόλος της πληροφορικής. Τέλος οι φοιτητές μαθαίνουν βασικές έννοιες και τεχνικές σχετικές με το στρατηγικό σχεδιασμό, την ανάπτυξη και την απόκτηση νέων τεχνολογιών και συστημάτων, και θεμελιώνουν αντίληψη για τον ευρύτερο αντίκτυπο της πληροφορικής στην οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη.
- **Περιεχόμενα του μαθήματος:** Το περιεχόμενο του μαθήματος περιλαμβάνει τις παρακάτω βασικές θεματικές ενότητες: Ο ρόλος και η σημασία της πληροφορικής στους οργανισμούς, τα πληροφοριακά συστήματα στους οργανισμούς, πληροφοριακά συστήματα υποστήριξης του μάρκετινγκ και της λήψης αποφάσεων, πληροφοριακά συστήματα υποστήριξης ενδοεπιχειρησιακών λειτουργιών, προηγμένα διεπιχειρησιακά πληροφοριακά συστήματα, ηλεκτρονικό εμπόριο και καινοτόμα επιχειρηματικά μοντέλα, κινητά, ασύρματα και διάχυτα πληροφοριακά συστήματα, συστήματα επιχειρηματικής ευφυΐας και διαχείριση επιχειρηματικής απόδοσης, στρατηγικά πληροφοριακά συστήματα για καινοτομία και ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, σχεδιασμός και απόκτηση πληροφοριακών συστημάτων, διαχείριση και έλεγχος πληροφοριακών πόρων, ο ρόλος της πληροφορικής στην οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη της χώρας.

Δημόσιες Σχέσεις

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 5725
- **Τύπος του μαθήματος:** Υποχρεωτικό κορμού
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 5ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS
- **Αποστολή του μαθήματος:** Σκοπός του μαθήματος είναι να γίνουν κατανοητές οι βασικές έννοιες που συνδέονται με την λειτουργία των Δ.Σ. στα πλαίσια ενός οργανισμού-επιχείρησης, ο ρόλος του στελέχους Δ.Σ. καθώς και καθήκοντα και αρμοδιότητες που περιλαμβάνει η θέση του, ανάλογα με το αντικείμενο της κάθε επιχείρησης, να κατανοηθούν οι μηχανισμοί επίδρασης, κινητοποίησης και διαμόρφωσης της Κοινής Γνώμης σε μια κοινωνική ομάδα και να αποκτηθούν οι βασικές γνώσεις για το σχεδιασμό και την υλοποίηση προγραμμάτων Δ.Σ.
- **Περιεχόμενα του μαθήματος:** Το περιεχόμενο του μαθήματος περιλαμβάνει τις εξής βασικές θεματικές ενότητες: Εισαγωγή στις δημόσιες σχέσεις, κοινή γνώμη, επικοινωνία με διάφορες ομάδες κοινού, σχεδιασμός και υλοποίηση προγράμματος δημοσίων σχέσεων, μοντέλα πρακτικής και ρόλοι επαγγελματικών δημοσίων σχέσεων, πρόληψη και διαχείριση κρίσεων, η αξιοποίηση του διαδικτύου από τις δημόσιες σχέσεις, χορηγία.

Οργάνωση Πωλήσεων

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 5625
- **Τύπος του μαθήματος:** Υποχρεωτικό κορμού
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 5ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS.
- **Αποστολή του μαθήματος:** Η οργάνωση πωλήσεων περιλαμβάνει τρία αλληλένδετα στάδια: 1) το στάδιο του προγραμματισμού / σχεδιασμού του στρατηγικού προγράμματος πωλήσεων, 2) το στάδιο της υλοποίησης και εφαρμογής του προγράμματος πωλήσεων και 3) το στάδιο της αξιολόγησης και ελέγχου της απόδοσης των πωλήσεων. Ο σκοπός του μαθήματος αυτού είναι να δώσει στους φοιτητές μια ολοκληρωμένη εικόνα όλων των δραστηριοτήτων που περιλαμβάνονται σε κάθε στάδιο. Πιο συγκεκριμένα, το μάθημα αυτό θα καλύψει όλες τις σχετικές δραστηριότητες του στρατηγικού σχεδιασμού των πωλήσεων διαδοχικά. Με την ολοκλήρωση της ενότητας αυτής, οι σπουδαστές θα είναι σε θέση να: 1) Κατανοούν την αναγκαιότητα της «συμμόρφωσης» του προγράμματος πωλήσεων με το πρόγραμμα μάρκετινγκ της επιχείρησης. 2) Αντιλαμβάνονται όλα τα θέματα που σχετίζονται με την υλοποίηση του προγράμματος των πωλήσεων, όπως επιλογή και πρόσληψη προσωπικού, εποπτεία πωλήσεων, σχεδιασμός συστημάτων αμοιβής και απόδοση

πωλητών. 3) Αξιολογούν και να ελέγχουν την αποτελεσματικότητα των δραστηριοτήτων του προγράμματος των πωλήσεων.

- **Περιεχόμενα του μαθήματος:** Το περιεχόμενο του μαθήματος περιλαμβάνει τρεις βασικές θεματικές ενότητες: 1) Προγραμματισμός / σχεδιασμός ενός στρατηγικού προγράμματος πωλήσεων, 2) Υλοποίηση και εφαρμογή ενός προγράμματος πωλήσεων και 3) Αξιολόγηση και έλεγχος της απόδοσης των πωλήσεων.

Τιμολογιακή Στρατηγική

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 5647
- **Τύπος του μαθήματος:** Υποχρεωτικό κορμού
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 5ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS
- **Αποστολή του μαθήματος:** Μετά το πέρας του μαθήματος, οι φοιτητές θα είναι σε θέση να γνωρίζουν τους κυριότερους παράγοντες που επηρεάζουν την τελική τιμή ενός προϊόντος καθώς και τη διαδικασία τιμολόγησής του. Επιπρόσθετα, θα μπορούν να κατανοήσουν τις διαφορές που υπάρχουν στη διαμόρφωση της τιμολογιακής στρατηγικής μεταξύ διαφορετικών περιβαλλόντων (καταναλωτικές-βιομηχανικές αγορές, προϊόντα-υπηρεσίες, διεθνείς αγορές, διαδίκτυο, λιανεμπόριο, αγροτικά προϊόντα).
- **Περιεχόμενα του μαθήματος:** Περιγραφή της έννοιας και της σημασίας της τιμής, εξέταση των ενδο-επιχειρησιακών και εξω-επιχειρησιακών παραγόντων που επηρεάζουν την τιμή ενός προϊόντος, ανάλυση της σχέσης τιμής – συμπεριφοράς καταναλωτή, διερεύνηση της διαδικασίας τιμολόγησης ενός προϊόντος (τιμολογιακοί στόχοι, μέθοδοι και πολιτικές), εξέταση της απόφασης μεταβολής της τιμής με ιδιαίτερη έμφαση στην παράθεση της μεθόδου ανάλυσης με βάση το περιθώριο συνεισφοράς, παρουσίαση των στρατηγικών τιμολόγησης ενός νέου προϊόντος καθώς και των εναλλακτικών στρατηγικών τιμολόγησης στα διαφορετικά στάδια του κύκλου ζωής ενός προϊόντος, περιγραφή της τιμολόγησης στο χώρο των υπηρεσιών, των βιομηχανικών αγορών, του λιανεμπορίου και του διαδικτύου.

Ηλεκτρονικό Μάρκετινγκ

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 5626
- **Τύπος του μαθήματος:** Υποχρεωτικό κορμού
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 6ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS

- **Αποστολή του μαθήματος:** Το μάθημα στοχεύει στην ανάπτυξη των ικανοτήτων των φοιτητών για τη κατανόηση των επιπτώσεων του διαδικτύου και γενικότερα των νέων τεχνολογιών επικοινωνίας και πληροφορίας στις αγορές και τις στρατηγικές και τακτικές μάρκετινγκ της επιχείρησης.
- **Περιεχόμενα του μαθήματος:** Το μάθημα περιλαμβάνει τις ακόλουθες θεματικές ενότητες: Μεγέθη και τάσεις της αγοράς του ηλεκτρονικού μάρκετινγκ και εμπορίου, αλλαγές στην αγορά, οφέλη, ευκαιρίες, απειλές, στρατηγική μάρκετινγκ στις ψηφιακές αγορές, μείγμα ηλεκτρονικού μάρκετινγκ, διαχείριση σχέσεων με πελάτες, επιχειρηματικά μοντέλα, κοινωνικά δίκτυα, mobile marketing, οργανωτικά θέματα & εσωτερικές αλλαγές, επιμέρους τομείς εφαρμογής του ηλεκτρονικού μάρκετινγκ: βιομηχανικές αγορές, MME, μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί, δημόσιες υπηρεσίες και οργανισμοί.

Διαφήμιση

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 5636
- **Τύπος του μαθήματος:** Υποχρεωτικό κορμού
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 6ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS
- **Αποστολή του μαθήματος:** Στόχος του μαθήματος είναι να αναγνωρίσουν οι φοιτητές τη στενή σχέση μεταξύ διαφημιστικής στρατηγικής και στρατηγικής μάρκετινγκ και να κατανοήσουν τους μηχανισμούς που καθορίζουν την αποτελεσματικότητα μιας διαφημιστικής εκστρατείας. Το μάθημα επικεντρώνεται στις κλασικές και σύγχρονες προσεγγίσεις στη μελέτη της διαφήμισης (ιεραρχικά μοντέλα της διαφήμισης, μοντέλα διαφήμισης σε συνθήκες υψηλής και χαμηλής ανάμειξης, πλέγματα στόχων-στρατηγικής κ.λπ.) και εξετάζει σε βάθος τόσο τον στρατηγικό όσο και τον δημιουργικό σχεδιασμό και υλοποίηση. Με την ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές θα πρέπει να γνωρίζουν πώς να σχεδιάσουν, να αναπτύξουν, να εκτελέσουν και να αξιολογήσουν ένα διαφημιστικό πρόγραμμα.
- **Περιεχόμενα του μαθήματος:** Λειτουργία και ο στόχος της διαφήμισης. Ο ρόλος της διαφήμισης στο μείγμα μάρκετινγκ. Η διαφήμιση στα πλαίσια της Ολοκληρωμένης Επικοινωνίας Μάρκετινγκ (IMC). Η ιστορία και η εξέλιξη της διαφήμισης. Κοινωνικά, ηθικά και νομικά ζητήματα σχετικά με τη διαφήμιση. Διοίκηση της διαφημιστικής διαδικασίας. Ο ρόλος του διαφημιστικού brief. Μοντέλα της λειτουργίας της διαφήμισης. Ιεραρχικά μοντέλα επιδράσεων. Μοντέλα επιδράσεων σε συνθήκες υψηλής και χαμηλής ανάμειξης. Πλέγματα σχεδιασμού διαφημιστικής στρατηγικής. Διαμόρφωση διαφημιστικών στόχων. Σχεδιασμός διαφημιστικού προγράμματος. Δημιουργική Στρατηγική: σχεδιασμός και εκτέλεση. Ανάπτυξη μηνύματος και τύποι επικλήσεων. Δημιουργική στρατηγική σε διαφορετικά μέσα. Διαφήμιση σε διαδρα-

στικά μέσα. Επιλογή και προγραμματισμός διαφημιστικών μέσων. Αξιολόγηση και παρακολούθηση της αποτελεσματικότητας του διαφημιστικού προγράμματος.

Χρηματοδοτική Διοίκηση I (Χρηματοδοτική Διοίκηση)

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 2416
- **Τύπος του μαθήματος:** Υποχρεωτικό κορμού
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 6ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS
- **Αποστολή του μαθήματος:** Το μάθημα αποσκοπεί: στην κατανόηση της διαχρονικής αξίας του χρήματος, στην κατανόηση της χρήσης των εργαλείων για αξιολόγηση επενδύσεων, στην αφομοίωση βασικών εννοιών της χρηματοδοτικής διοίκησης.
- **Περιεχόμενα του μαθήματος:** Το παρόν μάθημα αποτελεί μία εισαγωγική τοποθέτηση στο χώρο της «Χρηματοδοτικής Διοίκησης». Ειδικότερα, αναφερόμαστε στη λειτουργία της Επιχείρησης, δίνοντας έμφαση στο σχεδιασμό και τη διαδικασία λήψης των Χρηματοοικονομικών Αποφάσεων που είναι άμεσα συνδεδεμένες με αυτή και αφορούν στην υλοποίηση επενδυτικών σχεδίων, καθώς επίσης και στις πηγές χρηματοδότησης οι οποίες χρησιμοποιούνται για την υλοποίηση των επενδύσεων αυτών. Αντικειμενικός σκοπός του μαθήματος, είναι η αφομοίωση των δομικών εννοιών της Χρηματοδοτικής Διοίκησης από τον σπουδαστή, κατά τρόπο περιγραφικό και κατανοητό.

Δίκτυα Διανομής και Logistics

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 5648
- **Τύπος του μαθήματος:** Υποχρεωτικό κορμού
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 6ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS
- **Αποστολή του μαθήματος:** Σκοπός του μαθήματος είναι να κατανοήσουν οι φοιτητές πως η αποτελεσματική οργάνωση και διοίκηση των καναλιών διανομής και της εφοδιαστικής αλυσίδας μιας επιχείρησης μπορούν να συμβάλλουν σημαντικά στη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας της επιχείρησης και αύξηση της ικανοποίησης των πελατών της.
- **Περιεχόμενα του μαθήματος:** Το περιεχόμενο του μαθήματος περιλαμβάνει, μεταξύ άλλων, την έννοια, το αντικείμενο και τη σημασία της διανομής και των logistics, τους στόχους και στρατηγικές ενός δικτύου διανομής, τον σχεδιασμό ενός δικτύου διανομής, τη διοίκηση των δικτύων διανομής, τη διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας.

Εισαγωγή στην Οικονομική Ανάλυση II

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 1232
- **Τύπος του μαθήματος:** Υποχρεωτικό κορμού
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 6ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS
- **Αποστολή του μαθήματος:** Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές αναμένεται να είναι εξοικειωμένοι με τις έννοιες της κατανάλωσης, αποταμίευσης, εθνικού εισοδήματος, συνολικής προσφοράς και ζήτησης, δημοσιονομικής και νομισματικής πολιτικής, πληθωρισμού, ανεργίας. Η προσέγγιση που ακολουθείται συνδυάζει τόσο την Κεϋνσιανή ανάλυση για την βραχυχρόνια περίοδο όσο και την νεοκλασική για την μακροχρόνια.
- **Περιεχόμενα του μαθήματος:** Εισαγωγή στα μακροοικονομικά μεγέθη. Θεωρία κατανάλωσης και αποταμίευσης. Προσδιορισμός του εθνικού εισοδήματος - πολλαπλασιαστές. Δημόσιες δαπάνες - φόροι - κρατικός προϋπολογισμός. Προσφορά και ζήτηση χρήματος. Εισαγωγή στις καμπύλες IS-LM. Νομισματική και δημοσιονομική πολιτική σε κλειστή οικονομία. Μακροοικονομική καμπύλη ζήτησης και συνολική προσφορά. Ανεργία. Πληθωρισμός. Καμπύλη Phillips.

Επιχειρησιακή Στρατηγική

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 5407
- **Τύπος του μαθήματος:** Υποχρεωτικό κορμού
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 7ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS
- **Αποστολή του μαθήματος:** Το μάθημα εξετάζει ένα σύνολο από έννοιες, πλαίσια, μεθόδους και εργαλεία για την διαμόρφωση της στρατηγικής μιας επιχείρησης και την υλοποίησή της. Τα μαθησιακά αποτελέσματα είναι: να κατανοήσουν οι φοιτητές τις βασικές έννοιες στρατηγικής και τις απόψεις και προσεγγίσεις που έχουν αναπτυχθεί στη βιβλιογραφία και την επιχειρηματική πρακτική, να μάθουν να χρησιμοποιούν τις τεχνικές και τις μεθόδους στρατηγικής ανάλυσης, να αναγνωρίζουν τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματά τους, να βοηθήσει τους φοιτητές να κατανοήσουν πως διαμορφώνεται η στρατηγική, με δεδομένο έναν αριθμό στρατηγικών επιλογών (οι οποίες περιλαμβάνουν: το εύρος και είδος δραστηριοτήτων, την ανταγωνιστική στρατηγική, την υλοποίηση της στρατηγικής μέσω εξαγορών/συγχωνεύσεων/συμμαχιών/ίδιας ανάπτυξης και τον χρονισμό των κινήσεων στρατηγικής), να είναι σε θέση να αξιολογήσουν και να επιλέξουν τις βέλτιστες επι-

λογές στρατηγικής, να κατανοήσουν τη σημασία της υλοποίησης της στρατηγικής και το ρόλο που διαδραματίζουν στην αποτελεσματική υλοποίηση η κατάλληλη οργάνωση, συστήματα, ανθρώπινο δυναμικό, αξίες, κουλτούρα, να εμβαθύνουν στις τεχνικές λήψης στρατηγικών αποφάσεων και τα συνήθη λάθη στη χάραξη και υλοποίηση της στρατηγικής.

- **Περιεχόμενα του μαθήματος:** Το μάθημα αποτελείται από πέντε βασικές ενότητες που αναφέρονται στα εξής: 1) Εισροές για εκκίνηση στρατηγικής σκέψης: δίνεται η πολυπλοκότητα της έννοιας της στρατηγικής. Εξετάζονται απόψεις της στρατηγικής ως «προσαρμογή» στο περιβάλλον (environmental determinism), αλλά και ως δημιουργία θεμελιωδών ικανοτήτων (resource-based view). Γίνεται παρουσίαση και αξιολόγηση της εταιρικής αποστολής και οράματος. 2) Διαμόρφωση και είδη στρατηγικής: μελετώνται οι στρατηγικές επιλογής εύρους και είδους δραστηριοτήτων για μια επιχείρηση (corporate strategy) καθώς και οι στρατηγικές επίτευξης ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος (competitive strategy) σε διαφορετικά εξωτερικά περιβάλλοντα. Αναζητείται η φύση του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος αντλώντας από εναλλακτικές θεωρητικές προσεγγίσεις. 3) Αξιολόγηση και επιλογή στρατηγικής: παρουσιάζονται μοντέλα αξιολόγησης στρατηγικής. Επίσης, γίνεται αναφορά στο στάδιο μετατροπής της στρατηγικής σε προγράμματα με δράσεις και ενέργειες που καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα: λειτουργικές στρατηγικές, δομές και συστήματα. 4) Τρόποι υλοποίησης στρατηγικής: εξετάζεται η υλοποίηση της στρατηγικής μέσω εξαγορών, συγχωνεύσεων, συμμαχιών ή ίδιας ανάπτυξης. Παρέχονται τρόποι πιο αποτελεσματικής υλοποίησης των επιλογών αυτών. 5) Λήψη στρατηγικών αποφάσεων: ιδιαίτερη αναφορά γίνεται στις παγίδες στη στρατηγική σκέψη.

Χρηματοδοτική Διοίκηση II (Ειδικά Θέματα Χρηματοδοτικής Διοίκησης)

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 2511
- **Τύπος του μαθήματος:** Υποχρεωτικό κορμού
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 7ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS
- **Αποστολή του μαθήματος:** Το μάθημα Χρηματοδοτική Διοίκηση II, επιχειρεί μία εστιασμένη προσέγγιση σε θέματα χρηματοοικονομικού προγραμματισμού, επιλογής κεφαλαίων και μορφών χρηματοδότησης στις σύγχρονες επιχειρήσεις. Οι σπουδαστές θα πρέπει να εξοικειωθούν με τη σπουδαιότητα της επιλογής κεφαλαίων (Κεφαλαιακή Διάρθρωση) και της διάρθρωσης κόστους (Ανάλυση Μόχλευσης) και τα αναμενόμενα μερίσματα για τους μετόχους (Μερισματική Πολιτική). Στη συνέχεια ο σπουδαστής θα γνωρίσει τις τεχνικές και τα εργαλεία χρηματοοικονομικού προγραμματισμού, παράλληλα και τις βασικότερες στρατηγικές διαχείρισης του κεφαλαίου κίνησης. Έχοντας αποκτήσει μία ολοκληρωμένη εικόνα των βασικών

εννοιών χρηματοοικονομικής λειτουργίας της επιχείρησης οι σπουδαστές θα ασχοληθούν με εναλλακτικά χρηματοδοτικά εργαλεία όπως το Leasing και το Factoring, τα οποία εξετάζονται σε σχέση με τις κλασικές μορφές χρηματοδότησης μέσω δανειακών συμβάσεων.

- **Περιεχόμενα του μαθήματος:** Το μάθημα περιλαμβάνει τις εξής ενότητες:
1) Ανάλυση κεφαλαιακής διάρθρωσης και μερισματική πολιτική, 1α) ανάλυση μόχλευσης: κεφαλαιακή και χρηματοοικονομική διάρθρωση, μέτρηση και νόημα του επιχειρηματικού και χρηματοοικονομικού κινδύνου, τεχνική ανάλυση του νεκρού σημείου και ανάλυση ευαισθησίας, λειτουργική μόχλευση και χρηματοοικονομική μόχλευση, συνολική-συνδυασμένη μόχλευση, 1β) θεωρία κεφαλαιακής διάρθρωσης: το πρόβλημα επιλογής διάρθρωσης κεφαλαίων – σχέση ιδίων με δανειακά κεφάλαια, η άριστη χρηματοδοτική διάρθρωση, κόστος αντιπροσώπευσης και οι επιπτώσεις στην κεφαλαιακή διάρθρωση της εταιρείας, θεωρία Modigliani and Miller, 1γ) μερισματική πολιτική: σχέση της μερισματικής πολιτικής με την αξία της επιχείρησης, παράγοντες που προσδιορίζουν την μερισματική πολιτική, υποδείγματα μερισματικής πολιτικής, μερίσματα με τη μορφή μετοχών – επαναγορά μετοχών. 2) Χρηματοοικονομικός προγραμματισμός και διοίκηση κεφαλαίου κίνησης, 2α) διοίκηση κεφαλαίου κίνησης της επιχείρησης: κυκλοφορούν ενεργητικό και το κεφάλαιο κίνησης, διοίκηση αποθεμάτων, διοίκηση χρηματικών διαθέσιμων, διοίκηση πιστώσεων, 3) Ειδικές κατηγορίες βραχυπρόθεσμης και μεσοπρόθεσμης χρηματοδότησης, 3α) χρηματοδότηση μέσω πρακτόρευσης επιχειρηματικών απαιτήσεων (factoring): χρηματοδότηση εξασφαλιζόμενη με απαιτήσεις ή πρακτορεία επιχειρηματικών απαιτήσεων, υπολογισμός του κόστους πρακτόρευσης και δανειοδότησης από εταιρείες factoring, 3β) χρηματοδοτική μίσθωση (leasing): ανάλυση χρηματοδοτικής μίσθωσης – financial leasing, ανάλυση λειτουργικής μίσθωσης – operating leasing, επιλογή ανάμεσα σε χρηματοδοτική μίσθωση και αγορά και δάνειο για την απόκτηση εξοπλισμού.

Διοίκηση Προμηθειών και Βιομηχανικό Μάρκετινγκ (Business to Business Μάρκετινγκ)

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 5627
- **Τύπος του μαθήματος:** Υποχρεωτικό κατεύθυνσης Μάρκετινγκ
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 7ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS
- **Αποστολή του μαθήματος:** Σκοπός του μαθήματος είναι να κατανοήσουν οι φοιτητές τις ιδιαιτερότητες των βιομηχανικών αγορών (συναλλαγών μεταξύ επιχειρήσεων) και τις συνεπαγόμενες προσαρμογές των αποφάσεων μάρκετινγκ, σε στρατηγικό και τακτικό επίπεδο, τόσο για την επιχείρηση – πωλητή όσο και για την επιχείρηση – πελάτη.

- **Περιεχόμενα του μαθήματος:** Το περιεχόμενο του μαθήματος περιλαμβάνει τις ακόλουθες θεματικές ενότητες: Εισαγωγή – ιδιαιτερότητες των βιομηχανικών αγορών, αγοραστική συμπεριφορά επιχειρήσεων και οργανισμών, διαχείριση και στρατηγικές των αγορών των πελατών, στρατηγική μάρκετινγκ και τμηματοποίηση των βιομηχανικών αγορών, μείγμα μάρκετινγκ βιομηχανικών επιχειρήσεων, διοίκηση σχέσεων σε B2B αγορές.

Μάρκετινγκ Υπηρεσιών

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 5637
- **Τύπος του μαθήματος:** Υποχρεωτικό κατεύθυνσης Μάρκετινγκ
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 7ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS
- **Αποστολή του μαθήματος:** Αντικειμενικός σκοπός του συγκεκριμένου μαθήματος είναι να εξοικειωθούν οι φοιτητές με τις ιδιαιτερότητες του μάρκετινγκ των υπηρεσιών συγκριτικά με το μάρκετινγκ των προϊόντων. Ξεκινώντας από την παρουσίαση των βασικών χαρακτηριστικών των υπηρεσιών και πώς αυτά επηρεάζουν βασικά στρατηγικά ζητήματα του μάρκετινγκ για υπηρεσίες, συζητούνται θέματα που σχετίζονται με τα συστήματα ταξινόμησης των υπηρεσιών, την ποιότητα της υπηρεσίας, τη σημασία των εργαζομένων στις επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών για το αποτελεσματικό μάρκετινγκ της υπηρεσίας, όπως επίσης και θέματα που σχετίζονται με τις διαδικασίες (operations) παραγωγής της υπηρεσίας, την ανάπτυξη νέων υπηρεσιών, την επικοινωνία, τη διανομή και την τιμολόγηση των υπηρεσιών, τη δημιουργία και διαχείριση σχέσεων με πελάτες και τη διεθνοποίηση των εταιριών παροχής υπηρεσιών.
- **Περιεχόμενα του μαθήματος:** Βασικά χαρακτηριστικά των υπηρεσιών, συμπεριφορά καταναλωτή στο χώρο των υπηρεσιών, ποιότητα υπηρεσιών και εξυπηρέτηση πελάτη, ανάπτυξη σχέσεων με πελάτες: στιγμές της αλήθειας και χειρισμός παραπόνων, διοίκηση σχέσεων με πελάτες, στρατηγικός σχεδιασμός και εργαζόμενοι στο Μάρκετινγκ των Υπηρεσιών, εργαζόμενοι και προσανατολισμός στην εσωτερική αγορά, διαχείριση των υλικών στοιχείων - Servicescapes , δημιουργία και παροχή της υπηρεσίας, διανομή στις υπηρεσίες, διοίκηση επωνυμίας στις υπηρεσίες, επικοινωνία στις υπηρεσίες, τιμολόγηση στις υπηρεσίες, B2B παροχή υπηρεσιών, επαγγελματικές υπηρεσίες, διεθνοποίηση της επιχείρησης παροχής υπηρεσιών.

Μάρκετινγκ Λιανικού και Χονδρικού Εμπορίου

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 5657
- **Τύπος του μαθήματος:** Υποχρεωτικό κατεύθυνσης Μάρκετινγκ

- **Εξάμηνο μαθήματος:** 7ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS
- **Αποστολή του μαθήματος:** Σκοπός του μαθήματος είναι να εμπεδώσει τη θεωρία και την πρακτική του μάρκετινγκ στον χώρο του εμπορίου.
- **Περιεχόμενα του μαθήματος:** Τα περιεχόμενα του μαθήματος περιλαμβάνουν τα εξής θέματα: Το περιβάλλον του εμπορίου. Το εμπόριο στην Ελλάδα και διεθνώς. Η σημασία και οι λειτουργίες του εμπορίου στην οικονομία. Τύποι επιχειρήσεων λιανικού και χονδρικού εμπορίου. Το μείγμα μάρκετινγκ στις εμπορικές επιχειρήσεις. Διοίκηση συλλογής εμπορευμάτων. Πολιτική τιμών για εμπορικές επιχειρήσεις. Η επικοινωνιακή πολιτική του εμπορίου. Επιλογή εμπορικής τοποθεσίας και εγκατάστασης καταστήματος. Διαχείριση χώρου και εκθεσιακής δυναμικότητας εμπορικών επιχειρήσεων. Ατμόσφαιρα καταστήματος. Εξυπηρέτηση πελατών. Ειδικά θέματα μάρκετινγκ εμπορικών επιχειρήσεων.

Διαπολιτισμική Επικοινωνία

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 5718
- **Τύπος του μαθήματος:** Υποχρεωτικό κατεύθυνσης Επιχειρησιακής Επικοινωνίας και Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 7ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS
- **Αποστολή του μαθήματος:** Σκοπός του μαθήματος είναι η μελέτη της επικοινωνίας στον εργασιακό χώρο μεταξύ ανθρώπων από διαφορετικά πολιτισμικά υπόβαθρα. Συγκεκριμένα, στόχος του μαθήματος είναι να εμπεδώσουν οι φοιτητές τα βασικά θέματα που εμπλέκονται στη διαπολιτισμική επικοινωνία στον εργασιακό χώρο και τα οποία είναι: Έννοιες και θεωρίες διαπολιτισμικής επικοινωνίας. Διαπροσωπική επικοινωνία και σχέσεις μεταξύ πολιτιστικά διαφορετικών ατόμων. Ρόλος των πολιτιστικών στοιχείων (πιστεύω, αξιών, κανόνων) και επίδρασή τους στη λεκτική και εξωλεκτική συμπεριφορά. Εμπόδια στην ανάπτυξη της διαπολιτισμικής επικοινωνίας και δεξιότητας. Διεθνής επικοινωνία στον χώρο των επιχειρήσεων. Διαχείριση πολυμορφίας στον εργασιακό χώρο.
- **Περιεχόμενα του μαθήματος:** Εκτός της διδασκαλίας η άλλη σημαντική συνιστώσα του μαθήματος είναι η ομαδική εργασία από τους φοιτητές σε θέματα διαπολιτισμικής επικοινωνίας με αφορμή πρακτικά θέματα διαπολιτισμικής επικοινωνίας στο χώρο εργασίας ανά τον κόσμο. Η εργασία παρουσιάζεται σε δύο φάσεις. Στη πρώτη φάση (4^η εβδομάδα του μαθήματος) παρουσιάζεται το περίγραμμα της εργασίας και κρίνεται η καταλληλότητα του θέματος. Στη δεύτερη φάση (2 τελευταίες εβδομάδες του μαθήματος) παρουσιάζεται η τελική εργασία και δίνεται το γραπτό κείμενο.

Επικοινωνία στην Πράξη

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 5723
- **Τύπος του μαθήματος:** Υποχρεωτικό κατεύθυνσης Επιχειρησιακής Επικοινωνίας και Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 7ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS
- **Αποστολή του μαθήματος:** Σκοπός του μαθήματος είναι η ανάπτυξη δεξιοτήτων αποτελεσματικής χρήσης της επικοινωνίας, με την παρουσίαση των σημαντικότερων διαστάσεων της πρακτικής επικοινωνίας στο επιχειρηματικό περιβάλλον. Στο πρώτο σκέλος, επιδιώκεται να γίνουν αντιληπτές, οι διαστάσεις, το περιεχόμενο και οι απαιτούμενες δεξιότητες της πειστικής επικοινωνίας είτε στα άτομα είτε στις επιχειρήσεις και τους οργανισμούς. Στο δεύτερο σκέλος, εξερευνάται ο κόσμος της οργανωσιακής επικοινωνίας, με ανάλυση τόσο των κλασικών όσο και των σύγχρονων προσεγγίσεων.
- **Περιεχόμενα του μαθήματος:** Το περιεχόμενο του μαθήματος περιλαμβάνει τις εξής θεματικές ενότητες: Η έννοια της πειθούς & στρατηγικές πειστικής επικοινωνίας, ιδρυτικές προσεγγίσεις και πρακτικές της Οργανωσιακής Επικοινωνίας (κλασική, προσεγγίσεις ανθρωπίνων σχέσεων και ανθρωπίνων πόρων), σύγχρονες προσεγγίσεις και μελέτη της Οργανωσιακής Επικοινωνίας (συστημική, πολιτισμική και ριζοσπαστική).

Διοίκηση Ποιότητας και Αλλαγών

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 5415
- **Τύπος του μαθήματος:** Επιλογής Κατευθύνσεων Μάρκετινγκ και Επιχειρησιακής Επικοινωνίας & Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού.
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 7^ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS
- **Αποστολή του μαθήματος:** Οι οργανισμοί λειτουργούν, αναπτύσσονται και καλούνται να επιβιώσουν μέσα σε ένα περιβάλλον που συνεχώς αλλάζει και εξελίσσεται. Συνεπώς βασική προϋπόθεση επιβίωσης είναι η παρακολούθηση και προσαρμογή στις εξελίξεις και στις αλλαγές του εξωτερικού περιβάλλοντος και η αποτελεσματική διοίκηση των ανθρώπων αφού το ανθρώπινο δυναμικό είναι ο βασικότερος παράγοντας επιτυχίας ενός οργανισμού. Τα επιτυχημένα στελέχη είναι υποχρεωμένα να παρακολουθούν αυτές τις εξελίξεις και να τις παίρνουν σοβαρά υπόψη τους στην άσκηση της διοίκησης. Σκοπός του μαθήματος είναι η ανάλυση αποτελεσματικών τρόπων προσαρμογής σε αλλαγές που όλοι οι οργανισμοί σε μεγαλύτερο ή μικρό-

τερο βαθμό καλούνται να αντιμετωπίσουν ώστε να επιβιώσουν. Η επιτυχής διεξαγωγή του μαθήματος βασίζεται τόσο στην παρουσίαση των βασικών αρχών διοίκησης ποιότητας αλλαγών με έμφαση τον ανθρώπινο παράγοντα όσο και στην ανάλυση πρακτικών παραδειγμάτων με σκοπό την ενσωμάτωση της θεωρίας στην πράξη και την βελτίωση των υφιστάμενων πρακτικών.

- **Περιεχόμενα του μαθήματος:** 1. Εισαγωγή στη διοίκηση αλλαγών – βασικά μοντέλα στη διοίκηση αλλαγών: στην ενότητα αυτή παρουσιάζονται οι κυριότεροι λόγοι αποτυχίας προγραμμάτων αλλαγής και τα βασικότερα θεωρητικά μοντέλα. 2. Διοίκηση ανθρώπινου δυναμικού και διοίκηση αλλαγών - Επιλέγοντας τους φορείς αλλαγής: εξετάζεται και αναλύεται σε βάθος η σχέση μεταξύ της διοίκησης αλλαγών και της ΔΑΔ. Έμφαση δίνεται στα ζητήματα της επιλογής των φορέων αλλαγής και στην δημιουργία ομάδων. 3. Αλλαγή κουλτούρας: η οργανωσιακή κουλτούρα αποτελεί βασικό παράγοντα επιτυχίας ή αποτυχίας μιας αλλαγής. Μπορεί να αλλάξει και αν ναι με ποιο τρόπο; Η συμβατότητα της οργανωσιακής κουλτούρας στις συγχωνεύσεις και στις εξαγορές. 4. Αντίσταση κατά της αλλαγής: ποιες είναι οι αιτίες και τα συμπτώματα της αντίστασης κατά της αλλαγής και πως αντιμετωπίζεται; Εξετάζεται ακόμα ο ρόλος των ατομικών διαφορών στην εκδήλωση τέτοιων αντιδράσεων. 5. Επικοινωνία και οργανωσιακή αλλαγή: ο ρόλος της επικοινωνίας και πως σχεδιάζονται τα επικοινωνιακά πλάνα. 6. Άγχος και αλλαγή: οι αλλαγές προκαλούν τεράστιο άγχος στους εργαζόμενους. Ποιες είναι οι αιτίες και πως το διαχειριζόμαστε; 7. Εισαγωγή στη διοίκηση ποιότητας: παρουσιάζονται οι βασικότερες έννοιες και μοντέλα. 8. Υλοποίηση προγραμμάτων ποιότητας: εξετάζεται ο τρόπος υλοποίησης προγραμμάτων ποιότητας - παρουσίαση εταιρειών με επιτυχημένα προγράμματα.

Ηγεσία και Ανάπτυξη Προσωπικών Δεξιοτήτων

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 5428
- **Τύπος του μαθήματος:** Επιλογής κατευθύνσεων Μάρκετινγκ και Επιχειρησιακής Επικοινωνίας και Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 7ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS
- **Αποστολή του μαθήματος:** Σκοπός του μαθήματος είναι να βοηθήσει τους φοιτητές να κατανοήσουν τη σημασία που έχουν οι προσωπικές ικανότητες για ένα επιτυχημένο διοικητικό στέλεχος στη σύγχρονη επιχείρηση. Στο πλαίσιο αυτό το μάθημα αποσκοπεί να βοηθήσει τους συμμετέχοντες τόσο να αναλύσουν και να καταγράψουν τις προσωπικές τους ικανότητες, όσο και να τις βελτιώσουν, όσο αυτό είναι δυνατό, μέσα σ' ένα ασφαλές περιβάλλον. Μετά το πέρας του μαθήματος, οι φοιτητές/ριες θα είναι σε θέση να έχουν μια πλήρη και σφαιρική γνώση των βασικών

διοικητικών ικανοτήτων. Ειδικότερα, οι στόχοι του μαθήματος είναι: Η αυτοαξιολόγηση των διοικητικών ικανοτήτων των συμμετεχόντων. Η εφαρμογή των ικανοτήτων στο διοικητικό έργο. Η χρήση των ικανοτήτων στη διαδικασία εξεύρεσης εργασίας.

- **Περιεχόμενα του μαθήματος:** Το περιεχόμενο του μαθήματος περιλαμβάνει τις παρακάτω βασικές θεματικές ενότητες: Σημασία των διοικητικών ικανοτήτων, στοιχεία προσωπικότητας, αποτελεσματική επικοινωνία, δυναμική ομάδων, ενδυνάμωση και ανάθεση, συναισθηματική νοημοσύνη, ανάπτυξη καριέρας.

Προώθηση Πωλήσεων και Άμεσο Μάρκετινγκ

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 5667
- **Τύπος του μαθήματος:** Επιλογής κατευθύνσεων Μάρκετινγκ και Επιχειρησιακής Επικοινωνίας και Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 7ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS
- **Αποστολή του μαθήματος:** Σκοπός του μαθήματος είναι η ανάλυση δύο σημαντικών στοιχείων του μείγματος προβολής και συγκεκριμένα της Προώθησης Πωλήσεων και του Άμεσου Μάρκετινγκ. Σε αντίθεση με άλλα στοιχεία του μείγματος προβολής (π.χ. διαφήμιση), των οποίων η αποτελεσματικότητα μπορεί να μετρηθεί, κατά κανόνα, μακροπρόθεσμα, οι ενέργειες προώθησης πωλήσεων και άμεσου μάρκετινγκ σχεδιάζονται κατά τρόπον ώστε να είναι δυνατή η μέτρηση της αποτελεσματικότητάς τους εντός πολύ σύντομου χρονικού διαστήματος από την εφαρμογή τους. Κατά τη διάρκεια των διαλέξεων οι φοιτητές έχουν την ευκαιρία να εμβαθύνουν στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των δύο ανωτέρω στοιχείων και να κατανοήσουν τις σχετικές θεωρητικές και πρακτικές προεκτάσεις.
- **Περιεχόμενα του μαθήματος:** Άμεσο Μάρκετινγκ: γενικές αρχές, στρατηγικός σχεδιασμός, δημιουργική στρατηγική, εναλλακτικά μέσα άμεσου μάρκετινγκ (ταχυδρομείο, ημερήσιος-περιοδικός τύπος, τηλεόραση, τηλέφωνο, διαδίκτυο), Προώθηση Πωλήσεων: γενικές αρχές, εναλλακτικές μέθοδοι προώθησης πωλήσεων προς τον τελικό καταναλωτή (Retail Promotions), γενικές καταστάσεις που οδηγούν στην εφαρμογή προωθητικών ενεργειών προς τον τελικό καταναλωτή, σχεδιασμός, υλοποίηση και μέτρηση αποτελεσματικότητας προωθητικών ενεργειών προς τον τελικό καταναλωτή, προωθητικές ενέργειες προς τους λιανέμπορους (Trade Promotions), συμπεριλαμβανομένων τόσο των εμπορικών όσο και των καταναλωτικών ασφαλίσεων.

Σχεδιασμός Δημιουργικού και Διαφημιστικών Μηνυμάτων

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 5677
- **Τύπος του μαθήματος:** Επιλογής κατευθύνσεων Μάρκετινγκ και Επιχειρησιακής Επικοινωνίας και Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 7ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS
- **Αποστολή του μαθήματος:** Οι κύριοι σκοποί τού μαθήματος είναι δύο. Ο πρώτος σκοπός είναι να παρουσιάσει τις έννοιες της δημιουργικότητας και της καινοτομίας με ιδιαίτερη εφαρμογή στο χώρο της διαφήμισης και να εξασκήσει τους σπουδαστές στην ανάπτυξη της δημιουργικής σκέψης μέσω παιχνιδιών και επίλυσης προβλημάτων κύρια εφαρμοζόμενων στο πλαίσιο της εμπορικής επικοινωνίας. Ο δεύτερος σκοπός του μαθήματος είναι να προσομοιώσει το πραγματικό περιβάλλον ανάπτυξης διαφημιστικών μηνυμάτων και να βοηθήσει στην ανάπτυξη δεξιοτήτων των συμμετεχόντων φοιτητών μέσω της πρακτικής άσκησης τους σε ομάδες οι οποίες σε συνεργασία με επιχειρήσεις του κλάδου της εμπορικής επικοινωνίας (π.χ. διαφημιστικές) θα υλοποιήσουν ένα έργο σχεδιασμού, ανάπτυξης και παρουσίασης της αρχικής ιδέας ενός διαφημιστικού μηνύματος.
- **Περιεχόμενα του μαθήματος:** Το περιεχόμενο του μαθήματος εκτείνεται σε πέντε κύριες θεματικές ενότητες: 1) Βασικές έννοιες και ορισμοί σχετικά με τη δημιουργικότητα και την καινοτομία με εστίαση στον κλάδο της επικοινωνίας και ειδικότερα της διαφήμισης, 2) τα βασικά χαρακτηριστικά των δημιουργικών ατόμων, παραδείγματα μεγάλων δημιουργών, 3) κατηγορίες και είδη δημιουργικών έργων, παραδείγματα από την διαφήμιση, 4) σύντομη αναφορά στην ιστορία της δημιουργικότητας στη διαφήμιση, 5) στρατηγική, διαδικασίες και τεχνικές για την ανάπτυξη δημιουργικών μηνυμάτων.

Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας και Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 5716
- **Τύπος του μαθήματος:** Επιλογής κατευθύνσεων Μάρκετινγκ και Επιχειρησιακής Επικοινωνίας και Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 7ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS
- **Αποστολή του μαθήματος:** Ανάλυση των οικονομικών διαστάσεων των μέσων μαζικής επικοινωνίας (ΜΜΕ) και της επιχειρηματικής λειτουργίας τους στη σύγχρονη ελληνική και διεθνή πραγματικότητα.

- **Περιεχόμενα του μαθήματος:** Το περιεχόμενο του μαθήματος εξετάζει τον ρόλο των ΜΜΕ, λειτουργώντας μέσα στο «Τρίγωνο της Δημοκρατικής Αλληλεξάρτησης» (Κοινωνία πολιτών – Πολιτικές Αρχές – Επιχειρήσεις). Συγκεκριμένα: εξέλιξη και επίδραση των μέσων μαζικής επικοινωνίας. Οργάνωση, οικονομική διάρθρωση, προβλήματα και προοπτικές των κλασικών ΜΜΕ στην Ελλάδα και διεθνώς (εφημερίδες, περιοδικά, βιβλίο, ραδιόφωνο, τηλεόραση, δισκογραφία, κινηματογράφος). Διαδίκτυο και Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης: δυναμική και αλληλεπίδραση με το «Τρίγωνο της Δημοκρατικής Αλληλεξάρτησης».

Θέματα Επιχειρησιακής Πολιτικής και Στρατηγικής

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 2812
- **Τύπος του μαθήματος:** Επιλογής κατευθύνσεων Μάρκετινγκ και Επιχειρησιακής Επικοινωνίας και Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 7ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS
- **Αποστολή του μαθήματος:** Το μάθημα φιλοδοξεί να δώσει στους φοιτητές που θα το παρακολουθήσουν θεωρητική και πρακτική γνώση σε μία σειρά επίκαιρων θεμάτων στρατηγικής.

Περιεχόμενα του μαθήματος: Το μάθημα θα προσπαθήσει να προσεγγίσει μία πληθώρα στρατηγικών θεμάτων που απασχολούν κάθε επιχείρηση. Ενδεικτικά θα αναπτύξουμε: Νεότερες απόψεις για τη Στρατηγική (π.χ. τι δημιουργήθηκε μετά τον Michael Porter;). Γιατί ακόμα και οι πιο αξιοθαύμαστες επιχειρήσεις και τα πιο ικανά στελέχη συχνά λαμβάνουν καταστροφικές αποφάσεις στρατηγικής; Διαχείριση στρατηγικών αλλαγών, πως μπορεί μία επιχείρηση να καινοτομήσει στρατηγικά; Πως μπορεί μία επιχείρηση να γίνει ένας δημιουργικός μιμητής; Ποια η διαδικασία; Ποια τα προβλήματα; Εταιρική διακυβέρνηση και στρατηγική. Κλαδικές συναθροίσεις (industry clusters): πως δημιουργούνται οι μηχανισμοί αυτοί ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας αλλά και της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων που εντάσσονται σε αυτές; Κλάδος των συμβούλων επιχειρήσεων (management consulting industry): ποια είναι τα χαρακτηριστικά του και πως τμηματοποιείται; Συμπράξεις δημοσίου – ιδιωτικού τομέα (public – private partnerships). Διαχείριση εταιρικής φήμης (reputation management). Διαχείριση επιχειρησιακών διαδικασιών (process management).

Στρατηγικό Μάρκετινγκ

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 5628
- **Τύπος του μαθήματος:** Υποχρεωτικό Κορμού
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 8ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS
- **Αποστολή του μαθήματος:** Σκοπός του μαθήματος είναι η ανάπτυξη μιας ολοκληρωμένης άποψης γύρω από τις στρατηγικές έννοιες του μάρκετινγκ. Στο πλαίσιο του μαθήματος αναλύεται η σημασία του στρατηγικού προγραμματισμού μάρκετινγκ και εξετάζονται σε βάθος οι στρατηγικές αποφάσεις της τμηματοποίησης και στόχευσης της αγοράς και της «τοποθέτησης» του προϊόντος, καθώς και οι επιμέρους στρατηγικές μάρκετινγκ στα διάφορα στάδια του κύκλου ζωής του προϊόντος. Ειδική έμφαση δίνεται στη διαδικασία κατάρτισης ενός αποτελεσματικού πλάνου μάρκετινγκ (marketing plan). Γίνεται χρήση προσομοιώσεων (μέσω ειδικού λογισμικού) για ανάπτυξη ικανότητας ανάλυσης συγκεκριμένων αγορών, σχεδίασης και υλοποίησης στρατηγικών μάρκετινγκ σε ένα δυναμικό και ανταγωνιστικό περιβάλλον.
- **Περιεχόμενα του μαθήματος:** Το περιεχόμενο του μαθήματος περιλαμβάνει τις ακόλουθες θεματικές ενότητες: Εισαγωγή - βασικές έννοιες στρατηγικού προγραμματισμού μάρκετινγκ, ανάλυση εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος, αξιολόγηση προϊόντικού χαρτοφυλακίου, ανάλυση S.W.O.T., επιλογή αγορών-στόχων, στόχοι και στρατηγική μάρκετινγκ, σχέδιο δράσης, παρακολούθηση και έλεγχος προγράμματος μάρκετινγκ.

Διεθνές και Εξαγωγικό Μάρκετινγκ

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 5638
- **Τύπος του μαθήματος:** Υποχρεωτικό κατεύθυνσης Μάρκετινγκ
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 8ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS
- **Αποστολή του μαθήματος:** Σκοπός του μαθήματος είναι να κατανοήσουν οι φοιτητές τις ιδιαιτερότητες και τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις όταν δραστηριοποιούνται στις διεθνείς αγορές, τις τεχνικές ανάλυσης του διεθνούς περιβάλλοντος, τη σημασία συλλογής πληροφοριών και βασικών πηγών δεδομένων για τις διεθνείς αγορές, τον τρόπο επιλογής, εισόδου και τμηματοποίησης των διεθνών αγορών και τον σχεδιασμό μιας διεθνούς στρατηγικής μάρκετινγκ.
- **Περιεχόμενα του μαθήματος:** Το περιεχόμενο του μαθήματος περιλαμβάνει, μεταξύ άλλων, παγκοσμιοποίηση, διαδικασία διεθνοποίησης, διεθνές περιβάλλον μάρκετινγκ, τμηματοποίηση διεθνών αγορών, επιλογή διεθνών αγορών, έρευνα για δι-

εθνείς αγορές, τρόποι εισόδου στις διεθνείς αγορές, πολιτική προϊόντος για διεθνείς αγορές, στρατηγικές τιμολόγησης για διεθνείς αγορές, στρατηγικές προβολής στις διεθνείς αγορές, στρατηγικές διεθνών καναλιών διανομής.

Μάρκετινγκ Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 5668
- **Τύπος του μαθήματος:** Υποχρεωτικό κατεύθυνσης Μάρκετινγκ
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 8ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS
- **Αποστολή του μαθήματος:** Σκοπός του μαθήματος είναι η εξοικείωση των φοιτητών με θέματα Μάρκετινγκ στον, εξαιρετικής σημασίας για την Ελλάδα, κλάδο των αγροτικών προϊόντων και τροφίμων. Μέσω διαλέξεων, μελετών περιπτώσεων και οπτικοακουστικού υλικού, οι φοιτητές έχουν την ευκαιρία να εμβαθύνουν σε θέματα πολιτικής προϊόντος, προβολής, διανομής και τιμολόγησης προϊόντων στον εν λόγω κλάδο.
- **Περιεχόμενα του μαθήματος:** Βασικά χαρακτηριστικά αγροτικών προϊόντων. Αγορές commodity και προστιθέμενης αξίας. Αγροτικά προϊόντα και εικόνα λιανεμπορικού καταστήματος. Δημογραφικές, κοινωνικές και οικονομικές επιδράσεις στο μάρκετινγκ των αγροτικών προϊόντων και τροφίμων. Κοινωνία & μάρκετινγκ αγροτικών προϊόντων/τροφίμων. Μείγμα μάρκετινγκ αγροτικών προϊόντων/τροφίμων. Branding στις αγορές αγροτικών προϊόντων/τροφίμων. Σχέσεις λιανεμπορίου-παραγωγών τροφίμων. Φυσική διανομή. Διαδικασία τυποποίησης. Ανάλυση συγκεκριμένων υπό-κλάδων (π.χ. γαλακτοκομικά, ελαιόλαδο, οίνος, αλιεία, υπηρεσίες catering, καπνός).

Διαπραγματεύσεις και Επίλυση Διαφωνιών

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 5728
- **Τύπος του μαθήματος:** Υποχρεωτικό κατεύθυνσης Επιχειρησιακής Επικοινωνίας και Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 8ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS
- **Αποστολή του μαθήματος:** Οι διαπραγματευτικές δεξιότητες είναι απαραίτητες σε κάθε περίπτωση συλλογικής λήψης αποφάσεων και απόκλισης συμφερόντων. Η αποτελεσματική διαπραγμάτευση συνίσταται στην μεγιστοποίηση της «αξίας» - και όχι απλά στην επίτευξη μιας κοινά αποδεκτής συμφωνίας. Το μάθημα εξετάζει τη φύση και τις στρατηγικές διαπραγμάτευσης και επίλυσης διαφωνιών με ιδιαίτερη έμφαση στις διαπραγματεύσεις στο πλαίσιο των επιχειρήσεων. Στόχος του μαθήμα-

τος είναι η κατανόηση των παραγόντων που επηρεάζουν τη διαδικασία και το αποτέλεσμα της διαπραγμάτευσης και η ανάπτυξη σχετικών δεξιοτήτων. Συγκεκριμένα, με την ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές θα πρέπει: να κατανοούν τη φύση της διαπροσωπικής και διομαδικής σύγκρουσης, να αναγνωρίζουν χαρακτηριστικά μιας κατάστασης διαπραγμάτευσης, να κατανοούν τις απαιτήσεις αυτής της διαδικασίας, να κατανοούν τους παράγοντες που επηρεάζουν το αποτέλεσμα της, να γνωρίζουν πώς να αναλύουν και να σχεδιάζουν μια διαπραγμάτευση, να διεκπεραιώνουν επιτυχημένες διαπραγματεύσεις.

- **Περιεχόμενα του μαθήματος:** Εισαγωγή, απόκλιση συμφερόντων και κοινωνική σύγκρουση, η φύση της διαπραγμάτευσης: ζητήματα, επιλογές και αποτελέσματα, η συμπεριφορική προσέγγιση στη μελέτη της διαπραγμάτευσης, παιχνίδια μεικτών κινήτρων. Στρατηγικές και τακτικές διαπραγμάτευσης: συνεργασία και ανταγωνισμός, το μοντέλο διπλού ενδιαφέροντος (dual-concern model), επιλογή στρατηγικής, προετοιμασία και σχεδιασμός της διαπραγμάτευσης. Τακτικές επιμεριστικής διαπραγμάτευσης. Τακτικές ενοποιητικής διαπραγμάτευσης. Γνωστικές διαδικασίες και γνωστικά σφάλματα στη διαπραγμάτευση: απατηλή σύγκρουση, η υπόθεση της «αμετάβλητης πίττας», αντιδραστική υποτίμηση, ακαμψία σκέψης, αγκίστρωση και προσαρμογή, ο ρόλος του πλαισίου κ.λπ. Ο ρόλος της επικοινωνίας στη διαπραγμάτευση. Οι σχέσεις ανάμεσα στα διαπραγματευόμενα μέρη: ισχύς, εμπιστοσύνη, θετικότητα. Διαπραγμάτευση μέσω αντιπροσώπων. Πολυμερής και διομαδική διαπραγμάτευση. Μεσολάβηση: το μοντέλο πιθανότητας-ενδιαφέροντος (concern-likelihood model). Διαιτησία. Διαπραγμάτευση σε διεθνές επίπεδο και ο ρόλος των πολιτισμικών παραγόντων. Η ηθική της διαπραγμάτευσης.

Εταιρική Επικοινωνιακή Στρατηγική

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 5738
- **Τύπος του μαθήματος:** Υποχρεωτικό κατεύθυνσης Επιχειρησιακής Επικοινωνίας και Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 8ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS
- **Αποστολή του μαθήματος:** Ο ρόλος της επικοινωνιακής στρατηγικής είναι να κάνει σαφείς τις σχέσεις μεταξύ των «πληροφοριών», να εξετάσει τις αλληλεξαρτήσεις και να δώσει το πλαίσιο για την καλύτερη και πληρέστερη κατανόηση των στοιχείων που συνθέτουν την επιχειρησιακή πραγματικότητα. Στόχος του μαθήματος είναι να βοηθήσει τους σπουδαστές να συνειδητοποιήσουν την πολυπλοκότητα και τους μηχανισμούς που διέπουν τη διαδικασία της επικοινωνίας μέσα στο επιχειρησιακό περιβάλλον και να αναπτύξει την ικανότητά τους στο σχεδιασμό και χειρισμό θεμάτων επικοινωνιακής στρατηγικής στην επιχείρηση.

- **Περιεχόμενα του μαθήματος:** Το περιεχόμενο του μαθήματος περιλαμβάνει τις κατώτερες βασικές θεματικές ενότητες: Ο ρόλος της επικοινωνίας στην επιχειρησιακή στρατηγική, οργανωσιακή δομή και πληροφορία, επικοινωνία μέσα στην επιχείρηση, εταιρική ταυτότητα και εταιρική εικόνα, κουλτούρα, επικοινωνία και εταιρικές ιστορίες, επικοινωνιακή στρατηγική, επικοινωνιακός σχεδιασμός για τον «εσωτερικό πελάτη» - internal marketing, αξιολόγηση της επιχειρησιακής επικοινωνίας – επικοινωνιακός έλεγχος, ανάλυση της επικοινωνίας σε περιόδους αλλαγής.

Εμπορικό και Εταιρικό Δίκαιο

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 7112
- **Τύπος του μαθήματος:** Υποχρεωτικό κατεύθυνσης Επιχειρησιακής Επικοινωνίας και Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 8ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS

Η ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΟΥ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ ΘΑ ΑΝΑΚΟΙΝΩΘΕΙ ΣΥΝΤΟΜΑ

Τουριστικό Μάρκετινγκ

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 5658
- **Τύπος του μαθήματος:** Επιλογής κατευθύνσεων Μάρκετινγκ και Επιχειρησιακής Επικοινωνίας και Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 8ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS
- **Αποστολή του μαθήματος:** Σκοπός του μαθήματος είναι οι φοιτητές να εξοικειωθούν με έννοιες όπως ο ρόλος του τουρισμού στην ανάπτυξη της οικονομίας, τμηματοποίηση της τουριστικής αγοράς, στρατηγικές ανάπτυξης του τουριστικού προϊόντος, στρατηγική τοποθέτηση του τουριστικού προϊόντος, τιμολόγηση του τουριστικού προϊόντος, προβολή του τουριστικού προϊόντος, και διανομή του τουριστικού προϊόντος.
- **Περιεχόμενα του μαθήματος:** Οι ιδιαιτερότητες του τουριστικού μάρκετινγκ, η πολυπλοκότητα της τουριστικής βιομηχανίας, έρευνα αγοράς στον τουρισμό, στρατηγικός σχεδιασμός και προγραμματισμός στο τουριστικό μάρκετινγκ, η τουριστική αγορά, τμηματοποίηση της τουριστικής αγοράς, στρατηγική τοποθέτηση, το ανθρώπινο δυναμικό - οι εργαζόμενοι και ο ρόλος τους στην τουριστική βιομηχανία, δημιουργία και διοίκηση της πιστότητας, εναλλακτικές μορφές τουρισμού, τουριστικό προϊόν, τιμολόγηση τουριστικού προϊόντος, διανομή στον τουρισμό, προβολή τουριστικού προϊόντος.

Μάρκετινγκ μη Κερδοσκοπικών Οργανισμών

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 5678
- **Τύπος του μαθήματος:** Επιλογής κατευθύνσεων Μάρκετινγκ και Επιχειρησιακής Επικοινωνίας και Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 8ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS
- **Αποστολή του μαθήματος:** Σκοπός του μαθήματος είναι να εμπεδώσουν οι φοιτητές τις βασικές έννοιες του μάρκετινγκ στους μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς, όπως η τμηματοποίηση, στόχευση, τοποθέτηση και το πλάνο του μάρκετινγκ. Ειδική αναφορά γίνεται στον εθελοντισμό, την προσέλκυση πόρων (fundraising), το cause-related marketing, καθώς και στο κοινωνικό μάρκετινγκ (social marketing) και το μάρκετινγκ μουσείων και χώρων πολιτισμού (π.χ. αρχαιολογικοί χώροι).
- **Περιεχόμενα του μαθήματος:** Το περιεχόμενο του μαθήματος περιλαμβάνει τρεις βασικές θεματικές ενότητες: Εισαγωγή - βασικές έννοιες: κατηγοριοποίηση μη κερδοσκοπικών οργανισμών, τμηματοποίηση, στόχευση, τοποθέτηση (positioning) μη κερδοσκοπικών οργανισμών, marketing plan. Γενικά θέματα μάρκετινγκ μη κερδοσκοπικών οργανισμών: εθελοντισμός, προσέλκυση πόρων (Fundraising), cause-related marketing. Ειδικά θέματα μάρκετινγκ μη κερδοσκοπικών οργανισμών: κοινωνικό μάρκετινγκ, μάρκετινγκ πολιτιστικής κληρονομιάς (π.χ. αρχαιολογικοί χώροι, μουσεία).

Μοντέλα Αποφάσεων Μάρκετινγκ

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 5688
- **Τύπος του μαθήματος:** Επιλογής κατευθύνσεων Μάρκετινγκ και Επιχειρησιακής Επικοινωνίας και Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 8ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS
- **Αποστολή του μαθήματος:** Σκοπός του μαθήματος είναι η παρουσίαση και ανάλυση ποσοτικών μοντέλων που εφαρμόζονται για την ερμηνεία προβλημάτων και τη λήψη αποφάσεων στο μάρκετινγκ.
- **Περιεχόμενα του μαθήματος:** Τα περιεχόμενα του μαθήματος περιλαμβάνουν τα ακόλουθα θέματα: Οι αιτίες της ραγδαίας ανάπτυξης των μοντέλων και η γενίκευση της χρήσης τους. Αρχές σχεδιασμού και εμπειρικής εφαρμογής μοντέλων μάρκετινγκ. Η εφαρμογή των μοντέλων στην λήψη αποφάσεων και η πρακτική τους αξιοποίηση. Τα οφέλη από την χρήση υποδειγμάτων. Εντοπισμός και διαχείριση εμπειρικών δεδομένων για εφαρμογή μοντέλων μάρκετινγκ. Οι νέες τεχνολογίες συλλο-

γής και ανάλυσης δεδομένων στο μάρκετινγκ. Υποδείγματα ατομικής επιλογής. Υποδείγματα ανταπόκρισης αγοράς. Εφαρμοσμένη ανάλυση ζήτησης. Αναλυτικές μέθοδοι κατάτμησης αγοράς και τοποθέτησης προϊόντος. Μοντέλα για σχεδιασμό βέλτιστων προϊόντων και υπηρεσιών. Υποδείγματα για αποφάσεις διαφήμισης και επικοινωνίας. Υποδείγματα για αποφάσεις διανομής. Υποδείγματα για διοίκηση σημείων λιανικής πώλησης. Υποδείγματα προώθησης πωλήσεων και πολιτικής τιμών. Πρακτικά ζητήματα εφαρμογής.

Ειδικά Θέματα Εταιρικής Επικοινωνίας

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 5758
- **Τύπος του μαθήματος:** Επιλογής κατευθύνσεων Μάρκετινγκ και Επιχειρησιακής Επικοινωνίας και Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 8ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS
- **Αποστολή του μαθήματος:** Σκοπός του μαθήματος είναι η ανάπτυξη σημαντικών εξειδικευμένων εννοιών και τεχνικών της Εταιρικής Επικοινωνίας των οργανισμών. Πιο συγκεκριμένα οι στόχοι του μαθήματος είναι: α) Να γίνουν κατανοητές στην πράξη, βασικές έννοιες αναγκαίες στην εταιρική επικοινωνία (οπτική επικοινωνία, διήγηση ιστοριών, βιώσιμη εταιρική ιστορία, εταιρική οπτική ταυτότητα, δημοσιότητα) και β) Να αποκτήσουν οι φοιτητές τις σημαντικές δεξιότητες που είναι απαιτούμενες στον κλάδο της εταιρικής επικοινωνίας (συγγραφή και διήγηση εταιρικών ιστοριών, χρήση εργαλείων δημοσιότητας και ανάπτυξης σχέσεων με ομάδες κοινού).
- **Περιεχόμενα του μαθήματος:** Το περιεχόμενο του μαθήματος περιλαμβάνει τις εξής θεματικές ενότητες: αφηγηματική έναντι λογικής τεχνικής παρουσίασης πληροφοριών, οπτική επικοινωνία: έννοια, αρχές, στρατηγικές, παραδείγματα, αφηγηματική τεχνική: έννοια, αρχές, συστατικά στοιχεία μιας ιστορίας, διήγηση ιστοριών με εικόνες, βιώσιμη εταιρική ιστορία, σύγχρονη αφήγηση στο διαδίκτυο, παρακολούθηση και αποτύπωση της εταιρικής εικόνας στα κοινωνικά δίκτυα, σχέσεις με MME - εργαλεία δημοσιότητας, εταιρική οπτική ταυτότητα, εκδηλώσεις επικοινωνίας.

Εκπόνηση Εργασίας

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 5000
- **Τύπος του μαθήματος:** Επιλογής κατευθύνσεων Μάρκετινγκ και Επιχειρησιακής Επικοινωνίας και Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 7^ο και 8^ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS
- **Αποστολή του μαθήματος:** Σκοπός του μαθήματος είναι να αποτυπώσουν οι φοιτητές την εργασιακή τους εμπειρία από την πραγματοποιηθείσα πρακτική άσκηση.
- **Περιεχόμενα του μαθήματος:** Δεν υπάρχουν. Η διδασκαλία θα περιλαμβάνει πρακτική άσκηση στο χώρο της επιχείρησης και στη συνέχεια τη συγγραφή μιας σχετικής μελέτης.

Μαθήματα Επιλογής

Αξιολόγηση Επενδυτικών Σχεδίων

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 5325
- **Τύπος του μαθήματος:** Επιλογής
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 7^ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS
- **Αποστολή του μαθήματος:** Σκοπός του μαθήματος είναι να μάθουν οι φοιτητές να αξιολογούν ένα επενδυτικό σχέδιο, δημόσιο ή ιδιωτικό, με την εκπόνηση μιας οικονομοτεχνικής μελέτης.
- **Περιεχόμενα του μαθήματος:** Το περιεχόμενο του μαθήματος περιλαμβάνει πέντε βασικές θεματικές ενότητες: 1. Βασικές έννοιες ενός επενδυτικού σχεδίου. 2. Εκπόνηση οικονομοτεχνικής μελέτης. 3. Μεθοδολογία και κριτήρια αξιολόγησης επενδυτικών σχεδίων. 4. Επενδυτικά κίνητρα. 5. Η μέθοδος κόστους-οφέλους για την αξιολόγηση των δημόσιων επενδυτικών σχεδίων.

Αναλυτική περιγραφή των μαθημάτων επιλογής που προσφέρονται από άλλα τμήματα του πανεπιστημίου υπάρχει στις αντίστοιχες ιστοσελίδες.

Αρχές Πολιτικής Επιστήμης (Δεν Διδάσκεται)

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 1191
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 7^ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS

Το μάθημα προσφέρεται από το τμήμα Οικονομικής Επιστήμης.

Αρχές Κοινωνιολογίας

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 1193
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 7^ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS

Το μάθημα προσφέρεται από το τμήμα Οικονομικής Επιστήμης.

Θεωρία Βιομηχανικής Οργάνωσης και Βιομηχανική Πολιτική (Δεν Διδάσκεται)

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 2305
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 7^ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS

Το μάθημα προσφέρεται από το τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων.

Εφαρμογές Επιχειρηματικής Πληροφορικής

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 2713
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 7^ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS

Το μάθημα προσφέρεται από το τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων.

Συστήματα Στήριξης Αποφάσεων

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 2715
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 7^ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS

Το μάθημα προσφέρεται από το τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων.

Χρονολογικές Σειρές και Προβλέψεις

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 3715
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 7^ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS

Το μάθημα προσφέρεται από το τμήμα Πληροφορικής.

Στατιστική Μάθηση

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 6127
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 7^ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS

Το μάθημα προσφέρεται από το τμήμα Στατιστικής.

Χρηματοοικονομικά της Ναυτιλίας

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 7127
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 7^ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS

Το μάθημα προσφέρεται από το τμήμα Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής.

Ανάλυση και Διαχείριση Χαρτοφυλακίου

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 7135
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 7^ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS

Το μάθημα προσφέρεται από το τμήμα Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής.

Διεθνής Χρηματοοικονομική

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 7137
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 7^ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS

Το μάθημα προσφέρεται από το τμήμα Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής.

Διοίκηση Έργων και Προγραμμάτων

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 8121
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 7^ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS

Το μάθημα προσφέρεται από το τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας.

Μέθοδοι Βελτιστοποίησης στη Διοικητική Επιστήμη

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 8123
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 7^ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS
Το μάθημα προσφέρεται από το τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας.

Ανάλυση και Σχεδιασμός Συστημάτων Διανομής και Μεταφορών

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 8133
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 7^ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS
Το μάθημα προσφέρεται από το τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας.

Επιχειρηματικότητα

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 8154
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 7^ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS
Το μάθημα προσφέρεται από το τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας.

Κλαδική Βιομηχανική Έρευνα (Δεν Διδάσκεται)

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 5326
- **Τύπος του μαθήματος:** Επιλογής
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 8^ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS
- **Αποστολή του μαθήματος:** Σκοπός του μαθήματος είναι να μάθουν οι φοιτητές να μελετούν ένα κλάδο οικονομικής δραστηριότητας.
- **Περιεχόμενα του μαθήματος:** Το περιεχόμενο του μαθήματος περιλαμβάνει εννέα βασικές θεματικές ενότητες: 1. Εισαγωγή. 2. Η ζήτηση των προϊόντων-υπηρεσιών του κλάδου. 3. Η δομή του κλάδου. 4. Εσωτερικό και εξωτερικό εμπόριο. 5. Οικονομικά στοιχεία του κλάδου - επενδύσεις. 6. Το θεσμικό πλαίσιο για τον κλάδο. 7.

Προβλήματα και αδυναμίες του κλάδου. 8. Ο κλάδος στην Ε.Ε. 9. Συμπεράσματα-προοπτικές-προτάσεις.

Ιδιωτικό Δίκαιο Ι

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 1181
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 8^ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS
Το μάθημα προσφέρεται από το τμήμα Οικονομικής Επιστήμης.

Διεθνής Οικονομική

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 1373
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 8^ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS
Το μάθημα προσφέρεται από το τμήμα Οικονομικής Επιστήμης.

Χρήμα και Τραπεζική

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 1441
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 8^ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS
Το μάθημα προσφέρεται από το τμήμα Οικονομικής Επιστήμης.

Θεωρία Οικονομικής Πολιτικής

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 1612
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 8^ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS
Το μάθημα προσφέρεται από το τμήμα Οικονομικής Επιστήμης.

Διοίκηση Απόδοσης (Οικονομική των Επιχειρήσεων ΙΙ)

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 2408
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 8^ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS

Το μάθημα προσφέρεται από το τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων.

Αγγλική Γλώσσα VI – Γαλλική Γλώσσα VI – Γερμανική Γλώσσα VI / Επιχειρησιακή Ορολογία

- **Κωδικοί αριθμοί των μαθημάτων:** 5046, 5056, 5066
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 8^ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS

Τα συγκεκριμένα μαθήματα ξένης γλώσσας προσφέρονται ως μαθήματα επιλογής μόνο στους εγγραφέντες φοιτητές από το ακαδημαϊκό έτος 2009 -10 και μετέπειτα.

Δειγματοληψία

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 6033
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 7^ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS

Το μάθημα προσφέρεται από το τμήμα Στατιστικής.

Αγορές Χρήματος και Κεφαλαίου

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 7124
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 8^ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS

Το μάθημα προσφέρεται από το τμήμα Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής.

Εισαγωγή στην Οικονομετρία

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 7136
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 8^ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS

Το μάθημα προσφέρεται από το τμήμα Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής.

Προχωρημένη Χρηματοοικονομική των Επιχειρήσεων

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 7144
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 8^ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS
Το μάθημα προσφέρεται από το τμήμα Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής.

Διοίκηση Παραγωγής και Υπηρεσιών

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 8134
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 8^ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS
Το μάθημα προσφέρεται από το τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας.

Θέματα Επιχειρησιακής Έρευνας και Συστημάτων Αποφάσεων

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος:** 8144
- **Εξάμηνο μαθήματος:** 8^ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμημένων πιστωτικών μονάδων ECTS:** 6 ECTS
Το μάθημα προσφέρεται από το τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας.

Ξένες Γλώσσες

Περισσότερες πληροφορίες στη διεύθυνση:

<http://www.aueb.gr/pages/foithsh/languages.php>

Πρόγραμμα Σπουδών στις Επιστήμες της Αγωγής και της Εκπαίδευσης

Περισσότερες πληροφορίες στη διεύθυνση:

http://www.mbc.aueb.gr/Documents/Agwgi_Ekpaideusi.pdf

11. Στοιχεία Επικοινωνίας

Σχολή Διοίκησης Επιχειρήσεων
Τμήμα Μάρκετινγκ & Επικοινωνίας
Πατησίων 76, Αθήνα, 104 34
Τηλ. +30 (210) 8203101-3
Fax. +30 (210) 8225677
secretary.marketing@aueb.gr
www.mbc.aueb.gr

Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών
Πατησίων 76, Αθήνα, 104 34
Τηλ. Κέντρο +30 (210) 8203911
webmaster@aueb.gr
<http://aueb.gr>