



ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ
ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
MASTER IN BUSINESS ADMINISTRATION

ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ 2023-2024



Περιεχόμενα

Περιεχόμενα	2
Πρόλογος	5
1.Εισαγωγή.....	6
2. Διοίκηση του Προγράμματος.....	6
3. Διοίκηση Ιδρύματος	7
4. Διοίκηση Κοσμητείας και Τμήματος.....	7
5. Γενικές Πληροφορίες για το Πρόγραμμα	8
6. Φοίτηση στο ΔΠΜΣ στη Διοίκηση Επιχειρήσεων.....	9
6.1 Παρακολούθηση μαθημάτων.....	9
6.2 Διάρκεια φοίτησης	9
6.3 Ανώτατος χρόνος ολοκλήρωσης σπουδών.....	9
6.4 Αναστολή φοίτησης.....	9
6.5 Χρονικός προγραμματισμός μαθημάτων	9
6.6 Εξυπηρέτηση Φοιτητών	10
6.7 Ηλεκτρονική Γραμματεία	10
6.8 Αξιολόγηση μαθημάτων και διδασκόντων.....	10
6.9 Διπλωματική εργασία.....	10
6.10 Προϋποθέσεις λήψης πτυχίου	11
6.11 Υπολογισμός βαθμού διπλώματος.....	11
6.12 Τρόποι έγκυρης ενημέρωσης.....	11
7. Πρόγραμμα Σπουδών	11
7.1 Μεταπτυχιακός τίτλος.....	11
7.2 Δομή και περιεχόμενο Προγράμματος.....	11
7.3 Πρόγραμμα σπουδών αναλυτικά	12
7.4 Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα του ΔΠΜΣ	14
8. Διδακτικό Προσωπικό.....	15
9. Κόστος Προγράμματος – Δίδακτρα.....	18
9.1 Δίδακτρα – Τέλη φοίτησης.....	19
9.2 Οικονομικές διευκολύνσεις	19
9.2.1 Απαλλαγή από τα τέλη φοίτησης	19
9.2.2 Υποτροφίες	19
10. Σύμβουλοι Σπουδών	20
11. Διαχείριση παραπόνων και ενστάσεων.....	21

12. Συνήγορος του Φοιτητή 2022-2023 και άλλες σχετικές δομές	22
13. Συνεργασία με το Ε.Β.Ε.Θ - Βραβεία Ε.Β.Ε.Θ	23
14. Συνεργασία με την εταιρεία Deloitte, Tax & Legal, Business Process Solutions	24
15. Υλικοτεχνική Υποδομή	24
16. Υποστηρικτικές δομές και άλλες υπηρεσίες.....	25
16.1. Βιβλιοθήκη.....	25
16.2. Φοιτητική Μέριμνα	25
16.2.1 Σίτιση.....	25
16.2.2 Υγειονομική περίθαλψη.....	25
16.2.3 Φοιτητική εστία.....	26
16.2.4 Φοιτητικά εισιτήρια	26
16.3 Τμήμα Στατιστικής, Μηχανοργάνωσης και Πληροφορικής.....	26
16.4 Γραφείο Διασύνδεσης.....	27
16.5 Κέντρο Συμβουλευτικής και Στήριξης Φοιτητών	27
16.6 Μονάδα Προσβασιμότητας του Πανεπιστημίου Μακεδονίας	28
16.7 Γραφείο Φυσικής Αγωγής.....	28
16.8 Γραφείο Περιβαλλοντικής Διαχείρισης (EMAS).....	28
16.9 Κέντρο Επιμόρφωσης και Διά Βίου Μάθησης.....	29
17. Γραφείο Αποφοίτων Πανεπιστημίου Μακεδονίας.....	29
18. Σύλλογος Αποφοίτων (MBA Alumni)	30
19. ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑΤΑ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ	32
Προπαρασκευαστικό: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	32
Α΄ ΕΞΑΜΗΝΟ: ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	35
ΑΡΧΕΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΘΕΩΡΙΑΣ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ	35
ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ.....	38
ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ.....	45
ΠΟΣΟΤΙΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ ΣΤΗΝ ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΤΩΝ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ	48
Β΄ ΕΞΑΜΗΝΟ: ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	51
ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ	51
ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ	54
ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ.....	56
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ	63
Α΄ και Β΄ ΕΞΑΜΗΝΟ: ΜΑΘΗΜΑΤΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ:	68
1. ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ ΚΑΙ ΧΑΡΤΟΦΥΛΑΚΙΟΥ.....	68

2. ΑΝΑΛΥΣΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ	71
3. ΔΙΕΘΝΕΣ ΚΑΙ ΕΞΑΓΩΓΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ.....	74
4. ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΤΑΙΡΙΚΩΝ ΚΙΝΔΥΝΩΝ.....	78
5. ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΦΟΔΙΑΣΤΙΚΗΣ ΑΛΥΣΙΔΑΣ.....	81
6 ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΟΛΙΚΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ	84
7. ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΣΕ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	89
8. ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ	93
9. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ	97
10. ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ.....	103
11. ΕΡΕΥΝΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ.....	106
12. ΗΓΕΣΙΑ, ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ	109
13. ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΡΓΩΝ	113
14. ΟΡΓΑΝΩΣΙΑΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΛΛΑΓΩΝ	118
15. ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑ ΚΑΙ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ	122
16. ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ/ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ.....	124
17. ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ.....	126
18. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ.....	129
19. ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ	133
20. ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΒΕΛΤΙΩΣΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΑΝΘΡΩΠ. ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ	136
21. ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΚΙΝΗΤΡΩΝ, ΑΜΟΙΒΩΝ ΚΑΙ ΣΤΑΔΙΟΔΡΟΜΙΑΣ.....	139
22. ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ ΛΗΨΗΣ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ	142

Πρόλογος

Σας καλωσορίζουμε στο Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών (ΔΠΜΣ) στη **Διοίκηση Επιχειρήσεων** (Master in Business Administration, **MBA**) του Πανεπιστημίου Μακεδονίας. Το ΔΠΜΣ στη Διοίκηση Επιχειρήσεων για **Νέους Πτυχιούχους** του Πανεπιστημίου Μακεδονίας λειτουργεί από το ακαδημαϊκό έτος **1994-1995**, ενώ το αντίστοιχο πρόγραμμα για **Στελέχη Επιχειρήσεων** (Executive MBA), λειτουργεί από το ακαδημαϊκό έτος **1999-2000**.

Σκοπός του ΔΠΜΣ στη **Διοίκηση Επιχειρήσεων (MBA)** είναι η παροχή εξειδικευμένων γνώσεων μεταπτυχιακού επιπέδου σε πτυχιούχους όλων των τμημάτων της ανώτατης εκπαίδευσης στο γνωστικό αντικείμενο της Διοίκησης Επιχειρήσεων ώστε να μπορούν να συμβάλλουν στην προαγωγή των γνώσεων στο αντικείμενο της σύγχρονης επιστημονικής διοίκησης, στην προετοιμασία στελεχών ικανών να προωθήσουν την ανάπτυξη των ελληνικών ιδιωτικών επιχειρήσεων και οργανισμών και της δημόσιας διοίκησης. Το πρόγραμμα εξελίσσεται και εμπλουτίζεται συνεχώς, έτσι ώστε να είναι πλήρως ενημερωμένο και να συνδυάζει σε επίπεδο διδασκαλίας τις νέες επιστημονικές θεωρίες και πρακτικές, καθώς και τις νέες τάσεις και ανάγκες της οικονομίας και ιδιαίτερα της ελληνικής.

Το ΔΠΜΣ στη **Διοίκηση Επιχειρήσεων (MBA)** υλοποιεί δύο επιμέρους Προγράμματα σπουδών με παρόμοιο περιεχόμενο αλλά διαφορετικό ακροατήριο. Το ένα Πρόγραμμα, το οποίο ξεκινά το χειμερινό εξάμηνο, απευθύνεται σε νέους πτυχιούχους που διαθέτουν μικρή ή καθόλου εργασιακή εμπειρία και επιθυμούν να διεκδικήσουν δυναμικά θέσεις εργασίας στο χώρο των επιχειρήσεων και οργανισμών. Το δεύτερο Πρόγραμμα, το οποίο ξεκινά το εαρινό εξάμηνο, απευθύνεται σε άτομα με εργασιακή εμπειρία, στελέχη επιχειρήσεων, ιδιωτικού ή δημόσιου τομέα, που διαθέτουν τουλάχιστον 25 μήνες προϋπηρεσία και θέλουν να αναβαθμίσουν τις γνώσεις τους, να ενισχύσουν τη θέση εργασίας τους ή να μεταβούν σε κάποια άλλη θέση στην ίδια ή σε άλλη επιχείρηση. Ανεξάρτητα από το Πρόγραμμα φοίτησης το MBA δίνει τη δυνατότητα στις ελληνικές επιχειρήσεις και τους οργανισμούς να αποκτήσουν διοικητικά στελέχη υψηλού επιστημονικού πεδίου.

Ο παρών οδηγός σπουδών είναι ένα σημαντικό χρηστικό εργαλείο του Προγράμματος αφού περιέχει βασικές οδηγίες και λειτουργικές πληροφορίες για να διευκολύνει την καθημερινότητα των φοιτητών και των φοιτητριών μας. Επιπλέον περιέχει συνδέσεις σε κανονισμούς και υπηρεσίες του Πανεπιστημίου. Ελπίζουμε να είναι χρήσιμος κατά τη διάρκεια των σπουδών σας ενώ κάθε παρατήρηση ή εισήγηση για τη βελτίωσή του είναι ευπρόσδεκτη.

Ανδρέας Γεωργίου, Καθηγητής

Διευθυντής του ΔΠΜΣ

1.Εισαγωγή

Το Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών με τίτλο «Διοίκηση Επιχειρήσεων» (MBA in Business Administration) των Τμημάτων Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων (επισπεύδον Τμήμα), Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής της Σχολής Επιστημών Διοίκησης Επιχειρήσεων και του Τμήματος Οικονομικών Επιστημών της Σχολής Οικονομικών και Περιφερειακών Σπουδών του Πανεπιστημίου Μακεδονίας είναι ένα πρόγραμμα που διέπεται από τις διατάξεις τις ισχύουσας νομοθεσίας.

Παράλληλα, ο Κανονισμός Λειτουργίας και Οργανωτικού Σχήματος του Διατμηματικού Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών εξειδικεύει και συμπληρώνει τις διατάξεις του Νόμου και ρυθμίζει θέματα λειτουργίας που δεν καλύπτονται από τον Νόμο, ο οποίος παρέχει και τη σχετική εξουσιοδότηση. Σχετικές πληροφορίες υπάρχουν και στον παρακάτω σύνδεσμο.

https://www.uom.gr/assets/site/public/nodes/4356/17768-FEK_4912.pdf

Ας σημειωθεί ότι σε όλο το κείμενο του παρόντος Οδηγού Σπουδών, όπου αναφέρεται το αρσενικό γένος (Διευθυντής, διδάσκων, φοιτητής κ.λπ.) θα εννοείται και η αντίστοιχη χρήση του θηλυκού (Διευθύντρια, διδάσκουσα, φοιτήτρια, κ.λπ.) καθώς και το αντίστροφο, εκτός εάν υπάρχει σαφής διαφοροποίηση.

2. Διοίκηση του Προγράμματος

Επιτροπή Προγράμματος Σπουδών

Διευθυντής:

Γεωργίου Ανδρέας, Καθηγητής του Τμήματος Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων, Διευθυντής ,
Τηλ.: 2310891569, E-mail: acg@uom.edu.gr

Μέλη:

Δρογαλάς Γεώργιος, Αναπληρωτής Καθηγητής του Τμήματος Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων,
Τηλ.: 2310891537, e-mail: drogalas@uom.edu.gr

Κύρτσου Αικατερίνη, Καθηγήτρια του Τμήματος Οικονομικών Επιστημών
Τηλ.: 2310891764, e-mail: ckyrtsov@uom.gr

Λαδάς Ανέστης, Αναπληρωτής Καθηγητής του Τμήματος Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής
Τηλ.: 2310891876, e-mail: aladas@uom.edu.gr

Καφετζόπουλος Δημήτριος, Επίκουρος Καθηγητής του Τμήματος Οργάνωσης και Διοίκησης
Επιχειρήσεων, Τηλ.: 2310891567, e-mail: dimkafe@uom.edu.gr

Γραμματεία του ΔΠΜΣ στη Διοίκηση Επιχειρήσεων

Ισόγειο κτίριο ΗΘ, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, Εγνατία 156, 54636 Θεσσαλονίκη
Τηλ.: 2310891530, e-mail: mba@uom.edu.gr

Κοσμίδου Ιωάννα, Τηλ.:2310891511
Πουλίδης Δημήτριος, Τηλ.:2310891513
Ιορδανοπούλου Γρηγορία, Τηλ.: 2310891512

3. Διοίκηση Ιδρύματος

Πρυτανικές Αρχές

Πρύτανης

Κατρανίδης Στυλιανός, Καθηγητής, Τηλ.: 2310891240, Γραμματεία 2310891298, 2310891244, 2310891362, e-mail: prytan@uom.edu.gr, katranid@uom.edu.gr

Αντιπρυτάνεις

Χατζηγεωργίου Αλέξανδρος, Καθηγητής, Αντιπρύτανης Εξωστρέφειας και Διεθνών Σχέσεων, Τηλ.: 2310891242, Γραμματεία 2310891298, 2310891244, 2310891362, e-mail: achat@uom.edu.gr

Σαμαράς Νικόλαος Καθηγητής, Αντιπρύτανης Ακαδημαϊκών, Διοικητικών Υποθέσεων και Προσωπικού, Τηλ.: 2310891241, Γραμματεία 2310891298, 2310891244, 2310891362
e-mail: samaras@uom.edu.gr

Ταμπακούδης Ιωάννης Αναπληρωτής Καθηγητής, Αντιπρύτανης Οικονομικών Υποθέσεων και Υποδομών, Τηλ.: 2310891299, Γραμματεία 2310891298, 2310891244, 2310891362, e-mail: tampakoudis@uom.edu.gr

Δεργιαδές Θεολόγος Αναπληρωτής Καθηγητής, Αντιπρύτανης Φοιτητικής Μέριμνας και Δια Βίου Μάθησης, Τηλ.: 2310891297, Γραμματεία 2310891298, 2310891244, 2310891362, e-mail: dergiades@uom.edu.gr

4. Διοίκηση Κοσμητείας και Τμήματος

Κοσμήτορας Σχολής Επιστημών Διοίκησης Επιχειρήσεων

Σουμπενιώτης Δημήτριος, Καθηγητής του Τμήματος Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων, Τηλ.: 2310891580, e-mail: subedim@uom.edu.gr

Πρόεδρος του Τμήματος Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων (επισπεύδον Τμήμα)

Γκοτζαμάνη Αικατερίνη, Καθηγήτρια του Τμήματος Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων, Τηλ.: 2310891568, e-mail: kgotza@uom.edu.gr

5. Γενικές Πληροφορίες για το Πρόγραμμα

Η κύρια φιλοσοφία του ΔΠΜΣ στη Διοίκηση Επιχειρήσεων είναι να εξασφαλίσει για τους μεταπτυχιακούς φοιτητές σταθερά θεμέλια, γνώσεις, μεθόδους και βασικές αρχές που θα τους καταστήσουν ικανούς για συνεχή εκμάθηση και ανάπτυξη. Βασιζόμενοι σ' αυτήν τη φιλοσοφία, οι διδάσκοντες χρησιμοποιούν διάφορες μεθόδους μεταφοράς γνώσης που περιλαμβάνουν εκτός από τυπικές διαλέξεις, στοιχεία εφαρμοσμένης έρευνας, μελέτες περιπτώσεων, παίγνια, προσομοιώσεις, εργαστηριακές διαλέξεις, χρήση ΤΠΕ κ.ά. Υπάρχει η δυνατότητα συνεργασίας του ΔΠΜΣ με αντίστοιχα μεταπτυχιακά προγράμματα αναγνωρισμένων ΑΕΙ, ερευνητικών ιδρυμάτων, επίσημων επαγγελματικών ινστιτούτων, ιδρυμάτων της ημεδαπής ή/και της αλλοδαπής, τα οποία έχουν επαρκές επιστημονικό προσωπικό και διαθέτουν την αναγκαία υλικοτεχνική υποδομή.

Ειδικότερα, οι στόχοι του ΔΠΜΣ είναι οι εξής:

- Η κάλυψη των αναγκών σε μεταπτυχιακό επίπεδο για εκπαιδευμένα διοικητικά στελέχη επιχειρήσεων στον ιδιωτικό και δημόσιο τομέα και η στενή σύνδεση με τις πραγματικές ανάγκες των ελληνικών επιχειρήσεων, των οργανισμών, της οικονομίας και της κοινωνίας γενικότερα.
- Η παροχή των απαραίτητων υψηλού επιπέδου γνώσεων για αποδοτικό και αποτελεσματικό έλεγχο των ανθρωπίνων και οικονομικών πόρων.
- Η καλλιέργεια σε επαγγελματικά στελέχη επιχειρήσεων του ενδιαφέροντος και της κατανόησης του ολόένα πιο πολύπλοκου και δυναμικού διεθνούς επιχειρησιακού περιβάλλοντος.
- Η προετοιμασία στελεχών ικανών να προωθήσουν την ανάπτυξη των ελληνικών επιχειρήσεων τόσο στο εσωτερικό, όσο και στο εξωτερικό με την παροχή σύγχρονων γνώσεων υψηλού επιπέδου και την εξειδίκευση σε θεωρητικές και εφαρμοσμένες περιοχές συγκεκριμένων γνωστικών κλάδων, ειδικές θεματικές ενότητες ή επιμέρους κλάδους των γνωστικών αντικειμένων.
- Η ανάπτυξη της έρευνας στις συναφείς επιστημονικές περιοχές του Προγράμματος με την προαγωγή των γνώσεων στα συγκεκριμένα αντικείμενα και την υποστήριξη της εμπειρικής και θεωρητικής έρευνας.
- Η παραγωγή επιστημόνων ικανών να ακολουθήσουν την ακαδημαϊκή σταδιοδρομία με την παροχή ουσιαστικών αλλά και τυπικών προσόντων στους φοιτητές που επιθυμούν να συνεχίσουν τις σπουδές τους σε διδακτορικό επίπεδο.

6. Φοίτηση στο ΔΠΜΣ στη Διοίκηση Επιχειρήσεων

6.1 Παρακολούθηση μαθημάτων

Οι μεταπτυχιακοί φοιτητές είναι υποχρεωμένοι να παρακολουθούν ανελλιπώς τις παραδόσεις, τα εργαστήρια και άλλες δραστηριότητες, που προβλέπονται για κάθε μάθημα. Το όριο απουσιών, ανεξάρτητα αν πρόκειται για δικαιολογημένες ή αδικαιολόγητες, που δικαιούται ο κάθε μεταπτυχιακός φοιτητής είναι μέχρι τρεις (3) τρίωρες διαλέξεις. Εάν ο φοιτητής κάνει τέσσερις ή πέντε (4 ή 5) απουσίες σε κάποιο μάθημα είναι υποχρεωμένος να εκπονήσει ειδική συμπληρωματική εργασία σε συνεννόηση με τον διδάσκοντα. Ενώ, εάν ο φοιτητής κάνει έξι (6) απουσίες ή περισσότερες, τότε θα πρέπει να παρακολουθήσει εκ νέου το μάθημα με την καταβολή των αντίστοιχων διδάκτρων. Στην περίπτωση αυτή υπόκειται στη διαδικασία αξιολόγησης για μία ακόμη φορά. Εάν όμως αποτύχει να περάσει το μάθημα ή κάνει 6 απουσίες και παραπάνω τότε διαγράφεται. Η διαδικασία αυτή ισχύει και για πολλαπλά μαθήματα. Η παρακολούθηση του προπαρασκευαστικού μαθήματος Μεθοδολογία Έρευνας είναι υποχρεωτική. Η επιτυχής ολοκλήρωση του μαθήματος είναι απαραίτητη για την έναρξη της διαδικασίας εκπόνησης της διπλωματικής εργασίας. Για την επιτυχή ολοκλήρωση του παραπάνω μαθήματος είναι απαραίτητη η παρουσία των φοιτητών σε όλες ανεξαιρέτως τις διαλέξεις και η συμμετοχή τους στην τελική εξέταση, η οποία βαθμολογείται με επιτυχία/αποτυχία.

6.2 Διάρκεια φοίτησης

Η ελάχιστη χρονική διάρκεια φοίτησης του προγράμματος είναι τρία (3) εξάμηνα. Η διάρκεια των σπουδών λογίζεται από την ημέρα εγγραφής του φοιτητή στο Δ.Π.Μ.Σ. Η έναρξη των ΠΜΣ γίνεται το χειμερινό ή το εαρινό εξάμηνο εκάστου ακαδημαϊκού έτους, όπως ορίζεται στην απόφαση ίδρυσης του προγράμματος.

6.3 Ανώτατος χρόνος ολοκλήρωσης σπουδών

Το πρόγραμμα είναι πλήρους φοίτησης. Η διδασκαλία των μαθημάτων στον κύκλο για νέους πτυχιούχους πραγματοποιείται απόγευμα τις καθημερινές, ενώ στον κύκλο για στελέχη επιχειρήσεων πραγματοποιείται το απόγευμα της Παρασκευής και το Σάββατο. Ως ανώτατος χρόνος απόκτησης του Διπλώματος Μεταπτυχιακών Σπουδών στη Διοίκηση Επιχειρήσεων ορίζονται τα τρία (3) έτη από την εγγραφή των μεταπτυχιακών φοιτητών στο Πρόγραμμα (3 + 3 εξάμηνα).

6.4 Αναστολή φοίτησης

Οι φοιτητές που δεν έχουν υπερβεί το ανώτατο όριο φοίτησης, έπειτα από αιτιολογημένη αίτησή τους προς την Επιτροπή Προγράμματος Σπουδών, δύνανται να διακόψουν τη φοίτησή τους για χρονική περίοδο που δεν υπερβαίνει τα δύο (2) συνεχόμενα εξάμηνα. Αναστολή φοίτησης χορηγείται για σοβαρούς λόγους (στρατιωτική θητεία, ασθένεια, λοχεία, απουσία στο εξωτερικό κ.ά.). Η αίτηση πρέπει να είναι αιτιολογημένη και να συνοδεύεται από όλα τα σχετικά δικαιολογητικά αρμόδιων δημόσιων αρχών ή οργανισμών, από τα οποία αποδεικνύονται οι λόγοι αναστολής φοίτησης. Η «Αίτηση Αναστολής Σπουδών» κατατίθεται πριν από την έναρξη του εξαμήνου, ή το αργότερο μέσα σε δύο (2) εβδομάδες από την έναρξη του εξαμήνου.

6.5 Χρονικός προγραμματισμός μαθημάτων

Η διδασκαλία των μαθημάτων του Δ.Π.Μ.Σ. στη Διοίκηση Επιχειρήσεων στο πρόγραμμα για νέους πτυχιούχους πραγματοποιείται κατά τις απογευματινές ώρες από Δευτέρα έως Πέμπτη. Η διδασκαλία των μαθημάτων στο Δ.Π.Μ.Σ. στη Διοίκηση Επιχειρήσεων στο πρόγραμμα για Στελέχη Επιχειρήσεων

πραγματοποιείται Παρασκευή (απογευματινές ώρες) και Σάββατο από το πρωί μέχρι το απόγευμα. Στην περίπτωση που είναι αδύνατο να καταρτιστεί το πρόγραμμα μέσα στις καθορισμένες μέρες (Παρασκευή και Σάββατο), η διδασκαλία των μαθημάτων στο Πρόγραμμα Στελεχών μπορεί να πραγματοποιείται και Τετάρτη απόγευμα. Κατά αντιστοιχία, στο Πρόγραμμα νέων πτυχιούχων μπορεί να πραγματοποιείται οποιαδήποτε άλλη μέρα της εβδομάδας. Είναι υποχρεωτική η αναπλήρωση μαθήματος σε περίπτωση κωλύματος διεξαγωγής του, προκειμένου να συμπληρωθούν οι απαραίτητες ώρες διδασκαλίας. Η ημερομηνία και η ώρα αναπλήρωσης αναρτώνται στην ιστοσελίδα του Δ.Π.Μ.Σ

6.6 Εξυπηρέτηση Φοιτητών

Η Γραμματεία είναι ανοιχτή για την εξυπηρέτηση των φοιτητών Δευτέρα έως Παρασκευή κατά τις ώρες 11:00-14:00. Επιπρόσθετα οι φοιτητές εξυπηρετούνται από τη Γραμματεία μέσω e-mail και τηλεφωνικά.

6.7 Ηλεκτρονική Γραμματεία

Οι φοιτητές έχουν τη δυνατότητα να εξυπηρετούνται ηλεκτρονικά μέσω της Διαδικτυακής Πύλης Φοιτητολογίου UniTron Portal, λαμβάνοντας ενημέρωση για το πρόγραμμα σπουδών που παρακολουθούν, τα μαθήματα που έχουν δηλώσει και τις βαθμολογίες τους, να υποβάλλουν αιτήσεις για έκδοση πιστοποιητικών και να παρακολουθούν τις ανακοινώσεις του Προγράμματος. Αναλυτικές οδηγίες για τη χρήση της εφαρμογής παρέχονται στο Εγχειρίδιο χρήσης φοιτητών.

6.8 Αξιολόγηση μαθημάτων και διδασκόντων

Η αξιολόγηση της διδασκαλίας των μαθημάτων των μεταπτυχιακών προγραμμάτων σπουδών αποτελεί μία από τις πιο σημαντικές διαδικασίες για τη διασφάλιση της ποιότητας στο Πρόγραμμα. Είναι ένα εργαλείο διαπιστώσεων, που βοηθά στη λήψη μέτρων βελτίωσης τόσο της διδασκαλίας των μαθημάτων, όσο και του Προγράμματος Σπουδών. Η αξιολόγηση του διδακτικού έργου γίνεται από τους φοιτητές στα μαθήματα που έχουν δηλώσει και παρακολουθούν, με τη συμπλήρωση ενός πρότυπου ερωτηματολογίου, έντυπα ή ηλεκτρονικά. Η διαδικασία διασφαλίζει την ανωνυμία των συμμετεχόντων. Το ερωτηματολόγιο συμπληρώνεται τις τελευταίες εβδομάδες διδασκαλίας κάθε εξαμήνου και περιλαμβάνει ερωτήσεις κλειστού και ανοικτού τύπου, για την καταγραφή απόψεων, προτάσεων και σχολίων. Η ενημέρωση για την έναρξη της διαδικασίας και την προθεσμία συμπλήρωσης των ερωτηματολογίων γίνεται από τη ΜΟΔΙΠ.

Περισσότερες πληροφορίες είναι διαθέσιμες στον Κανονισμό του MBA κι στην ιστοσελίδα της Μονάδας Διασφάλισης Ποιότητας (<https://www.uom.gr/modip>)

6.9 Διπλωματική εργασία

Κατά τη διάρκεια του Γ' εξαμήνου ο φοιτητής θα πρέπει να εκπονήσει τη διπλωματική του εργασία. Το θέμα της διπλωματικής εργασίας θα πρέπει να έχει συνάφεια με το γνωστικό αντικείμενο, την ερευνητική δραστηριότητα ή την πρόσφατη διδακτική δραστηριότητα του επιβλέποντα Καθηγητή, κριτήρια τα οποία είναι στη διακριτική ευχέρεια της ΕΠΣ να αξιολογήσει. Η αποδοχή της πρότασης για έρευνα επικυρώνεται από την ΕΠΣ του Δ.Π.Μ.Σ. Ο σχεδιασμός της Μεταπτυχιακής Διπλωματικής Εργασίας κάθε φοιτητή ή φοιτήτριας γίνεται με ευθύνη του επιβλέποντος. Η διπλωματική εργασία συντάσσεται σύμφωνα με τον Οδηγό Συγγραφής Διπλωματικής Εργασίας (<https://www.uom.gr/mba/odhgos-syggrafhs-diplomatikh-ergasias>). Το περιεχόμενο της Μεταπτυχιακής Διπλωματικής Εργασίας θα πρέπει να αφορά σύγχρονα θέματα της επιστήμης και να

είναι συμβατό με την αποστολή του Προγράμματος, όπως αυτή ορίζεται στην εισαγωγή του Κανονισμού.

6.10 Προϋποθέσεις λήψης πτυχίου

Ο φοιτητής ολοκληρώνει τις σπουδές για την απόκτηση Διπλώματος Μεταπτυχιακών Σπουδών (Δ.Μ.Σ.) με τη συμπλήρωση του αριθμού μαθημάτων και πιστωτικών μονάδων που απαιτούνται για τη λήψη του Δ.Μ.Σ., καθώς και την επιτυχή ολοκλήρωση της μεταπτυχιακής διπλωματικής εργασίας. Η Επιτροπή Προγράμματος Σπουδών διαπιστώνει την ολοκλήρωση των σπουδών προκειμένου να χορηγηθεί το Δ.Μ.Σ.

6.11 Υπολογισμός βαθμού διπλώματος

Για τον υπολογισμό του βαθμού του τίτλου σπουδών πολλαπλασιάζεται ο βαθμός κάθε μαθήματος με τον αντίστοιχο αριθμό των πιστωτικών μονάδων του μαθήματος, ο οποίος αποτελεί ταυτόχρονα και τον συντελεστή βαρύτητας) και το συνολικό άθροισμα των επιμέρους γινομένων διαιρείται με το σύνολο των πιστωτικών μονάδων που απαιτούνται για την απόκτηση του τίτλου.

6.12 Τρόποι έγκυρης ενημέρωσης

Οι φοιτητές ενημερώνονται άμεσα για όλα τα θέματα που τους αφορούν με ανακοινώσεις οι οποίες

- αποστέλλονται στον ακαδημαϊκό τους λογαριασμό,
- αναρτώνται στην ιστοσελίδα του Προγράμματος ή
- αναρτώνται στην ιστοσελίδα του Πανεπιστημίου

Συνεπώς, για την πλήρη και έγκυρη ενημέρωσή τους οι φοιτητές θα πρέπει να ελέγχουν τακτικά τον ακαδημαϊκό τους λογαριασμό και να επισκέπτονται συχνά τις ιστοσελίδες του Προγράμματος και του Πανεπιστημίου.

7. Πρόγραμμα Σπουδών

7.1 Μεταπτυχιακός τίτλος

Η φοίτηση στο ΔΠΜΣ οδηγεί στην απονομή Μεταπτυχιακού Διπλώματος (Μάστερ) στη Διοίκηση Επιχειρήσεων (Master in Business Administration, MBA).

7.2 Δομή και περιεχόμενο Προγράμματος

1. Η φυσιολογία του Προγράμματος έχει διαμορφωθεί τόσο από τις γενικές προδιαγραφές των αντίστοιχων προγραμμάτων Ελληνικών και ξένων πανεπιστημίων, όσο και από την ανάγκη το περιεχόμενο και η έμφαση στο πρόγραμμα να αντιστοιχούν στα χαρακτηριστικά της ελληνικής διοίκησης, δημόσιας και ιδιωτικής και της ελληνικής οικονομίας. Για τον λόγο αυτό το πρόγραμμα σπουδών του ΔΠΜΣ έχει την ακόλουθη δομή:

α. Υποχρεωτικά Μαθήματα

β. Μαθήματα επιλογής

γ. Διπλωματική Εργασία (Thesis)

2. Για την απόκτηση του Μεταπτυχιακού Διπλώματος στη Διοίκηση Επιχειρήσεων (Master in Business Administration, MBA) ο μεταπτυχιακός φοιτητής θα πρέπει να παρακολουθήσει και να εξετασθεί

επιτυχώς σε δέκα (10) μαθήματα, τα οποία αντιστοιχούν συνολικά σε εξήντα (60) πιστωτικές μονάδες και να εκπονήσει διπλωματική εργασία, η οποία αντιστοιχεί σε τριάντα (30) πιστωτικές μονάδες. Η παρακολούθηση και εξέταση των ανωτέρω μαθημάτων γίνεται στα εξάμηνα Α και Β. Κατά τη διάρκεια του Γ εξαμήνου ο φοιτητής υποχρεούται να εκπονήσει τη διπλωματική εργασία, εφ' όσον έχει εκπληρώσει τις ακαδημαϊκές και οικονομικές υποχρεώσεις των δύο πρώτων εξαμήνων σπουδών.

Η εκπόνηση και επιτυχής ολοκλήρωση της διπλωματικής εργασίας προϋποθέτει την επιτυχή παρακολούθηση του προπαρασκευαστικού μαθήματος Μεθοδολογία Έρευνας πριν την έναρξη της διαδικασίας εκπόνησης της εργασίας.

3. Οι πιστωτικές μονάδες σύμφωνα με το Ευρωπαϊκό Σύστημα Μεταφοράς και Συσσώρευσης Ακαδημαϊκών Μονάδων – European Credit Transfer System (ECTS) έχουν ως εξής:

	ΔΠΜΣ στη Διοίκηση Επιχειρήσεων (Master in Business Administration, MBA)
Α' εξάμηνο	4 υποχρεωτικά μαθήματα X 6 ECTS + 1 μάθημα επιλογής X 6 ECTS = 30 ECTS
Β' εξάμηνο	4 υποχρεωτικά μαθήματα X 6 ECTS + 1 μάθημα επιλογής X 6 ECTS = 30 ECTS
Γ' εξάμηνο	Διπλωματική Εργασία = 30 ECTS
ΣΥΝΟΛΟ ΜΟΝΑΔΩΝ	90

4. Η διδασκαλία των μαθημάτων πραγματοποιείται στην ελληνική ή στην αγγλική γλώσσα, από την αντίστοιχη αγγλική και ελληνική βιβλιογραφία και αρθρογραφία.
5. Η γλώσσα συγγραφής της διπλωματικής εργασίας είναι η ελληνική ή η αγγλική μετά από τη σύμφωνη γνώμη του επιβλέποντα. Δεν απαιτείται έγκριση της εκπόνησης στην Αγγλική γλώσσα από την ΕΠΣ.
6. Ο μέγιστος αριθμός μεταπτυχιακών φοιτητών ανά διδάσκοντα είναι 10.
7. Τα μαθήματα δύναται να παρέχονται με την μορφή της δια ζώσης εκπαιδευτικής διαδικασίας ή της εξ αποστάσεως εκπαίδευσης (σύγχρονης ή ασύγχρονης) ή του μικτού συστήματος εκπαίδευσης. Με απόφαση της Επιτροπής Προγράμματος Σπουδών δύναται να πραγματοποιηθούν εξ αποστάσεως οι διαλέξεις ενός κύκλου σε ποσοστό έως 100% του συνόλου των διαλέξεων για οποιοδήποτε εύλογο λόγο (έκτακτης ανάγκης, διδακτική ευελιξία, ακαδημαϊκή πρακτική, κ.λπ.). Επιπλέον, η Επιτροπή Προγράμματος Σπουδών δύναται με απόφασή της να προκηρύξει εξ αρχής κύκλο σπουδών με μεθόδους εξ αποστάσεως εκπαίδευσης σε ποσοστό 100%, με τη δυνατότητα ενίσχυσης της εκπαιδευτικής διαδικασίας με την υιοθέτηση ασύγχρονων μεθόδων. Η απόφαση για έναν τέτοιο κύκλο θα ανακοινώνεται πριν από την έναρξη των μαθημάτων κατά την πρόσκληση για υποβολή υποψηφιοτήτων. Οι εξετάσεις ελέγχου προόδου (ενδιάμεσης και τελικής εξέτασης) προσαρμόζονται ανάλογα με την περίπτωση, με απόφαση της ΕΠΣ.

7.3 Πρόγραμμα σπουδών αναλυτικά

Το σύνολο των πιστωτικών μονάδων (ECTS) για τη λήψη του ΔΜΣ είναι 90 και το πρόγραμμα σπουδών περιλαμβάνει τα παρακάτω μαθήματα:

α/α	Μάθημα	Τύπος	Ώρες διδασκαλίας / εβδομάδα	ECTS
Μεθοδολογία Έρευνας (Προπαρασκευαστικό Μάθημα). Προσφέρεται πριν ή κατά τη διάρκεια του Α' εξαμήνου.				
Α' Εξάμηνο (30 ECTS)				
1	Αρχές Οικονομικής Θεωρίας και Πολιτικής (Principles of Economic Theory and Policy)	Υ	3	6
2	Διοίκηση Λειτουργιών (Operations Management)	Υ	3	6
3	Διοικητικό Μάρκετινγκ (Marketing Management)	Υ	3	6
4	Ποσοτικές Μέθοδοι στην Αναλυτική των Αποφάσεων (Quantitative Methods in Decision Analytics)	Υ	3	6
5	Μάθημα Επιλογής	Ε	3	6
Σύνολο ECTS Α' Εξαμήνου				30
Β' Εξάμηνο (30 ECTS)				
1	Διοίκηση Ανθρωπίνων Πόρων (Human Resource Management)	Υ	3	6
2	Διοικητική Λογιστική (Management Accounting)	Υ	3	6
3	Στρατηγική Διοίκηση (Strategic Management)	Υ	3	6
4	Χρηματοοικονομική Διοίκηση (Financial Management)	Υ	3	6
5	Μάθημα Επιλογής	Ε	3	6
Σύνολο ECTS Β' Εξαμήνου				30
Γ' Εξάμηνο (30 ECTS)				
Διπλωματική Εργασία		ΕΡΓ		30
Σύνολο ECTS Γ' Εξαμήνου				30
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ:			ECTS	90

Μαθήματα Επιλογής				
(Παρακολούθηση 2 μαθημάτων από τον κάτωθι πίνακα, 1 στο Α' εξάμηνο και 1 στο Β' εξάμηνο)				
1.	Ανάλυση Επενδύσεων και Χαρτοφυλακίου (Investment and Portfolio Analysis)	Ε	3	6
2.	Ανάλυση Χρηματοοικονομικών Καταστάσεων και Επίδοσης της Επιχείρησης (Analysis of Financial Performance of an Enterprise)	Ε	3	6
3.	Διεθνές και Εξαγωγικό Μάρκετινγκ (International and Export Marketing)	Ε	3	6
4.	Διοίκηση Εταιρικών Κινδύνων (Business Risk Management)	Ε	3	6
5.	Διοίκηση Εφοδιαστικής Αλυσίδας – Logistics (Supply Chain Management – Logistics)	Ε	3	6
6.	Διοίκηση Ολικής Ποιότητας (Total Quality Management)	Ε	3	6
7.	Διοίκηση σε Διεθνείς Επιχειρήσεις (International Business)	Ε	3	6
8.	Διοίκηση Υπηρεσιών (Service Management)	Ε	3	6
9.	Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία (Entrepreneurship and Innovation)	Ε	3	6
10.	Επιχειρήσεις και Βιώσιμη Ανάπτυξη (Sustainability and Business)	Ε	3	6
11.	Έρευνα Μάρκετινγκ (Marketing Research)	Ε	3	6

12.	Ηγεσία, Επικοινωνία και Δημόσιες Σχέσεις (Leadership, Communication and Public Relations)	E	3	6
13.	Οργάνωση και Διοίκηση Έργων (Project Management)	E	3	6
14.	Οργανωσιακή Συμπεριφορά και Διοίκηση Αλλαγών (Organizational Behavior and the Management of Change)	E	3	6
15.	Πληροφορία και Επενδυτική Συμπεριφορά (Information and Investors Behavior)	E	3	6
16.	Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης/Ηλεκτρονικό Εμπόριο (Management Information Systems/Electronic Commerce)	E	3	6
17.	Προβολή και Διαφήμιση (Promotion and Advertizing)	E	3	6
18.	Στρατηγικός Προγραμματισμός Μάρκετινγκ (Strategic Marketing Management)	E	3	6
19.	Συμπεριφορά Καταναλωτή (Consumer Behavior)	E	3	6
20.	Συστήματα Βελτίωσης Ποιότητας και Αξιοποίηση Ανθρώπινου Δυναμικού (Quality Systems and Human Resources Utilization)	E	3	6
21.	Συστήματα Κινήτρων, Αμοιβών και Σταδιοδρομίας στις Επιχειρήσεις (Performance, Incentives, Compensation and Career Management)	E	3	6
22.	Συστήματα Υποστήριξης Λήψης Αποφάσεων (Decision Support Systems)	E	3	6

Από τον πίνακα των μαθημάτων επιλογής η ΕΠΣ αποφασίζει ποια μαθήματα θα προσφερθούν προς επιλογή από τους φοιτητές για το Α' εξάμηνο και ποια για το Β' εξάμηνο. Υπάρχει η δυνατότητα ανακατανομής των μαθημάτων επιλογής που προσφέρονται μεταξύ των εξαμήνων, μετά από σχετική απόφαση της ΕΠΣ.

Η Επιτροπή Προγράμματος Σπουδών μπορεί να αποφασίζει τον Απρίλιο κάθε έτους, την τροποποίηση του Προγράμματος σπουδών για τη βελτίωσή του, σύμφωνα με την ισχύουσα νομοθεσία.

7.4 Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα του ΔΠΜΣ

Συγκεντρωτικά, τα προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα για τους μεταπτυχιακούς φοιτητές του ΔΠΜΣ στη Διοίκηση Επιχειρήσεων είναι να έχουν μία ολοκληρωμένη εκπαίδευση στο αντικείμενο της Διοίκησης Επιχειρήσεων ώστε μετά από την ολοκλήρωση των σπουδών τους:

- Να έχουν αναπτύξει τις κατάλληλες γνώσεις και δεξιότητες για την κάλυψη των αναγκών σε μεταπτυχιακό επίπεδο για εκπαιδευμένα διοικητικά στελέχη επιχειρήσεων στον ιδιωτικό και δημόσιο τομέα και τη στενή σύνδεση με τις πραγματικές ανάγκες των ελληνικών επιχειρήσεων, των οργανισμών, της οικονομίας και της κοινωνίας γενικότερα.
- Να έχουν αποκτήσει τις απαραίτητες υψηλού επιπέδου γνώσεις για αποδοτικό και αποτελεσματικό έλεγχο των ανθρωπίνων και οικονομικών πόρων με την εφαρμογή τόσο εννοιολογικών (ποιοτικών) όσο και κατάλληλων ποσοτικών μεθόδων που αποτελούν την αιχμή του συγκριτικού πλεονεκτήματος στην άσκηση της σύγχρονης διοίκησης.
- Να έχουν καλλιεργήσει το ενδιαφέρον και την κατανόηση του πολύπλοκου και δυναμικού διεθνούς επιχειρησιακού περιβάλλοντος στην εποχή της πλήρους διαδικτύωσης και της ανάπτυξης της τεχνητής νοημοσύνης.

- Να μπορούν να εφαρμόσουν εξειδικευμένες γνώσεις υψηλού επιπέδου σε θεωρητικές και εφαρμοσμένες περιοχές όλων των γνωστικών κλάδων για να προωθήσουν την ανάπτυξη των ελληνικών επιχειρήσεων τόσο στο εσωτερικό, όσο και στο εξωτερικό
- Να μπορούν να συμβάλλουν στην ανάπτυξη της έρευνας στις συναφείς επιστημονικές περιοχές του Προγράμματος υποστηρίζοντας τόσο την εμπειρική όσο και την θεωρητική έρευνα.
- Να δύνανται, εφόσον το επιθυμούν και έχουν τη δυνατότητα, να ακολουθήσουν περαιτέρω σπουδές στοχεύοντας στην ακαδημαϊκή σταδιοδρομία.
- Αναλυτικά μαθησιακά αποτελέσματα για κάθε μάθημα αναλύονται στα περιγράμματα

8. Διδακτικό Προσωπικό

Η επιλογή των διδασκόντων και η ανάθεση διδακτικού έργου του Δ.Π.Μ.Σ. κάθε ακαδημαϊκού εξαμήνου πραγματοποιείται με απόφαση της ΕΠΣ. Για την επιλογή λαμβάνεται υπόψη η συνάφεια της ειδικότητας, η διδακτική εμπειρία, το συναφές ερευνητικό έργο με το συγκεκριμένο αντικείμενο, καθώς και η δυνατότητα αποτελεσματικής και αρμονικής συνεργασίας.

A/A	ΜΕΛΗ ΔΕΠ – ΔΙΔΑΚΤΙΚΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ	ΙΔΙΟΤΗΤΑ	ΜΑΘΗΜΑΤΑ
1	Βασιλειάδης Χρήστος e-mail: chris@uom.edu.gr Τηλ.: 2310891581	Καθηγητής, Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας	<ul style="list-style-type: none"> • Έρευνα Μάρκετινγκ • Στρατηγικός Προγραμματισμός Μάρκετινγκ • Συμπεριφορά Καταναλωτή
2	Βλαχοπούλου Μαρία e-mail: mavla@uom.gr Τηλ.: 2310891867	Καθηγήτρια, Τμήμα Εφαρμοσμένης Πληροφορικής, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας	<ul style="list-style-type: none"> • Διοικητικό Μάρκετινγκ
3	Βούζας Φώτιος e-mail: vouzas@uom.edu.gr Τηλ.: 2310891533	Καθηγητής, Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας	<ul style="list-style-type: none"> • Συστήματα Βελτίωσης Ποιότητας και Αξιοποίηση Ανθρώπινου Δυναμικού
4	Γεωργίου Ανδρέας e-mail: acg@uom.edu.gr Τηλ.: 2310891569	Καθηγητής, Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας	<ul style="list-style-type: none"> • Ποσοτικές Μέθοδοι στην Αναλυτική των Αποφάσεων
5	Γκοτζαμάνη Αικατερίνη e-mail: kgotza@uom.edu.gr Τηλ.: 2310891568	Καθηγήτρια, Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας	<ul style="list-style-type: none"> • Διοίκηση Λειτουργιών • Διοίκηση Ολικής Ποιότητας • Διοίκηση Υπηρεσιών

6	<p>Δαβίλλας Απόστολος</p> <p>e-mail: a.davillas@uom.edu.gr</p> <p>Τηλ.: 2310891785</p>	<p>Επίκουρος Καθηγητής, Τμήμα Οικονομικών Επιστημών, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Αρχές Οικονομικής Θεωρίας και Πολιτικής
7	<p>Δρογαλάς Γεώργιος</p> <p>e-mail: drogalas@uom.edu.gr</p> <p>Τηλ.: 2310891537</p>	<p>Αναπληρωτής Καθηγητής, Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Διοικητική Λογιστική
8	<p>Ελευθεριάδης Ιορδάνης</p> <p>e-mail: jordan@uom.edu.gr</p> <p>Τηλ.: 2310891591</p>	<p>Καθηγητής, Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Διοίκηση Εταιρικών Κινδύνων • Χρηματοοικονομική Διοίκηση
9	<p>Καραγιώργος Θεοφάνης</p> <p>e-mail: karagth@uom.edu.gr</p> <p>Τηλ.: 2310891596</p>	<p>Συν. Καθηγητής, Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Διοικητική Λογιστική • Ανάλυση Χρηματοοικονομικών Καταστάσεων και Επίδοσης της Επιχείρησης
10	<p>Καρφάκης Κωνσταντίνος</p> <p>e-mail: ckarf@uom.edu.gr</p> <p>Τηλ.: 2310891709</p>	<p>Καθηγητής, Τμήμα Οικονομικών Επιστημών, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Αρχές Οικονομικής Θεωρίας και Πολιτικής
11	<p>Κάτου Αναστασία</p> <p>e-mail: akatou@uom.edu.gr</p> <p>Τηλ.: 2310891587</p>	<p>Καθηγήτρια, Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Μεθοδολογία Έρευνας
12	<p>Καφετζόπουλος Δημήτριος</p> <p>e-mail: dimkafe@uom.edu.gr</p> <p>Τηλ.: 2310891567</p>	<p>Επίκουρος Καθηγητής, Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία • Οργανωσιακή Συμπεριφορά και Διοίκηση Αλλαγών
13	<p>Κοτζαιβάζογλου Ιορδάνης</p> <p>e-mail: ikotzai@gmail.com</p> <p>Τηλ.: 23210 49314</p>	<p>Αναπληρωτής Καθηγητής, Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων, Διεθνές Πανεπιστήμιο της Ελλάδος</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ηγεσία Επικοινωνία και Δημόσιες Σχέσεις

14	Κύρτσου Αικατερίνη e-mail: ckyrtsou@uom.gr Τηλ.: 2310891764	Καθηγήτρια, Τμήμα Οικονομικών Επιστημών, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας.	<ul style="list-style-type: none"> • Πληροφορία και Επενδυτική Συμπεριφορά
15	Κωνσταντάρας Ιωάννης e-mail: ikonst@uom.edu.gr Τηλ.: 2310891695	Αναπληρωτής Καθηγητής, Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας	<ul style="list-style-type: none"> • Ποσοτικές Μέθοδοι στην Αναλυτική των Αποφάσεων.
16	Κωνσταντάτος Χρήστος e-mail: cconst@uom.edu.gr Τηλ.: 2310891725	Καθηγητής, Τμήμα Οικονομικών Επιστημών, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας	<ul style="list-style-type: none"> • Αρχές Οικονομικής Θεωρίας και Πολιτικής
17	Μιχαήλ Δημήτριος e-mail: mihail@uom.edu.gr Τηλ.: 2310891594	Καθηγητής, Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας	<ul style="list-style-type: none"> • Διοίκηση Ανθρώπινων Πόρων • Συστήματα Κινήτρων, Αμοιβών και Σταδιοδρομίας στις Επιχειρήσεις
18	Παναγιωτίδης Θεόδωρος e-mail: tpanag@uom.edu.gr Τηλ.: 2310891736	Καθηγητής, Τμήμα Οικονομικών Επιστημών, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας	<ul style="list-style-type: none"> • Αρχές Οικονομικής Θεωρίας και Πολιτικής
19	Παπαθανασίου Ιάσων e-mail: jasonp@uom.edu.gr Τηλ.: 2310891571	Καθηγητής, Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας	<ul style="list-style-type: none"> • Συστήματα Υποστήριξης Λήψης Αποφάσεων
20	Σαρτζετάκης Ευτύχιος e-mail: esartz@uom.edu.gr Τηλ.: 2310891680	Καθηγητής, Τμήμα Οικονομικών Επιστημών, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας	<ul style="list-style-type: none"> • Επιχειρήσεις και Βιώσιμη Ανάπτυξη
21	Σουμπενιώτης Δημήτριος e-mail: subedim@uom.edu.gr Τηλ.: 2310891580	Καθηγητής, Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας	<ul style="list-style-type: none"> • Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία • Στρατηγική Διοίκηση
22	Ταμπακούδης Ιωάννης e-mail: tampakoudis@uom.edu.gr Τηλ.: 2310891595	Αναπληρωτής Καθηγητής, Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας	<ul style="list-style-type: none"> • Ανάλυση Επενδύσεων και Χαρτοφυλακίου • Ανάλυση Χρηματοοικονομικών Καταστάσεων και Επίδοσης της Επιχείρησης

23	Ταραμπάνης Κωνσταντίνος e-mail: kat@uom.edu.gr Τηλ.: 2310891578	Καθηγητής, Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας	<ul style="list-style-type: none"> • Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης/ Ηλεκτρονικό Εμπόριο
24	Τσιότρας Γεώργιος e-mail: tmiotras@uom.edu.gr Τηλ.: 2310891575	Καθηγητής, Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας	<ul style="list-style-type: none"> • Διοίκηση Λειτουργιών • Διοίκηση Ολικής Ποιότητας • Διοίκηση Υπηρεσιών
25	Τσιότσου Ροδούλα e-mail: rtsiotsou@uom.edu.gr Τηλ.: 2310891576	Καθηγήτρια, Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας	<ul style="list-style-type: none"> • Ηγεσία Επικοινωνία και Δημόσιες Σχέσεις
26	Τσιρώνης Λουκάς e-mail: loukas@uom.edu.gr Τηλ.: 2310891597	Αναπληρωτής Καθηγητής, Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας	<ul style="list-style-type: none"> • Διοίκηση Εφοδιαστικής Αλυσίδας • Οργάνωση και Διοίκηση Έργων
27	Χατζηδημητρίου Ιωάννης e-mail: hajidim@uom.edu.gr Τηλ.: 2310891585	Καθηγητής, Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας	<ul style="list-style-type: none"> • Διεθνές και Εξαγωγικό Μάρκετινγκ • Διοίκηση σε Διεθνείς Επιχειρήσεις
28	Χατζηθωμάς Λεωνίδα e-mail: hatzithomas@uom.edu.gr Τηλ.: 2310891684	Καθηγητής, Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας	<ul style="list-style-type: none"> • Διοικητικό Μάρκετινγκ • Προβολή και Διαφήμιση • Συμπεριφορά Καταναλωτή

9. Κόστος Προγράμματος – Δίδακτρα

Το ΔΠΜΣ στη Διοίκηση Επιχειρήσεων είναι αυτοχρηματοδοτούμενο. Η κάλυψη των λειτουργικών εξόδων του Προγράμματος στηρίζεται στους πόρους χρηματοδότησης σύμφωνα με την εκάστοτε νομοθεσία και κυρίως στα δίδακτρα/τέλη φοίτησης. Το συνολικό ποσό προβλέπεται να καλύπτει την ανάπτυξη τεχνολογικής υποδομής του Προγράμματος, την ανάπτυξη υποδομής βιβλιογραφίας, τις αμοιβές των καθηγητών και διδασκόντων (του Πανεπιστημίου Μακεδονίας και των προσκεκλημένων καθηγητών), τη διοικητική υποστήριξη και ό,τι άλλο κριθεί ως επιλέξιμη δαπάνη από τα αρμόδια όργανα. Επιστροφή διδάκτρων επιτρέπεται εφόσον υπάρχει σοβαρός λόγος για διακοπή των σπουδών, μετά από αίτηση του φοιτητή στην Επιτροπή Προγράμματος Σπουδών με την προϋπόθεση ότι ο φοιτητής θα αιτιολογήσει επαρκώς τους λόγους διακοπής εντός είκοσι (20) ημερών από την έναρξη των μαθημάτων.

9.1 Δίδακτρα – Τέλη φοίτησης

Για τον κύκλο των Νέων Πτυχιούχων προβλέπεται το ποσό των 4.500 ευρώ ως τέλος φοίτησης, τα οποία καταβάλλονται σε δόσεις ως εξής:

Α' εξάμηνο – α' δόση: 1.000€, β' δόση: 1.000€.

Β' εξάμηνο – α' δόση: 1.000€, β' δόση: 1.000€.

Γ' εξάμηνο – α' δόση: 500€.

Για τον κύκλο των Στελεχών Επιχειρήσεων προβλέπεται το ποσό των 5.000 ευρώ, τα οποία καταβάλλονται σε δόσεις ως εξής:

Α' εξάμηνο – α' δόση: 1.000€, β' δόση: 1.000€.

Β' εξάμηνο – α' δόση: 1.000€, β' δόση: 1.000€.

Γ' εξάμηνο – α' δόση: 1.000€.

Η α' δόση καταβάλλεται στην εγγραφή, για την ολοκλήρωσή της. Οι υπόλοιπες δόσεις καταβάλλονται σύμφωνα με τους όρους εξόφλησης διδασκτρων που αποτελούν μέρος της αποδοχής ένταξης στο πρόγραμμα. Εξαιρούνται τα άτομα που αιτούνται την απαλλαγή από τα δίδακτρα, έως ότου ολοκληρωθεί η διαδικασία αξιολόγησης αυτών των αιτήσεων.

9.2 Οικονομικές διευκολύνσεις

9.2.1 Απαλλαγή από τα τέλη φοίτησης

Σύμφωνα με την ισχύουσα νομοθεσία, δίνεται η δυνατότητα σε ένα ποσοστό φοιτητών, υπό κάποιες συγκεκριμένες προϋποθέσεις, να αιτηθούν την απαλλαγή τους από τα δίδακτρα των σπουδών τους. Οι αιτήσεις πραγματοποιούνται κατά τη διάρκεια των εγγραφών. Απαλλάσσονται από τα τέλη φοίτησης φοιτητές που δεν ξεπερνούν το ποσοστό 30% του συνολικού αριθμού των φοιτητών που εγγράφονται στο Πρόγραμμα ή όπως ορίζεται από την ισχύουσα νομοθεσία.

Σχετικές πληροφορίες μπορείτε να δείτε στον παρακάτω σύνδεσμο.

<https://www.uom.gr/mba/dikaioma-dorean-foithshs-se-pms-n-4957-2022>

9.2.2 Υποτροφίες

Κάθε χρόνο παρέχονται από το ΔΠΜΣ υποτροφίες βάσει ακαδημαϊκών κριτηρίων, οι οποίες μπορεί να είναι από 25% έως 100% απαλλαγή από την καταβολή των διδασκτρων, ανάλογα με την κρίση της ΕΠΣ και δεν ξεπερνούν το 2,5% επί του συνολικού αριθμού των εγγραφέντων φοιτητών.

Οι υποτροφίες είναι εξαμηνιαίες. Οι υποτροφίες του Α' εξαμήνου χορηγούνται βάσει της σειράς εισαγωγής των εγγραφέντων. Για τα υπόλοιπα εξάμηνα οι υποτροφίες απονέμονται εκ νέου στην έναρξη κάθε εξαμήνου, λαμβάνοντας υπόψη τη βαθμολογία (την επίδοση) των μεταπτυχιακών φοιτητών στο προηγούμενο εξάμηνο, εφόσον έχουν περάσει όλα τα μαθήματα στην πρώτη εξέταση και γενικά την τήρηση των υποχρεώσεων τους, όπως αυτά ορίζονται στον Κανονισμό του Προγράμματος.

Επίσης οι υπότροφοι θα πρέπει να είναι συνεπείς με τις υποχρεώσεις, οι οποίες είναι πιθανόν να τους ανατεθούν ύστερα από υπόδειξη της ΕΠΣ του ΔΠΜΣ. Σε περίπτωση που ένας υπότροφος φοιτητής δεν είναι συνεπής με τις υποχρεώσεις του, η ΕΠΣ προβαίνει στην αφαίρεση της υποτροφίας του.

Σε περίπτωση που μεταπτυχιακός φοιτητής λαμβάνει υποτροφία ή επιχορηγείται πλήρως από κάποιο άλλο φορέα δεν δικαιούται υποτροφία από το Πρόγραμμα. Οι υπότροφοι υποβάλλουν υπεύθυνη δήλωση ότι δεν λαμβάνουν υποτροφία ή πλήρη επιχορήγηση από άλλο δημόσιο ή ιδιωτικό φορέα.

Κανένας δεν έχει δικαίωμα να λάβει υποτροφία βάσει ακαδημαϊκών κριτηρίων όταν τα δίδακτρα καλύπτονται στο σύνολο τους από την εταιρεία (οποιοδήποτε νομικό πρόσωπο, ιδιωτικού ή δημοσίου δικαίου) στην οποία εργάζεται.

Αντίθετα, έχει δικαίωμα να λάβει υποτροφία βάσει ακαδημαϊκών κριτηρίων σύμφωνα με τον Κανονισμό του Προγράμματος, όταν:

- τα δίδακτρα καλύπτονται μερικώς από την εταιρεία που εργάζεται οπότε δικαιούται υποτροφία μέχρι του ποσού που καλύπτεται από τους ίδιους.
- τα δίδακτρα καλύπτονται στο σύνολο τους από φοιτητή/τρια που έχει ατομική επιχείρηση ή είναι αυτοαπασχολούμενος/η.

Με απόφαση της ΕΠΣ μπορεί να χορηγούνται και ανταποδοτικές υποτροφίες, σύμφωνα με την κείμενη νομοθεσία. Υποτροφίες για μεταπτυχιακές σπουδές παρέχονται κι από άλλους φορείς όπως π.χ. ΙΚΥ, Υπουργείο Παιδείας, Κοινωνικά Προγράμματα, άλλα Ιδρύματα και οργανισμούς δημόσιους ή ιδιωτικούς.

10. Σύμβουλοι Σπουδών

Αρχής γενομένης από το εαρινό εξάμηνο του ακαδημαϊκού έτους 2013-2014, για κάθε μεταπτυχιακό φοιτητή/τρια που παρακολουθεί το ΔΠΜΣ στη Διοίκηση Επιχειρήσεων, ορίζεται από την Επιτροπή Προγράμματος Σπουδών (ΕΠΣ) ένα μέλος ΔΕΠ ως Σύμβουλος Σπουδών. Ο Σύμβουλος Σπουδών έχει την ευθύνη της παροχής συμβουλών προς τους φοιτητές σχετικά με τις σπουδές, την επιλογή μαθημάτων, της διπλωματικής εργασίας και συναφών θεμάτων. Ο ορισμός πραγματοποιείται με την έναρξη κάθε νέου κύκλου και διαρκεί καθ' όλη τη διάρκεια σπουδών του μεταπτυχιακού φοιτητή.

Στην έναρξη του κάθε κύκλου σπουδών γίνεται η εκχώρηση των φοιτητών του Α' εξαμήνου σε διδάσκοντες του προγράμματος στο γενικό πλαίσιο των καθηκόντων τους. Προτρέπεται κάθε φοιτητής/τρια να συναντάει το Σύμβουλο Σπουδών του, στο γραφείο του (ή σε τηλεδιάσκεψη), τουλάχιστον μία φορά κάθε εξάμηνο αλλά και όποτε χρειάζεται κάποιες συμβουλές κατόπιν συνεννόησης μαζί του. Ο στόχος είναι να λαμβάνει συμβουλές για την πανεπιστημιακή ζωή, τις γενικές απαιτήσεις και τις πολιτικές του προγράμματος, τα μαθήματα επιλογής, την τήρηση του κανονισμού και φυσικά να παραπέμπεται σε άλλες υπηρεσίες αν χρειάζεται (π.χ. γραφείο διασύνδεσης και πρακτική άσκηση), που μπορούν να τον κατευθύνουν στον εμπλουτισμό των ακαδημαϊκών ευκαιριών, και να παραχωρούν όποιες χρήσιμες συμβουλές θεωρούν ότι συμβάλλουν στην προσωπική και ακαδημαϊκή ανέλιξη.

Η ΕΠΣ θεωρεί τον ρόλο του Συμβούλου Σπουδών καθοριστικής σημασίας καθότι αποτελεί το πρώτο επίπεδο επίλυσης και άμβλυνσης προβληματισμών και αποριών και προσβλέπει σε μια καλή συνεργασία, μεταξύ διδασκομένων και μελών Δ.Ε.Π.

11. Διαχείριση παραπόνων και ενστάσεων

Σύμφωνα με τον Εσωτερικό Κανονισμό του Πανεπιστημίου Μακεδονίας, οι φοιτητές όλων των κύκλων σπουδών του Ιδρύματος έχουν το δικαίωμα «να απευθύνουν αιτήματα ή ενστάσεις που αφορούν τις σπουδές τους, συλλογικά ή μεμονωμένα, στον Πρόεδρο και στη Συνέλευση του Τμήματός τους και στον Κοσμήτορα της Σχολής τους».

Πληροφορίες για τον μηχανισμό διαχείρισης παραπόνων και ενστάσεων των φοιτητών του ΔΠΜΣ μπορούν να αναζητηθούν στον ιστοσελίδα του Προγράμματος. Εκεί, έχει αναρτηθεί έντυπο υποβολής παραπόνων για τη διατύπωση των απόψεων, παραπόνων, παρατηρήσεων και σχολίων των φοιτητών του Προγράμματος για τη διαρκή και συστηματική βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων εκπαιδευτικών υπηρεσιών και εξυπηρέτησης των συναλλασσόμενων με το πρόγραμμα.

Τα παράπονα των φοιτητών τις περισσότερες φορές έχουν να κάνουν με τη διεξαγωγή των εξετάσεων, τη βαθμολόγηση των γραπτών, τις απουσίες, τον τρόπο διεξαγωγής κάποιων διαλέξεων κλπ. Γενικά τα κυριότερα θέματα είναι τα εξής:

- διδασκαλία
- έρευνα
- χρήση υπηρεσιών πληροφορικής και επικοινωνίας
- προστασία προσωπικών δεδομένων
- εργασιακή συμπεριφορά
- ισότητα και καταπολέμηση των διακρίσεων
- καταπολέμηση της παρενόχλησης και της σεξουαλικής παρενόχλησης
- υπηρεσίες υποστήριξης σπουδών (φοιτητική μέριμνα, βιβλιοθήκη, τεχνική υπηρεσία, κ.ά.).

Παρακάτω παραθέτονται κάποιες περιπτώσεις παραπόνων και πώς αυτά διαχειρίζονται από το Πρόγραμμα:

Δυσαρέσκεια: Αναφερόμαστε στο πρώτο στάδιο «αντίδρασης» και «έκφρασης» του παραπόνου που απασχολεί τον φοιτητή, π.χ. αυστηρή βαθμολογία στις εξετάσεις. Ο φοιτητής επικοινωνεί προφορικά ή ηλεκτρονικά με το μέλος ΔΕΠ για το σχετικό θέμα. Ο εξεταστής συζητά με το φοιτητή και αν εντοπιστεί ότι έγινε κάποιο λάθος π.χ. στη βαθμολογία του, τότε το μέλος ΔΕΠ ενημερώνει τη Διοίκηση του Προγράμματος και μετά από έγκριση της Επιτροπής Προγράμματος Σπουδών, διορθώνεται το λάθος (π.χ. ανακοινώνεται νέα βαθμολογία).

Παράπονο: Στο ενδεχόμενο που ο εμπλεκόμενος φοιτητής δεν ικανοποιηθεί από τη διαδικασία που παρατέθηκε παραπάνω, τότε έχει τη δυνατότητα να μιλήσει με τον Σύμβουλο καθηγητή και στη συνέχεια να συναντήσει τον Διευθυντή του Προγράμματος και αφού συζητήσουν τη διαφωνία του, ζητά την παρέμβαση του Διευθυντή, προκειμένου να ικανοποιηθεί όσο το δυνατόν περισσότερο το αίτημά του και να λυθεί το ζήτημα. Στην περίπτωση π.χ. της εσφαλμένης βαθμολόγησης – αξιολόγησης, εάν προκύψει νέα βαθμολογία, ανακοινώνεται μέσω της Επιτροπής Προγράμματος Σπουδών.

Διαμαρτυρία: Τέλος, αν ο φοιτητής πιστεύει ότι δεν επιλύθηκε σωστά το πρόβλημά του (π.χ. ιδιαίτερα αυστηρή βαθμολόγηση σε εξέταση), υποβάλλει γραπτά την ένστασή στη διεύθυνση του Προγράμματος. Η ΕΠΣ λαμβάνει την τελική απόφαση για το ζήτημα συζητώντας τη σχετική ένσταση.

Με τον ίδιο τρόπο επιλύονται όλα τα γενικότερα θέματα των φοιτητών (π.χ. συμπεριφορά καθηγητών, προσωπικού κ.λπ.). Φυσικά ανακύπτουν και θέματα που χρήζουν εξειδικευμένης προσέγγισης κάθε

φορά (π.χ. οικονομικές δυσκολίες, οικογενειακά προβλήματα, κακές συμπεριφορές μεταξύ φοιτητών κ.λπ.) αυτά αντιμετωπίζονται κατά περίπτωση και με βάση την πολύχρονη εμπειρία της Διοίκησης του Προγράμματος.

Ειδικότερα, στο πλαίσιο της φοιτητοκεντρικής προσέγγισης, είναι σε λειτουργία η διαδικασία διαχείρισης των παραπόνων και ενστάσεων των μεταπτυχιακών φοιτητών του ΔΠΜΣ στη Διοίκηση Επιχειρήσεων, έτσι ώστε να διασφαλίζεται η ποιότητα των παρεχόμενων εκπαιδευτικών και διοικητικών υπηρεσιών. Η ΕΠΣ αποφασίζει την συγκρότηση της Επιτροπής Διαχείρισης Παραπόνων, η οποία αποτελείται από δύο μέλη της ΕΠΣ και τον Διευθυντή του ΔΠΜΣ και έχει διετή θητεία. Η Επιτροπή δέχεται τα παράπονα και τις ενστάσεις των μεταπτυχιακών φοιτητών και δεσμεύεται να ακολουθεί την ισχύουσα πολιτική προστασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα. Η Επιτροπή αποφασίζει οριστικά και αμετάκλητα για κάθε ζήτημα αλλά εάν κρίνει σκόπιμο μπορεί να παραπέμψει το ζήτημα στην ΕΠΣ.

Τα μέλη της Επιτροπής Διαχείρισης Παραπόνων του Προγράμματος είναι:

1. Γεωργίου Ανδρέας, Καθηγητής, Διευθυντής
2. Δρογαλάς Γεώργιος, Αναπληρωτής Καθηγητής, μέλος της ΕΠΣ
3. Καφετζόπουλος Δημήτριος, Επίκουρος Καθηγητής, μέλος της ΕΠΣ

Τα βήματα της διαδικασίας διαχείρισης είναι τα εξής:

1. Διατύπωση παραπόνου ή ενστάσεως (διαμαρτυρίας). Ο φοιτητής συμπληρώνει με σαφήνεια και αντικειμενικότητα το Έντυπο Υποβολής Παραπόνων και το αποστέλλει στην Επιτροπή Διαχείρισης Παραπόνων. Εναλλακτικά, μπορεί να ζητήσει προφορική ακρόαση από μέλος της Επιτροπής αποστέλλοντας σχετικό αίτημα. Τόσο η συμπλήρωση του Εντύπου Υποβολής Παραπόνων όσο και το αίτημα προφορικής ακρόασης για να γίνουν αποδεκτά οφείλουν να συμμορφώνονται με τους κανόνες της ακαδημαϊκής δεοντολογίας.
2. Εξέταση παραπόνου. Η Επιτροπή συνεδριάζει ανά τακτά χρονικά διαστήματα για να αποφασίσει για τα τεθειμένα παράπονα. Εάν το παράπονο δεν είναι βάσιμο τότε δεν αναλαμβάνει δράση και πληροφορεί σχετικά τον παραπονούμενο. Εάν το παράπονο είναι βάσιμο τότε θα ενεργοποιήσει την διαδικασία εξέτασης του παραπόνου. Η Επιτροπή μπορεί να ζητήσει ακρόαση των παραπονούμενων, εάν το κρίνει σκόπιμο, προκειμένου να διαχειριστεί τα παράπονα άμεσα, δίκαια και αποτελεσματικά.
3. Λήψη απόφασης. Η Επιτροπή αποφασίζει εντός εύλογου χρονικού διαστήματος, το οποίο δεν υπερβαίνει τον 1 μήνα. Η απόφαση της Επιτροπής είναι οριστική και δεν υφίσταται η δυνατότητα ένστασης ούτε και επανεξέτασης του παραπόνου.
4. Κοινοποίηση της απόφασης στον παραπονούμενο. Η Επιτροπή απαντά γραπτά ή προφορικά στον παραπονούμενο (ανάλογα με τον τρόπο που υποβλήθηκε το παράπονο ή η ένσταση). Η ενημέρωση αφορά στις ενέργειες της Επιτροπής αλλά και στις αποφάσεις της για την διαχείριση του παραπόνου ή της ένστασης.

12. Συνήγορος του Φοιτητή 2022-2023 και άλλες σχετικές δομές

Στο Πανεπιστήμιο Μακεδονίας λειτουργεί αυτοτελές Γραφείο με την επωνυμία «Συνήγορος του Φοιτητή», με σκοπό τη διαμεσολάβηση μεταξύ φοιτητών και καθηγητών ή διοικητικών υπηρεσιών του Ιδρύματος, την τήρηση της νομιμότητας στο πλαίσιο της ακαδημαϊκής ελευθερίας, την αντιμετώπιση φαινομένων κακοδιοίκησης και τη διαφύλαξη της εύρυθμης λειτουργίας του Ιδρύματος. Ο Συνήγορος του Φοιτητή δεν έχει αρμοδιότητα σε θέματα εξετάσεων και βαθμολογίας των φοιτητών.

Συνήγορος του Φοιτητή

Έλενα Παπανδρέου, Καθηγήτρια τΜΕΤ

e-mail: synigoros@uom.edu.gr

Σημειώνεται ότι για παραβιάσεις κανόνων δεοντολογίας και ποιότητας σπουδών, οι φοιτητές μπορούν να απευθύνονται στην Επιτροπή Δεοντολογίας του Ιδρύματος. Για θέματα που αφορούν έμφυλες διακρίσεις, οι φοιτητές/φοιτήτριες μπορούν να απευθύνονται στην Επιτροπή Ισότητας των Φύλων. Για θέματα που άπτονται της προστασίας των προσωπικών δεδομένων, οι φοιτητές μπορούν να απευθύνονται στον Υπεύθυνο Προστασίας Δεδομένων (DPO).

13. Συνεργασία με το Ε.Β.Ε.Θ - Βραβεία Ε.Β.Ε.Θ

Το Πρόγραμμα διατηρεί μία πολύχρονη συνεργασία με το Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Θεσσαλονίκης (ΕΒΕΘ). Πιο συγκεκριμένα, η Διοικητική Επιτροπή του Εμπορικού και Βιομηχανικού Επιμελητηρίου Θεσσαλονίκης απονέμει τρία «Βραβεία Αριστείας ΕΒΕΘ» που ισοδυναμούν αθροιστικά με τα δίδακτρα ενός κύκλου σπουδών του προγράμματος για νέους πτυχιούχους, αξίας 4.500,00€. Τα βραβεία απονέμονται στο τέλος των σπουδών, μετά την επιτυχή ολοκλήρωση και των τριών εξαμήνων μίας τάξης, με βάση το βαθμό του πτυχίου των τριών πρώτων φοιτητών (ή φοιτητριών) στον κύκλο των νέων πτυχιούχων και συγκεκριμένα, το πρώτο (1^ο) βραβείο αριστείας ΕΒΕΘ, απονέμεται στον 1^ο (ή την 1^η), και είναι αξίας 2.500,00€, και το δεύτερο (2^ο) και τρίτο (3^ο) βραβείο απονέμονται στον 2^ο και 3^ο (ή 2^η ή 3^η) αντίστοιχα, αξίας από 1.000,00€ έκαστος. Τα τρία βραβεία απονέμονται στο τέλος των σπουδών κάθε τάξης νέων πτυχιούχων, στην τελετή ορκωμοσίας, η οποία πραγματοποιείται τέλη Μαρτίου με αρχές Απριλίου κάθε έτους. Το παραπάνω βραβείο αριστείας χορηγείται λόγω επίδοσης ανεξάρτητα από τις υποτροφίες του προγράμματος και τις απαλλαγές από τα τέλη φοίτησης και εφόσον οι φοιτητές έχουν περάσει τα μαθήματα στην επίσημη εξεταστική του εξαμήνου.

Παράλληλα, στο πλαίσιο συνεργασίας του Προγράμματος και του Εμπορικού και Βιομηχανικού Επιμελητηρίου Θεσσαλονίκης αποφασίστηκε από πλευράς του Ε.Β.Ε.Θ. η επιδότηση – οικονομική υποστήριξη ύψους χιλίων (1.000€) ευρώ ενός μεταπτυχιακού φοιτητή/φοιτήτριας κάθε χρόνο, για την εκπόνηση μίας διπλωματικής εργασίας σε συγκεκριμένο θέμα.

Το θέμα αυτό προσδιορίζεται από το Ε.Β.Ε.Θ. και υπάρχει σχετική ενημέρωση στους φοιτητές. Οι ενδιαφερόμενοι, Καθηγητής και φοιτητής, πρέπει να καταθέσουν στη Γραμματεία του ΔΠΜΣ, πρόταση (proposal) που θα περιλαμβάνει: τον τίτλο (με βάση την πρόσκληση), τους στόχους, τη μεθοδολογία, τα προσδοκώμενα αποτελέσματα και την ενδεικτική βιβλιογραφία.

Οι προτάσεις κατόπιν υποβάλλονται στο Ε.Β.Ε.Θ. όπου και θα κριθούν για την ανάθεση. Το Επιμελητήριο μπορεί να επιλέξει και περισσότερες εργασίες κατά την κρίση της επιτροπής του ή και καμία αν οι προτάσεις δεν πληρούν τα κριτήρια της επιτροπής Ε.Β.Ε.Θ.

Η οικονομική υποστήριξη στον φοιτητή ή φοιτήτρια που θα επιλεγεί, θα αποδοθεί στο τέλος της εκπόνησης της εργασίας εφόσον:

(α) η βαθμολογία της εργασίας είναι από εννέα (9) και πάνω και

(β) η επιτροπή του ΕΒΕΘ ή ο επιβλέπων από την πλευρά του Επιμελητηρίου κρίνει ικανοποιητική τη συμμόρφωση της εργασίας ως προς την πρακτική της αξία σε σχέση με τους στόχους, και τα προσδοκώμενα αποτελέσματα, όπως είχαν τεθεί στην αρχική πρόταση (proposal). Σημειώνεται ότι ο επιβλέπων καθηγητής σε συνεργασία με τον επιβλέποντα του Επιμελητηρίου, ορίζουν σημεία ορόσημα για την παρακολούθηση της πορείας της διπλωματικής. Η χρηματοδότηση δεν συνοδεύεται από κανενός είδους πρακτική άσκηση ή μαθητεία κ.λπ. Η εκπόνηση της εργασίας τυπικά γίνεται στον χώρο του φοιτητή, άσχετα αν θα πραγματοποιεί επισκέψεις στον φορέα ή σε επιχειρήσεις μέλη του για συλλογή στοιχείων ή για συζητήσεις, συνεντεύξεις κ.λπ.

14. Συνεργασία με την εταιρεία Deloitte, Tax & Legal, Business Process Solutions

Από τον Απρίλιο του 2023 συμφωνήθηκε πλαίσιο συνεργασίας του Προγράμματος με την εταιρεία Deloitte, Tax & Legal, Business Process Solutions. Στο πλαίσιο αυτό φοιτητές θα μπορούν να εκπονούν διπλωματική εργασία σε θέματα κοινού ερευνητικού ενδιαφέροντος.

15. Υλικοτεχνική Υποδομή

Η υπάρχουσα υλικοτεχνική υποδομή του Τμήματος Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Μακεδονίας και του ΔΠΜΣ στη Διοίκηση Επιχειρήσεων, καλύπτει τις ανάγκες λειτουργίας του Προγράμματος (κτιριακή υποδομή, βιβλιοθήκη, οπτικοακουστικά μέσα, εργαστήρια Η/Υ, λογισμικό, ιστοσελίδα μεταπτυχιακού).

Ενδεικτικά, χρησιμοποιούνται κάθε έτος οι ακόλουθοι χώροι του Πανεπιστημίου (τα εργαστήρια διαθέτουν ηλεκτρονικούς υπολογιστές οι οποίοι ανανεώνονται σε τακτά χρονικά διαστήματα):

- Αμφιθέατρο 8 (90 θέσεων)-Κτίριο ΗΘ, 1^{ος} Όροφος
- Αμφιθέατρο 9 (58 θέσεων)- Κτίριο ΗΘ, 1^{ος} Όροφος
- Αμφιθέατρο 14 (168 θέσεων) - Κτίριο ΗΘ, Υπόγειο
- Αίθουσα 6 (50 θέσεων) - Κτίριο ΗΘ, 1^{ος} Όροφος
- Αίθουσα 9 (90 θέσεων) - Κτίριο ΗΘ, 1^{ος} Όροφος
- Αίθουσα Συνεδρίων (110 θέσεων) - Κτίριο Γ, 1^{ος} Όροφος
- Αίθουσα Συνεδριάσεων Τμήματος ΟΔΕ (40 θέσεων) - Κτίριο ΗΘ, 4^{ος} Όροφος, 314
- Μεγάλο Εργαστήριο MBA (43 θέσεων) – Κτίριο ΗΘ, 4^{ος} Όροφος, 414
- Μικρό Εργαστήριο MBA (11 θέσεων) – Κτίριο ΗΘ, 4^{ος} Όροφος, 415
- Εργαστήριο Η/Υ ΟΔΕ (36 θέσεων) – Κτίριο ΗΘ, 2^{ος} Όροφος, 214

Το Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στη «Διοίκηση Επιχειρήσεων» συμβάλλει στη συντήρηση, αναβάθμιση και αντικατάσταση της υπάρχουσας υλικοτεχνικής υποδομής, προκειμένου να διασφαλίζεται η ποιότητα των παρεχόμενων εκπαιδευτικών υπηρεσιών.

16. Υποστηρικτικές δομές και άλλες υπηρεσίες

16.1. Βιβλιοθήκη

Όλοι οι φοιτητές του Πανεπιστημίου έχουν δικαίωμα εγγραφής στη Βιβλιοθήκη και στο Κέντρο Πληροφόρησης του Πανεπιστημίου. Η πλούσια έντυπη και ηλεκτρονική συλλογή βιβλίων, περιοδικών, βάσεων δεδομένων και ειδικών συλλογών, καλύπτει τις ερευνητικές ανάγκες των Τμημάτων του Πανεπιστημίου καθώς και όλων των χρηστών της βιβλιοθήκης. Παράλληλα, η Βιβλιοθήκη, στην προσπάθειά της να στηρίξει και να ενισχύσει την έρευνα των χρηστών της, παρέχει εξειδικευμένη βοήθεια στην έρευνα, ανάλογα με την κατηγορία χρήστη στην οποία ανήκει. Επιπλέον πληροφορίες υπάρχουν στον παρακάτω σύνδεσμο.

<https://www.lib.uom.gr/index.php/el/>

16.2. Φοιτητική Μέριμνα

Η Φοιτητική Μέριμνα φροντίζει για την ποιότητα διαβίωσης των φοιτητών κατά την διάρκεια των σπουδών τους. Σκοπό έχει την παροχή ποιοτικών υπηρεσιών και τη σωστή ενημέρωση σχετικά με θέματα φοιτητικής ζωής, που συνδέονται με παροχές σίτισης, στέγασης, υγειονομικής περίθαλψης (Ευρωπαϊκής Κάρτας Ασφάλισης), στεγαστικού επιδόματος και γενικότερα οτιδήποτε διευκολύνει τους φοιτητές στην καθημερινότητά τους, λαμβάνοντας υπόψη την ισχύουσα νομοθεσία και τις αποφάσεις της διοίκησης του Πανεπιστημίου.

<https://www.uom.gr/student-care>

16.2.1 Σίτιση

Η σίτιση παρέχεται στους φοιτητές από το Εστιατόριο του Πανεπιστημίου το οποίο βρίσκεται στο Ισόγειο του Πανεπιστημίου Μακεδονίας, με την επίδειξη ειδικής ταυτότητας.

Αναλυτικότερες πληροφορίες για τη σίτιση, τη διαδικασία σίτισης καθώς και τα απαραίτητα δικαιολογητικά κατά το τρέχον ακαδημαϊκό έτος παρέχονται στη σχετική ανακοίνωση του Τμήματος Φοιτητικής Μέριμνας.

<https://www.uom.gr/student-care/sitish>

Η σίτιση αρχίζει από την 1^η Σεπτεμβρίου και τελειώνει την 30^η Ιουνίου του επομένου έτους. Σίτιση δεν παρέχεται κατά τις ημέρες των διακοπών Χριστουγέννων και Πάσχα. Σε περίπτωση παράτασης του διδακτικού έτους, αποφασίζει σχετικά η Σύγκλητος για παράταση της παροχής σίτισης, για το αντίστοιχο χρονικό διάστημα.

Η σίτιση περιλαμβάνει πρωινό, μεσημεριανό και βραδινό φαγητό.

Όλοι οι μεταπτυχιακοί φοιτητές, αν και δεν σιτίζονται δωρεάν, μπορούν να έχουν δυνατότητα σίτισης με την καταβολή μικρής οικονομικής αποζημίωσης επιβάρυνσης.

16.2.2 Υγειονομική περίθαλψη

Οι μεταπτυχιακοί φοιτητές που δεν έχουν άλλη ιατροφαρμακευτική και νοσοκομειακή περίθαλψη δικαιούνται πλήρη ιατροφαρμακευτική και νοσοκομειακή περίθαλψη στο Εθνικό Σύστημα Υγείας (Ε.Σ.Υ.) με κάλυψη των σχετικών δαπανών από τον Εθνικό Οργανισμό Παροχής Υπηρεσιών Υγείας (Ε.Ο.Π.Υ.Υ.). Οι ανασφάλιστοι φοιτητές με τον ΑΜΚΑ τους απευθύνονται στις Δημόσιες Δομές Υγείας.

Οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να επικοινωνήσουν με το Τμήμα Φοιτητικής Μέριμνας, τηλ. 2310891319, 2310891215 και e-mail: merimna@uom.gr

16.2.3 Φοιτητική εστία

Για τους φοιτητές του Πανεπιστημίου Μακεδονίας, λειτουργεί φοιτητική εστία στην περιοχή της Νέας Κρήνης στην διεύθυνση Λυκούδη 4-6, Θεσσαλονίκη. Το Πανεπιστήμιο παρέχει την δυνατότητα δωρεάν στέγασης στην φοιτητική εστία Καλαμαριάς στους δικαιούχους φοιτητές.

Η Εστία έχει συνολική δυναμικότητα 202 κλινών. Λειτουργεί αίθουσα υπολογιστών με σύνδεση στο διαδίκτυο, ενώ υπάρχει και ασύρματη δικτύωση (Wi-Fi).

Δικαίωμα στέγασης έχουν οι φοιτητές προπτυχιακών ή μεταπτυχιακών σπουδών καθώς και οι υποψήφιοι διδάκτορες. Η επιλογή των δικαιούχων γίνεται με οικονομικά και κοινωνικά κριτήρια. Η παραμονή των δικαιούχων στις εστίες διαρκεί όσο προβλέπει το ενδεικτικό πρόγραμμα σπουδών τους.

Η εστία στεγάζει επίσης ομογενείς, αλλοδαπούς φοιτητές καθώς και φοιτητές ERASMUS.

Κάθε χρόνο τον μήνα Σεπτέμβριο οι φοιτητές υποβάλλουν ηλεκτρονική αίτηση εισδοχής.

Αναλυτικότερες πληροφορίες για τη δωρεάν στέγαση, τη διαδικασία στέγασης καθώς και τα απαραίτητα δικαιολογητικά, κατά το τρέχον ακαδημαϊκό έτος, παρέχονται στη σχετική ανακοίνωση του Τμήματος Φοιτητικής Μέριμνας. Επίσης για περισσότερες πληροφορίες οι φοιτητές μπορούν να απευθύνονται στα γραφεία της φοιτητικής εστίας Καλαμαριάς: Φοιτητική Εστία Καλαμαριά: Λυκούδη 4-6, Ν. Κρήνη, Τ.Κ. 55135, Θεσσαλονίκη.

Τηλέφωνα Φ.Ε. Καλαμαριάς: 2310-449447, 2310-441258.

Fax Φ.Ε. Καλαμαριάς: 2310-449447.

e-mail Φ.Ε. Καλαμαριάς: estia1@uom.edu.gr

16.2.4 Φοιτητικά εισιτήρια

Στους μεταπτυχιακούς φοιτητές παρέχεται έκπτωση στην τιμή εισιτηρίου των οδικών, σιδηροδρομικών και ακτοπλοϊκών μέσων μαζικής μεταφοράς όταν μετακινούνται στο εσωτερικό της χώρας. Η έκπτωση παρέχεται για όλο το ακαδημαϊκό έτος με την επίδειξη του δελτίου ειδικού εισιτηρίου (πάσο) που χορηγείται από την Ηλεκτρονική Υπηρεσία Απόκτησης Δελτίου Ειδικού Εισιτηρίου. Δεν δικαιούνται ειδικό δελτίο (πάσο) για παροχή έκπτωσης στην τιμή εισιτηρίου στις αστικές και υπεραστικές συγκοινωνίες οι φοιτητές που κατετάγησαν ως πτυχιούχοι ΑΕΙ/ΤΕΙ για την απόκτηση και άλλου πτυχίου, όσοι περάτωσαν τις σπουδές τους και όσοι συμπλήρωσαν το μέγιστο χρόνο παροχών. Περισσότερες πληροφορίες υπάρχουν στον παρακάτω σύνδεσμο.

<https://submit-academicid.minedu.gov.gr/>

Τηλεφωνική επικοινωνία με το γραφείο Αρωγής Χρηστών στο τηλέφωνο 2152157855

16.3 Τμήμα Στατιστικής, Μηχανοργάνωσης και Πληροφορικής

Το Τμήμα Στατιστικής, Μηχανοργάνωσης και Πληροφορικής (Κέντρο Υπολογιστών και Δικτύων) του Πανεπιστημίου Μακεδονίας αποτελεί πυρήνα στήριξης του συνόλου των δραστηριοτήτων του Ιδρύματος. Σκοπό έχει τόσο την ορθή λειτουργία των Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών, όσο και την ικανοποίηση των αναγκών των χρηστών των ηλεκτρονικών υπολογιστών και των δικτυακών υπηρεσιών του Πανεπιστημίου.

Στην ιστοσελίδα του (<https://it.uom.gr>) είναι ανηρτημένες πληροφορίες για τις υπηρεσίες που προσφέρει για τους φοιτητές του Πανεπιστημίου (ιδρυματικός λογαριασμός, ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, πύλη φοιτητολογίου για φοιτητές, πλατφόρμα ασύγχρονης εκπαίδευσης, δομή απασχόλησης και σταδιοδρομίας, υπηρεσία ΔΗΛΟΣ 365, ασύρματες συνδέσεις Wi-Fi και Eduroam, ψηφιακή βιβλιοθήκη και ιδρυματικό καταθετήριο, απομακρυσμένη πρόσβαση σε ψηφιακές πηγές της βιβλιοθήκης υπηρεσία διαχείρισης κωδικού χρήστη, υπηρεσία απόκτησης ακαδημαϊκής ταυτότητας).

16.4 Γραφείο Διασύνδεσης

Το Γραφείο Διασύνδεσης (ΓΔ) λειτουργεί από το 1994, προσανατολισμένο στην άμεση, έγκυρη και αποτελεσματική εξυπηρέτηση των φοιτητών και νέων αποφοίτων του Πανεπιστημίου Μακεδονίας, προάγοντας την εκπαίδευση των επωφελούμενων του στη διαχείριση των γνώσεων, των εμπειριών και δεξιοτήτων τους, με στόχο την προσωπική και επαγγελματική τους ανάπτυξη.

Σχετικές πληροφορίες βρίσκονται και στον ιστοτόπο του γραφείου διασύνδεσης <https://www.uom.gr/career-office>.

Στις υπηρεσίες του Γραφείου Διασύνδεσης περιλαμβάνονται:

- Η ατομική συμβουλευτική υποστήριξη σε θέματα σπουδών και σταδιοδρομίας.
- Η διοργάνωση εκδηλώσεων ενημέρωσης και δικτύωσης με την αγορά εργασίας (π.χ. ημέρες καριέρας)
- Η υλοποίηση ομαδικών συμβουλευτικών συναντήσεων και εργαστηρίων για την ανάπτυξη κοινωνικών δεξιοτήτων και την ενίσχυση της επαγγελματικής ετοιμότητας των φοιτητών και αποφοίτων του ιδρύματος.
- Η κοινοποίηση ανακοινώσεων που σχετίζονται με τις ακαδημαϊκές και επαγγελματικές επιλογές των επωφελουμένων μας (μεταπτυχιακά προγράμματα, υποτροφίες, διαγωνισμοί, θέσεις εργασίας, ευκαιρίες απόκτησης εργασιακής εμπειρίας κ.ά.)
- Η συνεχής επικοινωνία και διερεύνηση προοπτικών συνεργασίας με τους αποφοίτους του πανεπιστημίου Μακεδονίας, με επιστημονικούς, ακαδημαϊκούς και επαγγελματικούς φορείς και με ελληνικές και ξένες επιχειρήσεις.

16.5 Κέντρο Συμβουλευτικής και Στήριξης Φοιτητών

Στο Πανεπιστήμιο Μακεδονίας λειτουργεί Κέντρο Συμβουλευτικής και Στήριξης για όλους τους φοιτητές.

Το **Κέντρο Συμβουλευτικής και Στήριξης Φοιτητών (ΚΣΣΦ)** είναι μία υπηρεσία του Πανεπιστημίου Μακεδονίας με σκοπό την ψυχολογική υποστήριξη των φοιτητών του ιδρύματος με και χωρίς ειδικές εκπαιδευτικές ανάγκες και αναπηρίες και την ευαισθητοποίηση της πανεπιστημιακής κοινότητας σε θέματα που αφορούν στον τομέα της ψυχικής υγείας.

Μέσα από διάφορες δράσεις το ΚΣΣΦ παρέχει ενημέρωση, ψυχολογική υποστήριξη και συμβουλευτική σε όλους τους φοιτητές/τριες του ιδρύματος. Στο ΚΣΣΦ οι φοιτητές/τριες μπορούν να βρουν βοήθεια για την αποτελεσματικότερη αντιμετώπιση των προσωπικών και ακαδημαϊκών προβλημάτων που συναντούν κατά τη διάρκεια των σπουδών και της φοιτητικής τους ζωής.

Απώτερος σκοπός των δράσεων του ΚΣΣΦ είναι η προσωπική ανάπτυξη των ατόμων, η βελτίωση της κοινωνικής τους ζωής μέσα κι έξω από το πανεπιστήμιο καθώς και η διαμόρφωση μίας ευνοϊκότερης στάσης απέναντι στα θέματα ψυχικής υγείας.

Για πληροφορίες ή ραντεβού οι φοιτητές μπορούν:

- Να στείλουν e-mail στη διεύθυνση symbouli@uom.edu.gr
- Να συμπληρώσουν την ηλεκτρονική αίτηση ατομικής συνεδρίας

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeZqcaBc3qynQDzLNVHNOCBGr3u-nKJqaaqEBD3KiQhH8Epeeg/viewform?usp=pp_url

16.6 Μονάδα Προσβασιμότητας του Πανεπιστημίου Μακεδονίας

Το Πανεπιστήμιο Μακεδονίας διαθέτει Μονάδα Προσβασιμότητας με στόχο την αποτελεσματικότερη κάλυψη των αναγκών των φοιτητών με αναπηρία. Η δημιουργία της ειδικής αυτής υπηρεσίας προσβασιμότητας έγινε λαμβάνοντας υπόψη τις σημαντικές δυσκολίες πρόσβασης που αντιμετωπίζουν οι φοιτητές με αναπηρία, τις πραγματικές ανάγκες των φοιτητών με αναπηρία που φοιτούν στο Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, αλλά και την αποδεδειγμένη συνεισφορά παρόμοιων υπηρεσιών, που υπάρχουν ήδη σε άλλα Πανεπιστήμια.

Σχετικές πληροφορίες βρίσκονται και στον ιστοτόπο της Μονάδας Προσβασιμότητας του Πανεπιστημίου Μακεδονίας <https://www.uom.gr/accessibility>

16.7 Γραφείο Φυσικής Αγωγής

Στο Πανεπιστήμιο Μακεδονίας λειτουργεί γραφείο Φυσικής Αγωγής. Σκοπός του γραφείου αυτού είναι να δώσει τη δυνατότητα στους φοιτητές/τριες, να συμμετέχουν σε αθλητικές δραστηριότητες και να αναπτύξουν αρμονικά τις σωματικές και ψυχικές τους ικανότητες με επιστημονικά ενδεδειγμένες μεθόδους. Στοχεύει στη συνειδητοποίηση, από μέρους των φοιτητών, της ωφέλειας και της ανάγκης για άθληση, ώστε να γίνει τρόπος ζωής.

Το διδακτικό προσωπικό αποτελείται από Καθηγητές Φυσικής Αγωγής με υψηλή εκπαιδευτική κατάρτιση και αξιόλογη προπονητική εμπειρία.

Το Γραφείο Φυσικής Αγωγής του Πανεπιστημίου Μακεδονίας, στο ετήσιο πρόγραμμά του, περιλαμβάνει αθλητικές δραστηριότητες όπως: Ορθοσωμική γυμναστική, Pilates, Αερόμπικ, Πετοσφαίριση, Καλαθοσφαίριση, Μυϊκή ενδυνάμωση, Karate, Σύγχρονο-ΚλασικόΧορό, Επιτραπέζια αντισφαίριση, Capoeiraangola, Hip – Hop, Κολύμβηση, ArgentineTango, Latin Χορούς.Επίσης, διοργανώνει υπαίθριες δραστηριότητες: χιονοδρομία, ορειβασία, πεζοπορία κ.ά. Το Πανεπιστήμιο Μακεδονίας διαθέτει δύο αθλητικούς χώρους: κλειστό γυμναστήριο αθλοπαιδιών και αίθουσα γυμναστικής. Κατά τη διάρκεια του ακαδημαϊκού έτους στα ομαδικά αθλήματα, διεξάγονται εσωτερικά πρωταθλήματα. Με τη λήξη του έτους διοργανώνεται η «Αθλητική Ημέρα». Το Πανεπιστήμιο μας συμμετέχει σε όλα τα Πανελλήνια Φοιτητικά Πρωταθλήματα που οργανώνονται από την «Ε.Α.Τ.Ε.» (Επιτροπή Αθλητισμού Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης). Επιπλέον, το Γραφείο Φυσικής Αγωγής δημιουργεί ομάδες επίδειξης αποτελούμενες από φοιτητές/τριες του Πανεπιστημίου Μακεδονίας, συμμετέχει σεαθλητικές εκδηλώσεις και διοργανώνει σεμινάρια αεροβικής και ορθοσωμικής γυμναστικής.

Σχετικές πληροφορίες μπορείτε να βρείτε και στον παρακάτω σύνδεσμο:

<https://www.uom.gr/gym-office>

16.8 Γραφείο Περιβαλλοντικής Διαχείρισης (EMAS)

Το Γραφείο στοχεύει στη συνεχή βελτίωση του Συστήματος Περιβαλλοντικής Διαχείρισης στο ΠΑΜΑΚ. Κύριος στόχος του είναι η μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων του Ιδρύματος στον αστικό κορμό της Θεσσαλονίκης, στον οποίο φιλοξενείται. Το Γραφείο, από το 2005 μέχρι σήμερα, καθ' όλη την διάρκεια του χρόνου, πραγματοποιεί δράσεις εντός και εκτός του Πανεπιστημίου, με σκοπό την

περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση των χρηστών του. Επίσης, συντονίζει τις δράσεις της Περιβαλλοντικής Ομάδας εθελοντών φοιτητών/τριών, με σκοπό την περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση.

Σημαντικές δράσεις του Γραφείου Περιβαλλοντικής Διαχείρισης είναι το πρόγραμμα ανακύκλωσης, η διοργάνωση σεμιναρίων, διάφορες δράσεις ευαισθητοποίησης, επισκέψεις σε χώρους περιβαλλοντικού ενδιαφέροντος, δενδροφυτεύσεις, εκδρομές-πεζοπορίες, αναπλάσεις κοινωνικών χώρων, συμμετοχή σε περιβαλλοντικές εκδηλώσεις.

Σχετικές πληροφορίες μπορείτε να βρείτε και στον παρακάτω σύνδεσμο:

<https://www.uom.gr/emas>

16.9 Κέντρο Επιμόρφωσης και Διά Βίου Μάθησης

Το Κέντρο Επιμόρφωσης και Δια Βίου Μάθησης (Κ.Ε.ΔΙ.ΒΙ.Μ.) του Πανεπιστημίου Μακεδονίας λειτουργεί ως Δομή Εκπαίδευσης στις εγκαταστάσεις του Πανεπιστημίου Μακεδονίας. Αποτελεί αυτόνομη μονάδα του Πανεπιστημίου μέσω της οποίας προσφέρεται και πιστοποιείται εκπαίδευση μη τυπικής και άτυπης μάθησης η οποία περιλαμβάνει την αρχική επαγγελματική κατάρτιση, τη συνεχιζόμενη επαγγελματική κατάρτιση και τη γενική εκπαίδευση ενηλίκων με βάση το εθνικό και ευρωπαϊκό θεσμικό πλαίσιο για τη Διά Βίου Μάθηση.

Υλοποιεί σεμινάρια και προγράμματα επιμόρφωσης και διά βίου μάθησης τα οποία καλύπτουν κυρίως επιστημονικούς τομείς που θεραπεύονται από τα Τμήματα του Πανεπιστημίου Μακεδονίας ή/και σε άλλα πανεπιστήμια της Ελλάδας ή του εξωτερικού όπως για παράδειγμα: Μάρκετινγκ, Μάνατζμεντ, Ειδική Αγωγή, Εκπαίδευση Ενηλίκων και η Διά Βίου Μάθηση, Χρηματοοικονομική, Λογιστική, Πληροφορική, Μουσική, Πολιτισμός, Διεθνείς Σπουδές, Βαλκανικές Σπουδές.

Τα Προγράμματα απευθύνονται τόσο σε στελέχη επιχειρήσεων, λοιπών εργαζομένων και ανέργων, όσο και σε πτυχιούχους ΑΕΙ και ΤΕΙ, απόφοιτους ΙΕΚ και Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης, στοχεύοντας στον εμπλουτισμό των γνώσεων και την ανάπτυξη των δεξιοτήτων τους

Σχετικές πληροφορίες μπορείτε να βρείτε και στον παρακάτω σύνδεσμο:

<https://www.uom.gr/seminars>

17. Γραφείο Αποφοίτων Πανεπιστημίου Μακεδονίας

Το Πανεπιστήμιο Μακεδονίας έχει δημιουργήσει το Δίκτυο Αποφοίτων του, στην προσπάθειά του να παραμείνει ανοιχτός ο δίαυλος επικοινωνίας με τους αποφοίτους. Στόχος του Πανεπιστημίου είναι η βελτίωση των υπηρεσιών που παρέχει με την ενίσχυση δεσμών αλληλεπίδρασης και συνεργασίας με τους αποφοίτους του δια μέσου:

- της επαγγελματικής και κοινωνικής δικτύωσης των αποφοίτων μεταξύ τους και με το Πανεπιστήμιο
- της Δια Βίου Μάθησης με εκπαιδευτικά και επαγγελματικά προγράμματα,
- ευκαιριών συνεργασίας με το Πανεπιστήμιο για παροχή επιστημονικού, διδακτικού και επαγγελματικού έργου,
- της εθελοντικής συμμετοχής στις δραστηριότητες του Πανεπιστημίου σε εθνικό και σε τοπικό επίπεδο,
- της συμμετοχής σε εκδηλώσεις του Πανεπιστημίου (επιστημονικές, πολιτιστικές) για γνώση και τέρψη,
- εκδηλώσεων προς τιμήν των αποφοίτων με στόχο τη σύσφιξη σχέσεων,
- της προβολής των επιτευγμάτων των αποφοίτων και του Πανεπιστημίου

- της βράβευσης διακεκριμένων αποφοίτων για την προσφορά τους στην κοινωνία, στην επιστήμη, στην επαγγελματική απασχόληση,
- της εθελούσιας οικονομικής στήριξης του Πανεπιστημίου (βιβλιοθήκη, περιβαλλοντική βελτίωση, συντήρηση και βελτίωση υποδομών, φοιτητικές εστίες, σίτιση, τεχνολογικός εξοπλισμός, υποτροφίες).

Για περισσότερες πληροφορίες

alumni@uom.edu.gr

18. Σύλλογος Αποφοίτων (MBA Alumni)

Ο Σύλλογος αποφοίτων MBA Alumni ξεκίνησε τη δράση του το 2011. Στη διάρκεια αυτή, έχουν γίνει σημαντικές δράσεις υπέρ της πραγματικής εξέλιξης και εδραίωσης του Συλλόγου ως αυτόνομης μονάδας, με σταθερά δυνατό έργο και εξωστρέφεια. Οι προηγούμενες διοικήσεις συνέβαλαν καθοριστικά με τις δράσεις τους ώστε να εδραιωθεί πλέον ως ένας σημαντικός Σύλλογος.

Το ΔΣ του Συλλόγου των Αποφοίτων καταρτίζεται από στελέχη της αγοράς σε διαφορετικούς κλάδους που συμβάλλουν τα μέγιστα στο απαιτητικό έργο του Συλλόγου.

- Πρόεδρος: Ωραιοζήλη (Ζιζή) Συμεωνίδου
- Αντιπρόεδρος: Ελένη Καραγκιόζη
- Γραμματέας: Θεοδόσιος Μήττος
- Ταμίας: Δημήτριος Φακάζης
- Μέλος-Υπεύθυνη Μάρκετινγκ: Αναστασία Καραμπουρνιώτη
- Μέλος-Υπεύθυνη Οικονομικών: Αικατερίνη Γεωργοπούλου
- Μέλος – Υπεύθυνος Ψηφιακών Μέσων: Γεώργιος Σεριδης

Ο Σύλλογος Αποφοίτων του MBA στο Πανεπιστήμιο Μακεδονίας έχει στόχο και όραμα να γίνει ένας οργανωμένος Σύλλογος, με εξωστρέφεια, διαφάνεια και διάθεση για δράση. Διαφημίζει το Πανεπιστήμιο και τους αποφοίτους του και παράγει έργο, σημαντική κληρονομιά για όλους, φοιτητές, αποφοίτους και διδάσκοντες. Οι συναντήσεις των μελών του Συλλόγου είναι εξαιρετικά συχνές με στόχο την ιδανικότερη λειτουργία του Συλλόγου και την υλοποίηση του οργανωμένου πλάνου δράσης. Προτεραιότητα είναι να λειτουργεί ο Σύλλογος ως ομάδα με ανοιχτούς ορίζοντες και διαδραστικότητα με όλα τα μέλη, νέα και παλαιά, καθώς και τους φορείς και διδάσκοντες του Πανεπιστημίου Μακεδονίας και όχι μόνο. Το ΔΣ του Συλλόγου MBA του Πανεπιστημίου Μακεδονίας διαθέτει λεπτομερές και οργανωμένο πλάνο δράσης και σε συνεργασία με τη Διοίκηση του Πανεπιστημίου, τους διδάσκοντες και κυρίως όλα τα μέλη, προσπαθεί να κάνει πράξη τους στόχους του για το καλό του Συλλόγου. Ιστοσελίδα: <http://mbaalumni.uom.gr>, e-mail: mba-graduates@uom.edu.gr, τηλ: 6945376000,

Εγγραφές: <http://goo.gl/forms/z7ECCvYIZg>

Social Media:

<https://www.facebook.com/uommbaalumni>

https://www.instagram.com/uom_mba_alumni

<https://www.linkedin.com/in/uom-mba-alumni>

Αναλυτικές πληροφορίες για τον Κανονισμό του MBA αλλά και άλλες απαραίτητες πληροφορίες (χρήσιμες πληροφορίες, φοιτητικά θέματα, εκπόνηση διπλωματικής εργασίας και οδηγός συγγραφής, κλ.π.) μπορούν να αναζητηθούν στον σύνδεσμο του Προγράμματος: <https://www.uom.gr/mba>

και στους παρακάτω συνδέσμους:

Κανονισμός MBA	https://www.uom.gr/mba/kanonismoi-fek-idryshs
Οδηγός συγγραφής Διπλωματικής Εργασίας	https://www.uom.gr/mba/odhgos-syggrafhs-diplomatikh-ergasias
Εσωτερικός Κανονισμός λειτουργίας του Πανεπιστημίου Μακεδονίας	https://www.uom.gr/dioikhsh/esoterikos-kanonismos-leitoyrgias
Ιστοσελίδα Πανεπιστημίου Μακεδονίας	https://www.uom.gr/

19. ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑΤΑ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ

Προπαρασκευαστικό: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

(1) ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	Επιστημών Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΤΜΗΜΑ	Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Μεταπτυχιακό		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΕ0380	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	A
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΈΡΕΥΝΑΣ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Διαλέξεις 5, Εργασία, Παρουσίαση	3	-	
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Γενικού υπόβαθρου		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική – αγγλική ορολογία και βιβλιογραφία		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	https://openeclass.uom.gr/courses/MBA109/		

(2) ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<p>ΓΝΩΣΗ:</p> <ul style="list-style-type: none"> Να διαθέτουν αυξημένη εξειδικευμένη γνώση στη Μεθοδολογία Έρευνας (ΜΕΘ) που να εμπεριέχει επαρκή στοιχεία από τις επιστημονικές εξελίξεις αιχμής και να συνιστά τη βάση για πρωτότυπη σκέψη, ερευνητική και επαγγελματική δραστηριότητα. Να επιδεικνύουν κριτική κατανόηση των αρχών, θεωριών, μεθοδολογιών και πρακτικών της ΜΕΘ. <p>ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ:</p> <ul style="list-style-type: none"> Να εφαρμόζουν με ευχέρεια τις θεωρίες και μεθοδολογίες της ΜΕΘ στις έρευνες, μελέτες και εργασίες τους με κριτικό και δημιουργικό τρόπο. Να εφαρμόζουν με πρωτοτυπία τις αποκτηθείσες γνώσεις στην έρευνα, την ανάλυση και την ανάπτυξη καινοτόμων λύσεων σε σύνθετα, διεπιστημονικά και πρωτοποριακά ζητήματα. Να είναι σε θέση να αξιολογούν, να ερμηνεύουν και να προωθούν σύγχρονες επιστημονικές έρευνες και μελέτες συναφείς με το πεδίο της ΜΕΘ. <p>ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ:</p> <ul style="list-style-type: none"> Να συνεχίζουν να αναπτύσσουν με αυτονομία τις γνώσεις και τις ικανότητές τους σε υψηλό επίπεδο. Να επιλύουν προβλήματα και λαμβάνουν στρατηγικές αποφάσεις με αφετηρία την επαγωγική σκέψη.
<p>Γενικές Ικανότητες</p> <ul style="list-style-type: none"> Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών Λήψη αποφάσεων Αυτόνομη εργασία Ομαδική εργασία Σχεδιασμός και διαχείριση έργων Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

(3) ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Πραγματοποιούνται 5 διαδραστικές διαλέξεις. Κάθε διάλεξη επικεντρώνεται σε συγγενή θέματα από τη Μεθοδολογία Έρευνας. Ειδικότερα, η κατανομή του περιεχομένου του μαθήματος ανά διδακτική εβδομάδα περιγράφεται ως εξής:

Εβδομάδα	Περιεχόμενο (Ενδεικτικά)
1	Διαχείριση και Παρουσίαση της Έρευνας (Εισαγωγή, Βιβλιογραφική ανασκόπηση, Ανάπτυξη ερευνητικών υποθέσεων, Λειτουργικό υπόδειγμα, Κατασκευή ερωτηματολογίου, Συλλογή δεδομένων, Στατιστική ανάλυση, Συζήτηση, Συμπεράσματα)
2	Επεξεργασία Δεδομένων με το SPSS (Κωδικοποίηση, Εισαγωγή δεδομένων, Αρχεία, Περιγραφικά δεδομένων, Κατανομές συχνότητας, Διαγραμματική απεικόνιση, Έλεγχος υποθέσεων, ANOVA, Μη παραμετρικοί έλεγχοι, Συντελεστές συσχέτισης, Εισαγωγή στην παλινδρόμηση, Παραδείγματα)
3	Δειγματοληψία και Μέγεθος Δείγματος (Βασικοί ορισμοί, Δειγματοληψία, Μέθοδοι δειγματοληψίας, Μέθοδοι δειγματοληψίας με πιθανότητα, Μέθοδοι δειγματοληψίας χωρίς πιθανότητα, Πειραματικά σχέδια, Συλλογή πρωτογενών δεδομένων με ερωτηματολόγια, Εγκυρότητα και αξιοπιστία, Μέγεθος δείγματος, Εκτίμηση μεγέθους δείγματος με το GPOWER)
4	CASE STUDIES και Ποιοτικές Μελέτες (Μελέτες περίπτωσης, Βασικές έννοιες, Ενότητες πληροφόρησης, Ανάλυση SWOT, Ανάλυση PEST, Σχεδίαση μελέτης περίπτωσης, Δραστηριότητες, Ποιοτική Έρευνα, Επισκόπηση βιβλιογραφίας, Στρατηγική επισκόπησης, Βάσεις άρθρων και Επιστημονικών περιοδικών, Αποτελέσματα εντοπισμού άρθρων, Συλλογή δεδομένων μέσω συνεντεύξεων, Διαδικασία συνεντεύξεων)
5	Σύνοψη της Έρευνας (Πολυσυγγραμμικότητα, Παλινδρομήσεις, Παραγοντική ανάλυση – διερευνητική & επικυρωτική, Μεροληψία κοινής μεθόδου, Κύριες συλλογές, Σύνοψη της έρευνας – διαμεσολάβηση & διαφοροποίηση, Παρουσίαση των ευρημάτων)

(4) ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ – ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Πρόσωπο με πρόσωπο	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	<ul style="list-style-type: none"> Χρησιμοποιείται το SPSS στο εργαστήριο με πραγματικά δεδομένα. Χρησιμοποιούνται το Power Point στη διδασκαλία και το email και Open Class στην επικοινωνία. Όλες οι διαφάνειες που χρησιμοποιούνται σε κάθε διάλεξη αναρτώνται στο eclass του μαθήματος. Όλες οι μελέτες περίπτωσης που χρησιμοποιούνται στις διαλέξεις αναρτώνται στο eclass του μαθήματος. Σημαντικά άρθρα που συνοδεύουν τις διαλέξεις αναρτώνται στο eclass του μαθήματος. 	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις (5x(3+3))	30 ώρες
	Case studies (5x3)	15 ώρες
	Μελέτη & Ανάλυση βιβλιογραφίας (5x3)	15 ώρες
	Διαμόρφωση Ερευνητικής Πρότασης σε Έντυπο Οδηγό (FORMA) (1x20)	20 ώρες
	Σύνολο Μαθήματος	80 ώρες
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ		

ΦΟΙΤΗΤΩΝ	<p>Η αξιολόγηση του φοιτητή γίνεται ως εξής:</p> <ul style="list-style-type: none"> • FORMA (βάρος 100%): Σε διάστημα 15 ημερών μετά το τελευταίο μάθημα οι φοιτητές καταθέτουν σε έντυπη μορφή τη διαμόρφωση μιας ερευνητικής πρότασης. • Η εργασία βαθμολογείται ως ΠΕΡΝΑ ή ΔΕΝ ΠΕΡΝΑ.
-----------------	---

(5) ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:

- Γαρδέλλης, Χ. (2006) Ανάλυση δεδομένων με το SPSS for Windows. Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση.
- Δημητριάδη, Ζ.Σ. (2000) *Μεθοδολογία Επιχειρηματικής Έρευνας*. Αθήνα: Interbooks.
- Emory, W.C. and Cooper, D.R. (1991) *Business research methods*. Homewood, Ill.: Irwin.
- Frankfort-Nachmias, C. and Nachmias, D. (1996) *Research methods in the social sciences*. 5th ed. New York: St. Martin's Press.
- Jackson, W. (1995) *Methods: Doing social research*. Scarborough: Prentice Hall Canada.
- Saunders, M., Lewis, P. and Thornhill, A. (2003) *Research methods for business students*. 3rd ed. Harlow: Prentice Hall.
- Sekaran, U. (1992) *Research methods for business: A skill building approach*. 2nd ed. New York: John Wiley.
- SPSS INC. (2007) *SPSS Base 16.0 User's Guide*. Chicago: SPSS Inc.
- Ζαφειρόπουλος, Κ. (2005) *Πώς γίνεται μια επιστημονική εργασία; Επιστημονική έρευνα και συγγραφή εργασιών*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.

- Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- Organizational Research Methods – SAGE Journal
- Electronic Journal of Business Research Methods
- Journal of Business Research
- Review of Business Research
- Journal of Applied Business Research
- International Journal of Social Research Methodology
- International Journal of Methodology

Α' ΕΞΑΜΗΝΟ: ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:

ΑΡΧΕΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΘΕΩΡΙΑΣ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ

(1) ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	Επιστημών Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΤΜΗΜΑ	Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Μεταπτυχιακό		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΕ0104	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Α'
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΑΡΧΕΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΘΕΩΡΙΑΣ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ:	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Διαλέξεις, Εργασία, Παρουσίαση	3	6	
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ:	Γενικού υποβάθρου		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	Δεν υπάρχουν		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	https://openclass.uom.gr/courses/INTER1103/		

(2) ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<p>ΜΕΡΟΣ 1ο: Μικροοικονομική</p> <p>Ο σκοπός του πρώτου μέρους του μαθήματος «Αρχές Οικονομικής Θεωρίας και Πολιτικής» είναι να εφοδιάσει τους φοιτητές του MBA με τα αναλυτικά εργαλεία της σύγχρονης Μικροοικονομίας που είναι απαραίτητα για τη μελέτη της συμπεριφοράς των δύο βασικών οικονομικών μονάδων, των καταναλωτών (νοικοκυριών) και των παραγωγών (επιχειρήσεων), καθώς και της αλληλεπίδρασής τους δια μέσου του μηχανισμού της αγοράς.</p> <p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος η φοιτήτρια/τής θα είναι σε θέση να:</p> <ul style="list-style-type: none">• γνωρίζει και να χρησιμοποιεί τα βασικά μεθοδολογικά εργαλεία της Μικροοικονομικής Ανάλυσης,• αντιλαμβάνεται τον τρόπο λειτουργίας των δύο βασικών οικονομικών μονάδων, των νοικοκυριών και των επιχειρήσεων,• γνωρίζει την έννοια του συγκριτικού πλεονεκτήματος και τα οφέλη που προκύπτουν από την εξειδίκευση,• γνωρίζει τους προσδιοριστικούς παράγοντες της ζήτησης και της προσφοράς ενός αγαθού και να αναλύει τα αποτελέσματα διαφόρων κυβερνητικών πολιτικών στην αγορά του αγαθού,• κατανοεί τη λειτουργία της αγοράς ενός αγαθού,• κατανοήσει, μέσω της έννοιας της ελαστικότητας, τον βαθμό αντίδρασης της αγοραίας ζήτησης, στις μεταβολές των τιμών των αγαθών και του εισοδήματος,• γνωρίζει τις επιπτώσεις της λειτουργίας του νόμου της φθίνουσας απόδοσης και τη σημασία των αποδόσεων στην κλίμακα στην απόδοση μίας επιχείρησης,• αντιλαμβάνεται τη λειτουργία των επιχειρήσεων στην προσπάθεια μεγιστοποίησης του κέρδους τους,• περιγράφει τα χαρακτηριστικά των υποδειγμάτων του τέλει ανταγωνισμού και του μονοπωλίου και να εξηγεί τον τρόπο διαμόρφωσης των τιμών.• γνωρίζει και να χρησιμοποιεί τα βασικά μεθοδολογικά εργαλεία της Μακροοικονομικής Ανάλυσης, <p>ΜΕΡΟΣ 2ο: Μακροοικονομική</p> <p>Ο σκοπός του δεύτερου μέρους του μαθήματος «Αρχές Οικονομικής Θεωρίας και Πολιτικής» είναι να εφοδιάσει τους φοιτητές του MBA με τα αναλυτικά εργαλεία της σύγχρονης Μακροοικονομίας. Το μάθημα έχει ως στόχο να βοηθήσει τους φοιτητές να κατανοήσουν τα βασικά θέματα της σύγχρονης μακροοικονομικής από μια παγκόσμια</p>

προσέγγιση η οποία μελετάει έναν κόσμο αλληλένδετων οικονομιών, χρησιμοποιώντας γραφική ανάλυση.

- **αντιλαμβάνεται** τα βασικά θέματα της σύγχρονης μακροοικονομικής από μια παγκόσμια προσέγγιση,
- **κατανοεί** μακροοικονομικές έννοιες και λογιστικές ταυτότητες ανοικτής οικονομίας,
- **γνωρίζει** τη σχέση ανάμεσα στη μακροοικονομία και τις χρηματοπιστωτικές αγορές,
- **περιγράφει** σχέση ανάμεσα στον πληθωρισμό και τα επιτόκια,
- **αντιλαμβάνεται** την έννοια της συνάρτησης παραγωγής και της οικονομικής μεγέθυνσης,
- **κατανοεί** τη σχέση ανάμεσα στους θεσμούς και την οικονομική ανάπτυξη

Γενικές Ικανότητες

- Αυτόνομη εργασία.
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης.
- Λήψη αποφάσεων.

(3) ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

ΜΕΡΟΣ 1ο: Μικροοικονομική

- Η καμπύλη των παραγωγικών δυνατοτήτων, κόστος ευκαιρίας, απόλυτο και συγκριτικό πλεονέκτημα, εξειδίκευση.
- Η ζήτηση αγαθών.
- Παραγωγή και κόστος παραγωγής.
- Η προσφορά αγαθών.
- Λειτουργία αγοράς και προσδιορισμός τιμής ισορροπίας.
- Παρεμβάσεις του κράτους.
- Τέλειος ανταγωνισμός, μονοπώλιο, μονοπωλιακός ανταγωνισμός, ολιγοπώλιο.
- Δείκτης του Lerner και δείκτης ΗΗΙ.

ΜΕΡΟΣ 2ο: Μακροοικονομική

- Μακροοικονομικές έννοιες και λογιστική ανοικτής οικονομίας
- Κατανάλωση, αποταμίευση, επένδυση και πραγματικό επιτόκιο
- Αγορά χρήματος και νομισματική πολιτική
- Αγορά εργασίας, προσδιορισμός ΑΕΠ και τιμών
- Πληθωρισμός και επιτόκια
- Οικονομική Ανάπτυξη και Θεσμοί

(4) ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Πρόσωπο με πρόσωπο	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη της μαθησιακής διαδικασίας με τη χρήση της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class.	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39
	Αυτόνομη μελέτη	76
	Συγγραφή εργασίας	38

	Παρουσίαση εργασίας	7
	Σύνολο Μαθήματος	160
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	<p>Γλώσσα Αξιολόγησης: Ελληνική</p> <p>Μέθοδοι αξιολόγησης:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Εργασία (30%) - Γραπτή τελική εξέταση (70%) που περιλαμβάνει: <ul style="list-style-type: none"> • Ερωτήσεις πολλαπλών επιλογών. • Επίλυση προβλημάτων. • Ερωτήσεις σύντομης απάντησης. 	

(5) ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:

- Begg, D., Fischer, S. and Dornbusch, R. (2005), "Economics", 8th edition, McGraw-Hill.
- Lipsey, R. και Chrystal, A. (2018), "Μικροοικονομική Θεωρία", Εκδόσεις ΤΖΙΟΛΑ, Θεσσαλονίκη.
- Parkin, M., Powell, M. και Matthews, K. (2013), "Αρχές Οικονομικής", Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα.
- Orchard, E.W., Glen, J. and Eden, J. (1997), "Business Economics", Blackwell.
- Κωνσταντίνος Καρφάκης (2019), Μακροοικονομική της παγκοσμίας οικονομίας, Εκδόσεις Α. Τζιολα και Υιοι.
- Acemoglu, D., Laibson, D., List J. (2015) «Μακροοικονομική», Κριτική.

- Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

Journal of Economic Perspectives, American Economic Review, Journal of Economic Literature.

ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ

(1) ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	Επιστημών Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΤΜΗΜΑ	Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Μεταπτυχιακό		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΕ0202-02	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Α'
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ:	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Διαλέξεις, Εργασία, Παρουσίαση	3	6	
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ:	ΓΕΝΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΚΑΝΕΝΑ		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	ΕΛΛΗΝΙΚΗ		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	https://www.uom.gr/assets/site/public/nodes/8565/13468-2022-2023_Dioikisi_Leitourgion_Tsiotras.pdf https://openeclass.uom.gr/courses/INTER1112/		

(2) ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<p>Ο πρωταρχικός στόχος του μαθήματος είναι η παροχή εξειδικευμένης γνώσης και γνώσεις αιχμής σχετικά με τις προκλήσεις/προβλήματα που αφορούν τη διοίκηση λειτουργιών και τη στρατηγική τους σημασία σε οποιοδήποτε οργανισμό. Στόχος είναι οι φοιτητές να αποκτήσουν μία βασική γνώση σχετικά με τα κύρια ερωτήματα και προβλήματα που αντιμετωπίζουν τα στελέχη της διοίκησης λειτουργιών τόσο στη βιομηχανία όσο και στους οργανισμούς παροχής υπηρεσιών, καθώς και να εξασκήσουν την κριτική τους σκέψη σχετικά με το πώς να αναλύουν αυτά τα προβλήματα και να λαμβάνουν τις αντίστοιχες αποφάσεις. Το μάθημα εισάγει τους φοιτητές στις βασικές αρχές, θεωρίες, μεθοδολογίες και πρακτικές της διοίκησης λειτουργιών και τους βοηθάει να κατανοήσουν και να δουν με κριτική ματιά το ρόλο της μέσα στην επιχείρηση, την επίδρασή της στην αύξηση της ανταγωνιστικότητας της επιχείρησης και την αλληλεπίδρασή της με τις υπόλοιπες βασικές λειτουργίες της επιχείρησης. Παρουσιάζονται και αναλύονται βασικές περιοχές της διοίκησης λειτουργιών, καθώς και τα εργαλεία και οι μέθοδοι που χρησιμοποιούνται για τη λήψη αποφάσεων σε αυτές. Με αυτόν τον τρόπο, το μάθημα προσφέρει εξειδικευμένες δεξιότητες επίλυσης προβλημάτων στα αντίστοιχα θέματα. Κάθε μάθημα αφιερώνεται σε ένα συγκεκριμένο θέμα της Διοίκησης Λειτουργιών (Προβλέψεις Ζήτησης; Επιλογή Τοποθεσίας; Σχεδίαση Χωροταξικής Διάταξης; Σχεδίαση Δυναμικότητας; Σχεδίαση Προϊόντος και Παραγωγικής Διαδικασίας; Διαχείριση Αποθεμάτων, Συστήματα Just-In-Time (JIT) & Λιτή Παραγωγή, Ανταγωνισμός Με βάση Το Χρόνο (TBC), Διαχείριση Εφοδιαστικής Αλυσίδας (SCM)). Τα θέματα αναλύονται συστηματικά και παρουσιάζονται οι αντίστοιχες επιστημονικές εξελίξεις. Η θεωρία και η πράξη συνδυάζονται μέσα από τη μελέτη πραγματικών περιπτώσεων σε ελληνικές και ξένες επιχειρήσεις, καλλιεργώντας την πρωτότυπη σκέψη των φοιτητών. Τέλος, οι φοιτητές μελετούν και παρουσιάζουν οι ίδιοι, μέσα από ομαδικές εργασίες, προκλήσεις και βέλτιστες πρακτικές στα παραπάνω θέματα της διοίκησης λειτουργιών από κορυφαίες στον κλάδο τους επιχειρήσεις, προσφέροντας ερεθίσματα για τη μετέπειτα ερευνητική ή/και επαγγελματική τους δραστηριότητα.</p>

Γενικές Ικανότητες

Το μάθημα αποσκοπεί στα παρακάτω:

- Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση των αντίστοιχων μεθόδων και εργαλείων που διδάσκονται.
- Λήψη αποφάσεων σε θέματα διοίκησης λειτουργιών
- Ομαδική εργασία
- Εργασία σε διεθνές περιβάλλον
- Σχεδιασμός και διαχείριση έργων
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

(3) ΠΕΡΙΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Η Διοίκηση Λειτουργιών (Operations Management) είναι ένα επιστημονικό πεδίο που ασχολείται με την αποτελεσματική διοίκηση των πόρων μιας επιχείρησης. Αυτό δεν περιλαμβάνει μόνο τις λειτουργίες του σχεδιασμού και του ελέγχου αλλά και τον αποτελεσματικό συντονισμό με τις άλλες λειτουργίες και την σταθερή γνώση του τρόπου με τον οποίο οι λειτουργίες υποστηρίζουν και διαμορφώνουν την στρατηγική της επιχειρησιακής μονάδας. Προφανώς, η Διοίκηση Λειτουργιών εφαρμόζεται στους κατασκευαστικούς οργανισμούς καθώς επίσης και στους οργανισμούς παροχής υπηρεσιών, δημόσιους ή ιδιωτικούς, κερδοσκοπικούς ή μη. Πολλοί κάτοχοι διπλωμάτων MBA αποκτούν θέσεις σε αυτό το πεδίο, αφού η λειτουργία της διοίκησης λειτουργιών ενός οργανισμού απασχολεί τα περισσότερα άτομα και χρησιμοποιεί τα περισσότερα πάγια περιουσιακά στοιχεία μιας επιχείρησης. Οι απαραίτητες δεξιότητες για την Διοίκηση Λειτουργιών λαμβάνονται σοβαρά υπόψη από τους εν δυνάμει εργοδότες. Το μάθημα Διοίκηση Λειτουργιών είναι το σημείο έναρξης. Μέσω αυτού οι φοιτητές εφοδιάζονται με τα απαραίτητα εφόδια για να λειτουργήσουν οποιοδήποτε οργανισμό, ενώ ταυτόχρονα το μάθημα παρέχει την βασική γνώση και τις δεξιότητες πάνω στις οποίες θα μπορέσουν στη συνέχεια να κτίσουν. Οποιαδήποτε θέση και αν κατέχουν οι φοιτητές σε έναν οργανισμό, το μάθημα θα τους δώσει μία εκτίμηση του ρόλου του διευθυντή λειτουργιών. Θα κατανοήσουν πώς η θεωρία μπορεί να εφαρμοστεί στην πράξη σε διάφορους οργανισμούς. Τέλος, αυτό το μάθημα δίνει έμφαση στις συντονισμένες επιδράσεις των άλλων λειτουργικών περιοχών καθώς επίσης συγκεντρώνεται στη λειτουργία του οργανισμού που ασχολείται με το σχεδιασμό, προγραμματισμό και έλεγχο των πόρων για την παροχή αγαθών και υπηρεσιών.

Κάθε διάλεξη αφιερώνεται σε ένα συγκεκριμένο θέμα της Διοίκησης Λειτουργιών. Τα θέματα διαπραγματεύονται συστηματικά και με λογική σειρά. Οι διαλέξεις χρησιμοποιούνται ως πλαίσιο για την ατομική μελέτη των φοιτητών. Ο συνδυασμός θεωρίας και πράξης πραγματοποιείται μέσω μελετών περιπτώσεων, δημοσιευμένων άρθρων, βίντεο, και όπου είναι εφικτό με επισκέψεις ομιλητών από βιομηχανίες και πανεπιστήμια.

Ενδεικτικά θέματα που καλύπτει το μάθημα αφορούν: Εισαγωγή στη Διοίκηση Λειτουργιών - Ο Στρατηγικός ρόλος της Διοίκησης Λειτουργιών στο παγκόσμιο ανταγωνιστικό περιβάλλον - Προβλέψεις Ζήτησης - Επιλογή Τοποθεσίας Εγκατάστασης - Στρατηγική Επιλογή Διεργασιών & Χωροταξίας - Σχεδιασμός Παραγωγικής Δυναμικότητας - Διαχείριση Αποθεμάτων - Συστήματα JIT & Λιτή Παραγωγή, - Διαχείριση Εφοδιαστικής Αλυσίδας (SCM) - Προγραμματισμός Παραγωγής – Μελέτες Περιπτώσεων

(4) ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Πρόσωπο με πρόσωπο														
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	<p>Χρησιμοποιείται η ηλεκτρονική πλατφόρμα τηλεκαίδεισης Open-e-Class για την υποστήριξη της οργάνωσης του μαθήματος. Εκεί αναρτώνται όλες οι διαφάνειες, τα παραδείγματα, οι μελέτες περίπτωσης, επιστημονικά άρθρα κ.α. που συνδέονται με το μάθημα</p> <p>Χρησιμοποιείται η παραπάνω πλατφόρμα, όπως και το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο για την επικοινωνία με τους φοιτητές</p> <p>Προτείνονται ιστοσελίδες σχετικές με το αντικείμενο και τις επιμέρους ενότητες του μαθήματος.</p> <p>Χρησιμοποιείται το υλικό από αυτές τις ιστοσελίδες στην κατανόηση του μαθήματος και στην παρουσίαση βέλτιστων πρακτικών και παραδειγμάτων.</p>														
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	<table border="1"><thead><tr><th><i>Δραστηριότητα</i></th><th><i>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</i></th></tr></thead><tbody><tr><td>Παρακολούθηση Διαλέξεων</td><td>36 ώρες (12 τρίωρες διαλέξεις)</td></tr><tr><td>Προετοιμασία Διαλέξεων – Μελέτη</td><td>108 ώρες (3 ώρες προετοιμασία για κάθε ώρα διάλεξης)</td></tr><tr><td>Συγγραφή Εργασίας</td><td>25 ώρες</td></tr><tr><td>Παρουσίαση Εργασίας</td><td>5 ώρες</td></tr><tr><td></td><td></td></tr><tr><td>Σύνολο Μαθήματος</td><td>174 ώρες</td></tr></tbody></table>	<i>Δραστηριότητα</i>	<i>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</i>	Παρακολούθηση Διαλέξεων	36 ώρες (12 τρίωρες διαλέξεις)	Προετοιμασία Διαλέξεων – Μελέτη	108 ώρες (3 ώρες προετοιμασία για κάθε ώρα διάλεξης)	Συγγραφή Εργασίας	25 ώρες	Παρουσίαση Εργασίας	5 ώρες			Σύνολο Μαθήματος	174 ώρες
<i>Δραστηριότητα</i>	<i>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</i>														
Παρακολούθηση Διαλέξεων	36 ώρες (12 τρίωρες διαλέξεις)														
Προετοιμασία Διαλέξεων – Μελέτη	108 ώρες (3 ώρες προετοιμασία για κάθε ώρα διάλεξης)														
Συγγραφή Εργασίας	25 ώρες														
Παρουσίαση Εργασίας	5 ώρες														
Σύνολο Μαθήματος	174 ώρες														
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	<p>Γλώσσα αξιολόγησης: Ελληνική</p> <p>Κριτήρια Αξιολόγησης:</p> <ul style="list-style-type: none">• Γραπτή εξέταση στο τέλος του εξαμήνου (ερωτήσεις σύντομης απάντησης, ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής, επίλυση προβλημάτων)• Εκπόνηση γραπτής ομαδικής εργασία• Προφορική παρουσίαση εργασίας• Συμμετοχή μέσα στην τάξη <p>Τα επιμέρους κριτήρια, όπως και η ακριβής βαρύτητα του καθενός στη συνολική αξιολόγηση των φοιτητών, γίνονται γνωστά από την αρχή του εξαμήνου και αναφέρονται ρητά στο περίγραμμα του μαθήματος.</p> <p>Η αντικειμενική και αξιόπιστη αξιολόγηση της επίδοσης των φοιτητών διασφαλίζεται μέσω των πολλαπλών μεθόδων αξιολόγησης, των</p>														

	<p>πολλαπλών θεμάτων στις γραπτές εξετάσεις (ανοικτές ερωτήσεις – ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής – ασκήσεις), καθώς και τη συχνή αλλαγή των θεμάτων αυτών.</p> <p>Η διαφάνεια της αξιολόγησης διασφαλίζεται με το ότι οι φοιτητές έχουν τη δυνατότητα να βλέπουν τα γραπτά και τις εργασίες τους μέσα σε χρονικό διάστημα περίπου ενός μήνα από την ημέρα ανακοίνωσης των βαθμών τους, έτσι ώστε να λύνονται τυχόν απορίες ή ενστάσεις.</p>
--	---

(5) ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ενδεικτική Βιβλιογραφία

1. Διοίκηση Λειτουργιών-Βιωσιμότητα και Διαχείριση Εφοδιαστικής Αλυσίδας Heizer J., Render B., Munson C., Broken Hills Publishers Ltd., 2020, Λευκωσία.
2. Jacobs, R. & Chase, R., «Διοίκηση Λειτουργιών & Εφοδιαστικής Αλυσίδας», 1η Ελληνική Έκδοση, Εκδόσεις Broken Hills Publishers Ltd., Λευκωσία, 2012.
3. Operations Management for Competitive Advantage, Chase, Jacobs, Aquilano, 11th edition, McGraw Hill, 2006.
4. Production and Operations Management, Norman Gaither, Dryden Press.
5. Production / Operations Management, William J. Stevenson, Irwin Inc.
6. Operations Management: Strategy and analysis, Lee J. Krajewski and Larry P. Ritzman, Addison-Wesley.
7. Production/ Operations Management: concepts and situations, Roger W. Schemer, Macmillan.
8. Decision Support Systems for Production and Operations Management, Vahid Lofti and C. Carl Pegels, Richard Irwin, Inc.
9. Applied Production and Operations Management, J. Evans, D. Anderson, D. Sweeney, T. Williams, West Publishing Company.
10. Production/ Operations Management, Thomas Hendrick, Franklin Moore, Richard Irwin, Inc.
11. Operations Management, James Dilworth, Mc Graw-Hill.
12. IS-QSOM, Quantitative Systems for Operations Management, Prentice Hall.
13. Production and Operations Management, Heizer and Render, Allyn and Bacon
14. Just-In-Time Management, M. J. Schniedejan, Allyn and Bacon.
15. Operations Management-Concepts, Methods and Strategies, M. A. Vonderembse and G. P. White, West Publishing Co.
16. Operations Management-Principles & Practice, Tomes A. and Hayes M., Prentice Hall.
17. Fundamentals of Production/Operations Management, W. A. Ruch, H. E. Feacon, C. D. Wiefers, West Publishing.
18. Operations Management: Serving the Customer, R.J. Schonberger, E. M. Knod, Business Publications Inc.
19. Production/Operations Management: Text and Cases, T. Hill, Prentice Hall.
20. Restoring our Competitive Edge: Competing through Manufacturing, R. Hayes and S.C. Wheelwright., J. Wiley & Sons.
21. Essentials of Production and Operations Management, R. Wild, Casell.
22. Manufacturing Strategy: Formulation and Implementation, G. R. Greenhalgh.
23. The Essence of Operations Management, Terry Hill, Prentice Hall.
24. Business Logistics Management, Ronald H. Ballou, Prentice Hall.
25. Service Operations Management, Robert G. Murdick, Barry Render, Roberta S. Russell, Prentice Hall.
26. Production and Operations Management, Everett E. Adam, Jr. and Ronald J. Ebert, 5th edition, Prentice Hall.
27. Διοίκηση Παραγωγής, Σύγχρονες Προσεγγίσεις, Κ. Δερβιτσιώτη, Αθήνα 1993.
28. Operations Management Cases, W. Gehrleim, McGraw Hill, 2006.
29. Operations Management, fourth edition, Slack, Chambers, Johnston, Prentice Hall, 2004.
30. Operations Management for MBAs, second edition, Meredith, Shafer, Wiley, 2002.
31. Supply Chain Management, second edition, Chopra, Meindl, Prentice Hall, 2004.
32. Production and Operations and Analysis, Steven Nahmias, 6th edition, Irwin, 2006

Ενδεικτικοί Ιστότοποι

Associated Quality Consultants, Inc: A large collection of free quality information.

www.quality.org

National Quality Research Center, at University of Michigan

www.acsi.asqc.org

Total Quality Engineering "dedicated to improving business competitiveness through quality tools, principles, and techniques"

www.tqe.com

At MIT, there is a Center for Technology, Policy and Industrial Development,

<http://web.mit.edu/ctpid/www/>

Warwick Business School in the UK, has a collection of Operations Management Links, including an Operations Management screensaver.

<http://www.wbs.warwick.ac.uk/omindex/>

The essential idea of poka-yoke is to design your process so that mistakes are impossible or at least easily detected and corrected.

<http://www.cox.smu.edu/jgrout/pokayoke.html>

A non-profit organization, about quality, creativity and innovative management.

www.goalqpc.com

Productivity, Inc.

<http://www.mfgnet.com/>, <http://www.productivity-inc.com/>

The Agility Forum

<http://www.agilityforum.org/>

Learn about the International Standards Organization (ISO) at the ISO homepage:

www.iso.ch/welcome.html

Business Research in Information and technology

<http://www.brint.com/>

To check out the latest in freeware, shareware, demos and trial business software, try

http://www.softseek.com/Business_and_Productivity/ and for business simulations

http://www.softseek.com/Games/Business_Simulations/

Industrial Technology Institute, Performance Benchmarking Service

<http://www.iti.org/pbs/aboutus.htm>

Computer Aided Assembly Planning at Wright State University

<http://www.cs.wright.edu/research/caap/default.html>

National Association of Manufacturers host a site called Manufacturing Central

<http://www.nam.org/>

Coalition for Intelligent Manufacturing Systems

<http://www.sayer.com/CIMS/>

Intelligent Manufacturing Systems, a non-profit org.

<http://www.ims.org/>

U.S. Government's National Institute for Standards and Technology

<http://www.nist.gov/>

American Supplier is a non-profit organization specializing in supply issues.

<http://www.amsup.com/>

Institute for operations research and management sciences.

<http://www.informs.org/>

Interesting demos of management information systems <http://www.man.ac.uk/idpm/isdemo.htm>

State of the Art Practices in Operations From Toyota Company

<http://www.toyota.com/about/operations>

<http://www.toyota.co.jp/en/index.html>

State of the Art Practices in Operations From Ford Motor Company

<http://www.ford.com>

Greek Journal PLANT, For Practitioners In Operations Management

<http://www.plant-management.gr>

Collection of Scientific Journals

<http://www3.lib.uom.gr/dbases/>

<http://heal-l.physics.auth.gr/heal-linksearch/>

http://harvardbusinessonline.hbsp.harvard.edu/b01/en/academic/edu_home.ihtml?_requestid=37379 (Cases from Harvard Business School)

Council of Supply Chain Management Professional (www.cscmp.org)

Ελληνική Εταιρεία Logistics, Παράρτημα Θεσσαλονίκης

<http://www.logistics.org.gr/>

The Economist: www.economist.com

Financial Times: www.ft.com

Ενδεικτικά Επιστημονικά Περιοδικά

(Δημοσιευμένα άρθρα σε θέματα διοίκησης λειτουργιών)

1. International Journal of Operations and Production Management
2. International Journal of Productivity and Performance Management
3. International Journal of Services and Operations Management
4. International Journal of Production Research
5. Management Science
6. International Journal of Business Performance Management
7. Business Process Management Journal
8. Production Planning and Control
9. Operations Management Review
10. Industrial Management & Data Systems
11. Journal of Quality Technology
12. Journal of Manufacturing Technology Management
13. International Journal of Quality & Reliability Management
14. Cost and Management
15. Supply Chain Management Review (www.scmr.com)
16. International Journal of Manufacturing Technology and Management
17. Managerial Auditing Journal
18. Logistics Information Management
19. Integrated Manufacturing Systems
20. Journal of Operations Management

ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

(1) ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	Επιστημών Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΤΜΗΜΑ	Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Μεταπτυχιακό		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΕΟ103	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Α'
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ:	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Διαλέξεις, Εργασία, Παρουσίαση	3	6	
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ:	Υποχρεωτικό Μάθημα		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	Όχι		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	Όχι		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	https://openeclass.uom.gr/courses/MBA107/		

(2) ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<p>Το μάθημα στοχεύει σε μια πλήρη θεώρηση του μάρκετινγκ μέσα από ένα καινοτόμο πλαίσιο παρουσίασης του ως τέχνη και επιστήμη της δημιουργίας αξίας για τους πελάτες με αντάλλαγμα τη δέσμευση αξίας από αυτούς. Με την ολοκλήρωση του κύκλου των διαλέξεων, οι φοιτητές/τριες θα είναι σε θέση:</p> <ul style="list-style-type: none">– Να αναγνωρίζουν και να περιγράφουν τις ακόλουθες έννοιες: έρευνα και ανάλυση αγοράς, εκτίμηση περιβάλλοντος, μελέτη συμπεριφοράς καταναλωτών, καθορισμό στόχων και αγοράς στόχου, διαφοροποίηση από τον ανταγωνισμό, τμηματοποίηση, στόχευση και τοποθέτηση, σχεδιασμό μίγματος μάρκετινγκ (πολιτική προϊόντος, στρατηγική μάρκας, τιμολογιακή πολιτική, πολιτική προβολής και πολιτική διανομής), εφαρμογή και υλοποίηση του προγράμματος μάρκετινγκ και έλεγχο αποτελεσματικότητας προγράμματος μάρκετινγκ.– Να κατακτήσουν την ικανότητα της ανάλυσης και σύνθεσης, όπως και του αποτελεσματικού σχεδιασμού στο μάρκετινγκ κάτω από χρηματικούς περιορισμούς και συνθήκες αβεβαιότητας.– Να κατανοήσουν τους τρόπους που λειτουργεί το μάρκετινγκ στην πράξη και την επίδραση των αποφάσεων μάρκετινγκ στην απόδοση των οργανισμών και επιχειρήσεων του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα και της οικονομίας ευρύτερα.– Σε αυτό το πλαίσιο οι σπουδαστές αναμένεται να αναπτύξουν την αναλυτική, κριτική και συνθετική τους ικανότητα όσον αφορά τα στοιχεία του μίγματος μάρκετινγκ για το σχεδιασμό, την εφαρμογή και την αξιολόγηση στρατηγικών και τακτικών διοίκησης μάρκετινγκ της επιχείρησης.– Να είναι σε θέση να εφαρμόσουν την ολοκληρωμένη διαδικασία διοίκησης μάρκετινγκ λαμβάνοντας υπόψη το εκάστοτε περιβάλλον της επιχείρησης για κάθε επιχειρηματικό κλάδο.
Γενικές Ικανότητες
<p>Το μάθημα αποσκοπεί να εφοδιάσει τους/τις φοιτητές/τριες με τις ακόλουθες γενικές ικανότητες:</p> <ul style="list-style-type: none">– Ομαδική εργασία μέσα από τη συμμετοχή τους στις δύο εργασίες και τη μία παρουσίαση του μαθήματος.– Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης μέσα από την επίλυση case studies και τη συγγραφή ενός case study επικεντρωμένου σε μία επιμέρους θεματική ενότητα του μάρκετινγκ.– Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών αναζήτησης κλαδικών μελετών, βιβλίων και επιστημονικών ερευνών.– Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής μέσα από τη συμμετοχή στην παρουσίαση της εργασίας και την κατάθεση ερωτημάτων στους υπόλοιπους συμμετέχοντες/φοιτητές.– Λήψη αποφάσεων λόγω των επιλογών που πρέπει να πραγματοποιήσουν στο πλαίσιο της συγγραφής των δύο εργασιών.

(3) ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Στο μάθημα παρουσιάζονται οι αρχές, μεθοδολογίες και διαδικασίες του Διοικητικού Μάρκετινγκ στο πλαίσιο του σύγχρονου ανταγωνιστικού επιχειρηματικού περιβάλλοντος. Στις επιμέρους θεματικές ενότητες αναλύονται οι βασικές αρχές μάρκετινγκ, ο προσανατολισμός στην αγορά και το μάρκετινγκ, οι πόροι μάρκετινγκ, η διαδικασία λήψης αποφάσεων μάρκετινγκ, η διοίκηση μάρκετινγκ, η κατάρτιση προγράμματος μάρκετινγκ και το μίγμα μάρκετινγκ. Το γενικό πλαίσιο της διαδικασίας του διοικητικού μάρκετινγκ περιλαμβάνει: 1) έρευνα και ανάλυση αγοράς, 2) εκτίμηση περιβάλλοντος, 3) μελέτη συμπεριφοράς καταναλωτών, προσοχή στους υπάρχοντες πελάτες, ποιότητα εξυπηρέτησης πελάτη, CGM consumer generated marketing 4) καθορισμό στόχων και αγοράς στόχου, διαφοροποίηση από τον ανταγωνισμό, τμηματοποίηση, στόχευση και τοποθέτηση 5) σχεδιασμό μίγματος μάρκετινγκ (πολιτική προϊόντος, στρατηγική μάρκας, τιμολογιακή πολιτική, πολιτική προβολής και πολιτική διανομής), 6) εφαρμογή και υλοποίηση του προγράμματος, 7) έλεγχο αποτελεσματικότητας και 8) συλλογή και ανάλυση πληροφοριών των νέων διαμορφούμενων καταστάσεων στην αγορά, την επιχείρηση, και το περιβάλλον. Κατά τη διάρκεια των μαθημάτων, τη θεωρητική παρουσίαση των παραπάνω εννοιών θα ακολουθεί η ανάπτυξη και ανάλυση επιλεγμένων μελετών περίπτωσης.

Η προσέγγιση του μάρκετινγκ γίνεται μέσα από ένα ολοκληρωμένο πλαίσιο ανάπτυξης πελατειακής αξίας και πελατειακών σχέσεων με τη χρήση των νέων τεχνολογιών, των σύγχρονων συστημάτων της Πληροφορικής και των εφαρμογών του Διαδικτύου, του Ηλεκτρονικού Επιχειρείν και της Κοινωνικής Δικτύωσης. Παράλληλα με την ενσωμάτωση των νέων τεχνολογιών και του Διαδικτύου στη στρατηγική ανάπτυξη και λειτουργία του μάρκετινγκ, ιδιαίτερη σημασία δίνεται σε θέματα ηθικής και κοινωνικής υπευθυνότητας των επιχειρήσεων απέναντι στους πελάτες και συνεργάτες τους, καθώς και στο δίκτυο εφοδιαστικής αλυσίδας για τη διανομή των προϊόντων. Στο πλαίσιο του μαθήματος παρουσιάζονται οι σύγχρονες τάσεις και οι προκλήσεις που αναδύονται στο περιβάλλον του μάρκετινγκ και ενσωματώνονται στις κλασικές αρχές, διευρύνοντας τη μεθοδολογία, τις τεχνικές και τη φιλοσοφία έρευνας και διοίκησης μάρκετινγκ. Ο πελάτης αποτελεί πλέον το βασικό «κεφάλαιο – πόρο» της επιχειρηματικής δράσης και η σύγχρονη προσέγγιση για το σχεδιασμό του μίγματος μάρκετινγκ είναι πελατο-κεντρική. Ακόμη, ιδιαίτερη σημασία δίνεται και στη συνεργασία για τη στρατηγική επιχειρησιακή ανάπτυξη, με έμφαση σε θέματα διοίκησης εφοδιαστικής αλυσίδας και δημιουργία σχέσεων με τους συνεργάτες. Η αμφίδρομη επικοινωνία επιχείρησης/οργανισμού με τον πελάτη και το ψηφιακό περιβάλλον και η χρήση των κοινωνικών μέσων μεταβάλλουν τους τρόπους και τις δυνατότητες στόχευσης, τοποθέτησης, ανάπτυξης προϊόντων και υπηρεσιών. Νέες και συνεχείς προκλήσεις παρουσιάζονται για θέματα διοίκησης ισχυρών μαρκών, δημιουργίας αξίας μάρκας, ανάπτυξης προϊόντων σε συνεργασία με πελάτες και τρίτους, προσαρμοσμένης και εξατομικευμένης τιμολόγησης, επιλογής και συντονισμού καναλιών διανομής και επικοινωνίας, καθώς και μέτρησης της απόδοσης των εκάστοτε ενεργειών μάρκετινγκ.

(4) ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ – ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ.	Πρόσωπο με πρόσωπο	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας eclass. Πραγματοποίηση συμμετοχικών ασκήσεων με τη χρήση του λογισμικού padlet.	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	40 ώρες
	Διαδραστική διδασκαλία	25 ώρες
	Συγγραφή Case Study	20 ώρες
	Συγγραφή βιβλιογραφικής εργασίας	40 ώρες
	Παρουσίαση Case Study	15 ώρες
	Μελέτη	20 ώρες
	Σύνολο Μαθήματος	160

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	<p>Η βαθμολογία του μαθήματος στηρίζεται στις τελικές εξετάσεις, τη βιβλιογραφική εργασία, τη συγγραφή ενός case study και την παρουσίαση του case study.</p> <p>Η βαρύτητα στη βαθμολογία είναι η ακόλουθη:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Τελική εξέταση: 50% • Case study: 25% (15% κείμενο και 10% παρουσίαση) • Βιβλιογραφική Εργασία: 25%
----------------------------	--

(5) ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:

Προτεινόμενο Σύγγραμμα

Armstrong, G and Kotler, P. (2010), *MARKETING An Introduction*, 10th, Pearson, Prentice Hall, επιμέλεια Μ.Βλαχοπούλου

Συμπληρωματική Βιβλιογραφία

Μάρω Βλαχοπούλου (2020), *Ψηφιακό Μάρκετινγκ. Από τη θεωρία στην πράξη*, εκδόσεις Rosili.

Perreault, W., Cannon, J., and McCarthy, E.J. (2022), *Βασικές Αρχές Marketing: Μια Στρατηγική Προσέγγιση*, εκδόσεις Πασχαλίδη.

Παντουβάκης, Α., Σιώμκος, Ε., Χρήστου, Ε. (2015), *Μάρκετινγκ*, Εκδόσεις Λιβάνη, Αθήνα.

Runia P., Wahl F., Thewiben C., and Geyer O., (2014), *Μάρκετινγκ*, εκδόσεις Προπομπός.

Μάλλιαρης, Π. (2013) *Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ*, 4η έκδοση, Εκδόσεις Σταμούλη.

Pride, W.M, Ferrell, O.C. (2006), *Marketing, Concepts and Strategies*. MindTap Marketing for Marketing.

Subhash, C.J. (2009), *Marketing Planning Strategy*, 8th Edition, South Western.

Walker, Boyd and Larreche (2005), *Marketing Strategy*, 5th Edition, IRWIN.

Kotler P., (2000), *Μάρκετινγκ Μάνατζμεντ*, εκδόσεις Interbooks.

Τζωρτζάκης Κώστας (2002), *Τζωρτζάκη Αλεξία*, *Αρχές μάρκετινγκ Η ελληνική προσέγγιση* Εκδότης: Rosili.

Karferer Jean-Noël (2013), *Διοίκηση Μάρκας. Σύγχρονες Στρατηγικές*, εκδόσεις Rosili.

Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- ✓ Journal of Marketing
- ✓ Journal of Marketing Research
- ✓ Marketing Science
- ✓ International Journal of Research in Marketing
- ✓ Journal of the Academy of Marketing Science
- ✓ European Journal of Marketing
- ✓ Journal of Consumer Research

ΠΟΣΟΤΙΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ ΣΤΗΝ ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΤΩΝ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ

(1) ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	Επιστημών Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΤΜΗΜΑ	Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Μεταπτυχιακό		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΕ0102-2	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	A
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΠΟΣΟΤΙΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ ΣΤΗΝ ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΤΩΝ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Διαλέξεις, Εργασία, Παρουσίαση	3	6	
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ:	Ειδικού υπόβαθρου		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική – αγγλική ορολογία και βιβλιογραφία		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	-		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

(2) ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<p>Με την ολοκλήρωση του μαθήματος αναμένεται ότι οι εκπαιδευόμενοι θα είναι σε θέση να υπολογίσουν βασικούς περιγραφικούς δείκτες από ένα σύνολο δεδομένων και να παρουσιάσουν το σύνολο αυτό με στοιχειώδεις τεχνικές οπτικοποίησης, να αναπτύξουν στοιχειώδη μοντέλα πρόβλεψης, να διαμορφώσουν ένα ποσοτικό μοντέλο βελτιστοποίησης με αφορμή μία πραγματική επιχειρησιακή κατάσταση ώστε να επεξεργάζονται λύσεις που παρέχουν εναλλακτικές τιμές μέτρων απόδοσης, να συγκρίνουν τα εναλλακτικά σενάρια με βάση τα μέτρα αυτά και να προσεγγίζουν συστηματικά την εξερεύνηση της δομής των λύσεων αυτών αναλύοντας τον τρόπο λειτουργίας ενός συστήματος.</p>
Γενικές Ικανότητες
<p>Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις Λήψη αποφάσεων Αυτόνομη εργασία Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών Σχεδιασμός και διαχείριση έργων Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης</p>

(3) ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Η διαδικασία λήψης βέλτιστων επιχειρησιακών αποφάσεων που στηρίζεται στη συλλογή, ταξινόμηση, επεξεργασία και ανάλυση δεδομένων δεν είναι κάτι νέο. Είναι αντικείμενο της Στατιστικής (συλλογή, ταξινόμηση, διερεύνηση, πρόβλεψη) και στη συνέχεια της Επιχειρησιακής Έρευνας (ταξινόμηση, διερεύνηση, βελτιστοποίηση) εδώ και πολλές δεκαετίες. Οι μεταβολές που παρατηρούνται τα τελευταία χρόνια αφορούν κυρίως (α) στην ποικιλία των πηγών άντλησης δεδομένων, (β) στη στενή σύζευξη των μεθοδολογιών της Στατιστικής και της Επιχειρησιακής Έρευνας με την Πληροφορική αυτοματοποιώντας τις διαδικασίες μοντελοποίησης και λήψης αποφάσεων (machine learning) αλλά ιδίως (γ) αφορούν την ποικιλομορφία των δεδομένων αυτών καθ' αυτών, που παρουσιάζουν ένα ή περισσότερα από τα εξής χαρακτηριστικά: μεγάλο όγκο (volume), μεγαλύτερη ποικιλία πηγών (variety), ταχύτητα γένεσης (velocity), ασάφεια ή μεταβλητότητα (variability, veracity) αλλά και αξία (value), αναδεικνύοντας πολλές προκλήσεις για τους λήπτες αποφάσεων. Η Επιχειρησιακή Αναλυτική (Business Analytics) διακρίνεται σε τρία κύρια επίπεδα ανάλυσης: Descriptive/Diagnostic/ Explanatory Analytics (επεξεργασία δεδομένων και εξαγωγή πληροφοριών από στοιχεία του παρελθόντος και του παρόντος), Predictive Analytics (βασίζεται στο παρελθόν και το παρόν για να αναπτύξει μοντέλα πρόβλεψης - predictive ή κατηγοριοποίησης - classify) και Prescriptive Analytics (χρησιμοποιεί μοντέλα που στηρίζονται στα προηγούμενα αποτελέσματα ώστε να προτείνει βέλτιστους τρόπους λειτουργίας – prescriptions = συνταγές).

Στο εισαγωγικό μέρος του μαθήματος (1η διάλεξη) επιχειρείται μία γνωριμία με τις βασικές Ποσοτικές μεθόδους της Αναλυτικής των Επιχειρήσεων (Descriptive/Diagnostic, Predictive, Prescriptive Analytics). Στη συνέχεια, το Α' τμήμα των διαλέξεων (2η έως 5η διάλεξη) αφιερώνεται στην παρουσίαση των βασικών τεχνικών της διερευνητικής στατιστικής και μερικών δημοφιλών ποσοτικών μεθόδων στο πλαίσιο της προβλεπτικής αναλυτικής. Με τον τρόπο αυτό οι εκπαιδευόμενοι αποκτούν μία εικόνα της διαχείρισης των δεδομένων που απαιτείται ώστε να οδηγηθούν ομαλά στο Β' τμήμα του μαθήματος (διαλέξεις 6^η έως 10^η) που αποτελεί μία γενική προσέγγιση στις πλέον σημαντικές ποσοτικές τεχνικές μοντελοποίησης επιχειρησιακών διαδικασιών. Αναλύονται μελέτες περιπτώσεων γραμμικού προγραμματισμού και δικτύων με τη χρήση κατάλληλου λογισμικού. Τέλος, στο Γ' τμήμα του μαθήματος (διαλέξεις 11 και 12) πραγματοποιείται εισαγωγή στη θεωρία αποφάσεων η οποία συνδέεται άμεσα με ανταγωνιστικές καταστάσεις στοχαστικής φύσεως και εισάγει τους εκπαιδευόμενους σε εξόχως ενδιαφέρουσες έννοιες των συμπεριφορικών οικονομικών

Περιγραμμά

1. Εισαγωγικές πληροφορίες για την Αναλυτική των Αποφάσεων στις Επιχειρήσεις
2. Ποσοτικά μοντέλα στην Διερευνητική Στατιστική – Απεικόνιση δεδομένων
3. Στατιστική συμπερασματολογία και έλεγχος υποθέσεων
4. Μοντέλα πρόβλεψης με γραμμική παλινδρόμηση
5. Μοντέλα πρόβλεψης με χρονοσειρές και εξόρυξη δεδομένων
6. Η Καθοδηγητική Αναλυτική– Εισαγωγή στον Γραμμικό Προγραμματισμό
7. Εφαρμογές του Γραμμικού Προγραμματισμού
8. Ανάλυση Ευαισθησίας
9. Ειδικές Περιπτώσεις Γραμμικών Μοντέλων
10. Εισαγωγή στην Θεωρία Δικτυωτής Ανάλυσης
11. Θεωρία Αποφάσεων σε περιβάλλον αβεβαιότητας και ρίσκου
12. Εφαρμογές και παραδείγματα με τη θεωρία αποφάσεων
13. Γραπτές Εξετάσεις

(4) ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ.	Πρόσωπο με πρόσωπο εργαστηριακές διαλέξεις	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Email, eclass κλπ Excel, POM/QM.	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	<i>Δραστηριότητα</i>	<i>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</i>
	Διαλέξεις	150
	Εργασίες	75
	Σύνολο Μαθήματος	225
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	1 Γραπτές Εξετάσεις: 85% 2 Coursework: 15% 3 Bonus ενεργητικής συμμετοχής στις διαλέξεις: 10% (in class and out of class quizzes, etc.)	

(5) ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Camm J., Cochran J., Fry M., Ohlmann J., Anderson D., Sweeney D., Williams T., Essentials of Business Analytics, Cengage Learning, 2015
- Anderson D. R., D. J. Sweeney and T. A. Williams, An introduction to Management Science: Quantitative Approaches to Decision Making, 8th – 13th ed. Thomson.
- Keller, G., Στατιστική για Οικονομικά & Διοίκηση Επιχειρήσεων, Εκδόσεις Επίκεντρο, 8^η έκδοση 2010.
- Γεωργίου Α., Οικονόμου Γ. και Γ. Τσιότρας, Κ. Καπάρης, «Μελέτες Περιπτώσεων Επιχειρησιακής Έρευνας», Εκδόσεις Μπένου 2019.

Β' ΕΞΑΜΗΝΟ: ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:

ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ

(1) ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	Επιστημών Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΤΜΗΜΑ	Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Μεταπτυχιακό		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΕΟ106-1	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Β'
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ:	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Διαλέξεις, Εργασία, Παρουσίαση	3	6,0	
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ:	Ειδικού υποβάθρου		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΚΑΝΕΝΑ		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	ΕΛΛΗΝΙΚΗ ή/και ΑΓΓΛΙΚΗ		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	https://openeclass.uom.gr/courses/UNI113/		

(2) ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<p>Σκοπός του μαθήματος είναι η μύηση των μεταπτυχιακών φοιτητριών - φοιτητών σε τεχνικές και μεθόδους της Διοίκησης Ανθρώπινων Πόρων, ώστε να είναι σε θέση να αναλύουν και να χειρίζονται αποτελεσματικά πολυδιάστατα ζητήματα διαχείρισης προσωπικού και στελεχών σε οργανισμούς. Πιο συγκεκριμένα, με την ολοκλήρωση του μαθήματος αναμένεται ότι οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα ενισχύσουν την</p> <ul style="list-style-type: none">• εξειδικευμένη γνώση στη Διοίκηση Ανθρώπινων Πόρων (ΔΑΠ) που να βασίζεται σε επιστημονικές εξελίξεις στη Διοίκηση Επιχειρήσεων και ειδικότερα στην ΔΑΠ που με τη σειρά της θα προάγει την επαγγελματική και ερευνητική δραστηριότητα των φοιτητών• την γνώση των θεωριών και πρακτικών της ΔΑΠ, καθώς και της σύνδεσης τους με συγγενή γνωστικά πεδία όπως η Βιομηχανική Ψυχολογία και Κοινωνιολογία, ώστε να παρακολουθούν την εξέλιξη του γνωστικού πεδίου της ΔΑΠ και των πρακτικών της στην επαγγελματική τους σταδιοδρομία
Γενικές Ικανότητες
<p>Ανάπτυξη γενικών ικανοτήτων των φοιτητών:</p> <ul style="list-style-type: none">• να επιλέγουν τις κατάλληλες μεθόδους ανάλυσης με βάση τον ερευνητικό σχεδιασμό, τη φύση των δεδομένων και τα ερευνητικά ερωτήματα που σχετίζονται με αυτά• παραγωγή νέων ερευνητικών ιδεών• να αναγνωρίζουν τα προβλήματα που απαιτούν αντιμετώπιση μέσω εφαρμογής• αυτόνομη εργασία• ομαδική εργασία• εργασία σε διεθνές περιβάλλον• άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής• Προαγωγή της ελεύθερης και επαγωγικής σκέψης <p>Ανάπτυξη Δεξιοτήτων των φοιτητών:</p> <ul style="list-style-type: none">• Να είναι σε θέση να αξιολογούν σύγχρονες επιστημονικές έρευνες της ΔΑΠ• Ενίσχυση των επικοινωνιακών δεξιοτήτων με παρουσίαση ατομικών εργασιών σε κοινό.• Να εφαρμόζουν τις θεωρίες και πρακτικές της ΔΑΠ με κριτικό τρόπο στις μελέτες τους και στην εργασία τους

(3) ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΤΟΥ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. Εισαγωγή στη Διοίκηση Ανθρώπινων Πόρων
2. Στρατηγική Διοίκηση Ανθρώπινων Πόρων – Case study Aescular, Braun.
3. Ανασχεδιασμός της Θέσης Εργασίας - Περιγραφή Θέσης Εργασίας: Σημασία, και Τεχνικές
4. Προγραμματισμός και Προσέλκυση Προσωπικού
5. Τεχνικές Επιλογής Προσωπικού , Oniview and Goldman Sachs Cases
6. Διαχείριση Ταλέντων και Ανάπτυξη Σταδιοδρομίας Προσωπικού
7. Συστήματα Εκπαίδευσης Προσωπικού
8. Συστήματα Διοίκησης Απόδοσης Προσωπικού
9. Συστήματα Διοίκησης Απόδοσης Προσωπικού: Cases , Deloitte vs Facebook
10. Συστήματα Ανταμοιβών
11. Ηγεσία σε οργανισμούς
12. Μοντέλα Διοίκησης Ανθρώπινων Πόρων+

(4) ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ.	<ul style="list-style-type: none"> • Δια ζώσης διδασκαλία ή/και εξ' αποστάσεως εκπαίδευση. • Διαδραστική διδασκαλία με χρήση case study • Παρουσίαση ατομικών εργασιών μέσα στην αίθουσα • Χρησιμοποιούνται το Power Point στη διδασκαλία και το email και Open Class στην επικοινωνία. • Παρουσίαση στατιστικών μοντέλων HRM από την βιβλιογραφία 	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	<ul style="list-style-type: none"> • Ευρύτατη χρήση της εκπαιδευτικής πλατφόρμας του Πανεπιστημίου https://openeclass.uom.gr/ • Στατιστικό πακέτο SPSS • Στατιστικό πακέτο SmartPLS • Όλο το εκπαιδευτικό υλικό, όπως διαφάνειες παραδόσεων, άρθρα και cases σχετικά με τα μαθήματα αναρτώνται στο openeclass • Χρησιμοποιούνται το Power Point στη διδασκαλία και το email και Openeclass στην επικοινωνία. 	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις και Τελική Εξέταση	36+3= 39
	Μελέτη και ανάλυση βιβλιογραφίας/3 ώρες μελέτης ανά ώρα διδασκαλίας	36 X 3=108
	Μελέτη και Συγγραφή εργασιών	20
	Σύνολο Μαθήματος	167 ώρες
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Εξέταση όλης της ύλης με ερωτήσεις σύντομης απάντησης (60% του βαθμού) 2. Δύο (2) γραπτές εργασίες (20%) 3. Δημόσια Παρουσίαση εργασιών με PowerPoint (10%) 	

	<p>4. Συμμετοχή στην παράδοση του μαθήματος. Οι φοιτητές καλούνται να απαντήσουν σε ερωτήσεις κρίσεως κατά τη διάρκεια των διαλέξεων (10%)</p> <p>5. Τα κριτήρια αξιολόγησης του μαθήματος είναι προσβάσιμα στους φοιτητές στη πλατφόρμα του Πανεπιστημίου openeclass.</p>
--	--

(5) ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Βιβλιογραφία:

Dessler G. (2013) Human Resource Management, 12th ed., New Jersey: Pearson, Prentice Hall

Snell S and Morris, S (2019), Managing Human Resources, 18th Ed., Boston, Cengage.

Κάτου, Α.Α. (2017) Διοίκηση Ανθρώπινων Πόρων, Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Ζυγός

Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

Harvard Business Review, Human Resource Management, Leadership Quarterly, Personnel Review, International Journal of Human Resource Management, European Management Journal, Journal of Management Studies European Management Review, International Journal of Manpower...

ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ

(1) ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	Επιστημών Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΤΜΗΜΑ	Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Μεταπτυχιακό		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΕΟ201	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Β'
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Διαλέξεις	3	6	
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ:	Γενικού υποβάθρου		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	Κανένα		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	Όχι		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	https://openeclass.uom.gr/courses/MBA105/		

(2) ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος η μεταπτυχιακή φοιτήτρια/ο μεταπτυχιακός φοιτητής θα πρέπει να είναι σε θέση να:</p> <ul style="list-style-type: none">• χρησιμοποιεί την διοικητική λογιστική ως εργαλείο λήψης αποφάσεων σε μία οντότητα• ταξινομεί τις έννοιες της διοικητικής λογιστικής εντός συγκεκριμένου χρονικού διαστήματος• υπολογίζει το κόστος παραγωγής, το κόστος παραχθέντων και το κόστος πωληθέντων για ένα προϊόν μίας επιχείρησης• εφαρμόζει τις μεθόδους επανεπιμερισμού του κόστους σε μία επιχείρηση• αναπτύσσει την άμεση κοστολόγηση• υπολογίζει το νεκρό σημείο για μία επιχείρηση• αξιολογεί θέματα προϋπολογισμών• ερμηνεύει τις αποκλίσεις άμεσων υλικών και άμεσης εργασίας• εξετάζει θέματα σχετικά με την κοστολόγηση βάσει δραστηριοτήτων• αξιολογεί αποφάσεις μέσω της διοικητικής λογιστικής
Γενικές Ικανότητες
<ul style="list-style-type: none">• Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις• Λήψη αποφάσεων• Αυτόνομη εργασία• Ομαδική εργασία

(3) ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

- Εννοιολογικό πλαίσιο Λογιστικής και Λογαριασμών Ενεργητικού, Παθητικού, Καθαρής Θέσης, Εξόδων και Εσόδων.
- Εννοιολογικό πλαίσιο Διοικητικής λογιστικής - κοστολόγησης (έξοδα, δαπάνες, κόστος).
- Υπολογισμός κόστους παραγωγής, κόστους παραχθέντων, κόστους πωληθέντων, μικτού αποτελέσματος και καθαρού αποτελέσματος (πλήρης κοστολόγηση)
- Μερισμός, Επιμερισμός, Επανεπιμερισμός και Καταλογισμός. Μέθοδοι επανεπιμερισμού εξόδων.
- Άμεση (οριακή ή μεταβλητή ή συνεισφοράς) κοστολόγηση.
- Ανάλυση σχέσεων κόστους-όγκου-κέρδους.
- Προϋπολογισμοί.
- Κοστολόγηση βάσει δραστηριοτήτων.
- Πρότυπη κοστολόγηση (αποκλίσεις).
- Συστήματα κοστολόγησης (σύστημα κοστολόγησης κατά παραγγελία).

(4) ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Πρόσωπο με πρόσωπο	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	<ul style="list-style-type: none">• Υποστήριξη της μαθησιακής διαδικασίας με τη χρήση της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e class.• Χρήση powerpoint στην διδασκαλία.• Χρήση google form στην διδασκαλία.	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39
	Μελέτη και ανάλυση βιβλιογραφίας	61
	Διαδραστική διδασκαλία	20
	Συγγραφή εργασίας	30
	Σύνολο Μαθήματος	150
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	Η αξιολόγηση του μαθήματος γίνεται στην ελληνική γλώσσα ως εξής: <ul style="list-style-type: none">• Τελική γραπτή εξέταση (100%)• Η τελική γραπτή εξέταση καλύπτει το σύνολο της ύλης του μαθήματος και περιλαμβάνει απάντηση ερωτήσεων πολλαπλών επιλογών, επίλυση ασκήσεων και ερώτηση θεωρίας – κρίσεως μικρής απάντησης.• Η βαθμολογική βαρύτητα του κάθε θέματος εξέτασης δίνεται αναλυτικά.• Οι φοιτητές ενημερώνονται για τη διαδικασία αξιολόγησής τους στην πρώτη διάλεξη του εξαμήνου.• Οι φοιτητές έχουν το δικαίωμα να δουν το βαθμολογημένο γραπτό τους σε καθορισμένες ημέρες και ώρες, οι οποίες αναρτώνται στην ηλεκτρονική πλατφόρμα του μαθήματος (e-class).	

(5) ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:

- Καραγιώργος, Α., Δρογαλάς, Γ. και Παζάρσκη, Μ. (2019). Διοικητική Λογιστική, εκδόσεις ΑΦΟΙ Θ. Καραγιώργου.
- Καραγιώργος, Θ. και Πετρίδης, Α. (2015). Μηχανογραφημένη Κοστολόγηση, εκδόσεις ΑΦΟΙ Θ. Καραγιώργου.
- Νεγκάκης, Χ. και Κουσενίδης, Δ. (2020). Κοστολόγηση και Διοικητική Λογιστική Θεωρία - εφαρμογές, εκδόσεις ΑΕΙΦΟΡΟΣ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ ΙΚΕ

- Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- Advances in Management Accounting, Abacus, Accounting in Europe, Management Accounting Research

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ

(1) ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	Επιστημών Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΤΜΗΜΑ	Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Μεταπτυχιακό		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΕ0301-1	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	B
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Διαλέξεις, Εργασία, Παρουσίαση	3	6	
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Μάθημα Γενικού Υποβάθρου (ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ)		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ, ΚΕΦΑΛΑΙΑΓΟΡΕΣ, ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ, ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ, ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	http://www.uom.gr/modules.php?op=modload&name=Mathimata&file=index&tmima=2&categorymenu=2		

(2) ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<p>Το μάθημα ειδικεύεται στην ανάπτυξη γνώσεων και δεξιοτήτων διοίκησης μιας οντότητας στο σύνολό της (ήτοι ειδικεύεται στο management of the total organization) και, κατ'επέκταση, ειδικεύεται στη διαμόρφωση και την υλοποίηση επιχειρηματικών, ανταγωνιστικών και λειτουργικών στρατηγικών. Ειδικότερα, το μάθημα αποτελείται από τις ακόλουθες επιμέρους ενότητες:</p> <p>i) Στρατηγική Ανάλυση του περιβάλλοντος, του κλάδου, του ανταγωνισμού, των stakeholders, των ομάδων πίεσης και των δυνατοτήτων της οντότητας σε ένα πλαίσιο αυξημένης πολυπλοκότητας, επιταχυνόμενων αλλαγών και παγκοσμιοποίησης.</p> <p>ii) Στρατηγικές Αποφάσεις οι οποίες θα εδράζονται στην ικανότητα της εταιρείας, αφενός να εντοπίζει τις ευκαιρίες και τους κινδύνους στις όποιες αλλαγές του επιχειρηματικού περιβάλλοντος και αφετέρου να αναπτύσσει στρατηγικές αντιμετώπισης/εκμετάλλευσης αυτών των αλλαγών.</p> <p>iii) Στρατηγικές Δράσεις για την υλοποίηση των στρατηγικών επιλογών δεδομένων των δομών, των συστημάτων, της κουλτούρας και του μοντέλου διοίκησης της οντότητας.</p> <p>Ειδικότερα, σκοπός του μαθήματος είναι να δώσει την ευκαιρία στους φοιτητές/τριες να «ενοποιήσουν - συνθέσουν» όλες τις γνώσεις που ήδη απέκτησαν από το σύνολο των μαθημάτων ενός προπτυχιακού ή/και μεταπτυχιακού προγράμματος οργάνωσης και διοίκησης των επιχειρήσεων, προκειμένου να επιλύσουν σύνθετα επιχειρησιακά προβλήματα μιας οντότητας.</p> <p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος, ο φοιτητής/τρια θα έχει αναπτύξει τις κάτωθι δεξιότητες:</p> <ol style="list-style-type: none"> Αξιοποίησης του Μοντέλου Στρατηγικού Σχεδιασμού Αξιοποίησης των «εργαλείων ανάλυσης του Εσωτερικού Περιβάλλοντος» μιας Οντότητας και αξιολόγησης των αποτελεσμάτων της εν λόγω ανάλυσης. Αξιοποίησης των «εργαλείων ανάλυσης του Εξωτερικού Περιβάλλοντος» μιας Οντότητας και αξιολόγησης των αποτελεσμάτων της εν λόγω ανάλυσης. Διαμόρφωσης «Αντικειμενικών Στόχων» μιας Οντότητας. Χρήσης Μοντέλων Θεωρίας Χαρτοφυλακίου Υπηρεσιών – Προϊόντων για τον εντοπισμό των καταλληλότερων «επιχειρησιακών, ανταγωνιστικών και λειτουργικών στρατηγικών» (προτάσεις για την

αξιοποίηση των ευκαιριών και την αντιμετώπιση των κινδύνων).

6. Ανάπτυξης και Υλοποίησης ενός Στρατηγικού Σχεδίου

Στο τέλος του μαθήματος, ο φοιτητής/τρια θα μπορεί να (μαθησιακά αποτελέσματα):

1. Κατανοεί τη χρησιμότητα της Στρατηγικής Ανάλυσης και κατ επέκταση της αναγκαιότητα του Στρατηγικού Σχεδιασμού για κάθε οντότητα.
2. Διακρίνει τις θεωρητικά διαθέσιμες Εναλλακτικές Στρατηγικές Επιλογές
3. Αναλύει το εσωτερικό περιβάλλον μιας οντότητας προκειμένου να εντοπίζει τα δυνατά και αδύνατα σημεία του.
4. Διερευνά το εξωτερικό περιβάλλον μιας οντότητα προκειμένου να εντοπίζει του κινδύνους, τις ευκαιρίες, τα στρατηγικά κενά και τις στρατηγικές προκλήσεις της οντότητας.
5. Να αξιολογεί το μείγμα «Δυνάμεις - Αδυναμίες» και «Ευκαιρίες - Κίνδυνοι» μιας οντότητας.
6. Συντάσσει ένα πλήρες Στρατηγικό Σχέδιο για μια Δημόσια Υπηρεσία ή Οργανισμό
7. Υλοποιεί το Στρατηγικό Σχέδιο μιας οντότητας και να αξιολογεί την αποτελεσματικότητά του.

Γενικές Ικανότητες

Το μάθημα αποσκοπεί να προσδώσει στους φοιτητές τις παρακάτω γενικές ικανότητες:

- Ικανότητα ανάλυσης σύνθετων και πολυδιάστατων επιχειρηματικών προβλημάτων
- Ικανότητα εντοπισμού Ευκαιριών και Κινδύνων
- Ικανότητα κριτικής σκέψης και ικανότητα Λήψης Ορθολογικών Αποφάσεων
- Ικανότητα Εντοπισμού – Επιλογής της καταλληλότερης στρατηγικής
- Ικανότητα χρήσης νέων εργαλείων και τεχνολογιών για την υλοποίηση της πλέον υποσχόμενης στρατηγικής
- Ικανότητα ανάπτυξης ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων και ανάταξης μιας επιχείρησης
- Ικανότητα Αξιολόγησης των Αποτελεσμάτων μιας Στρατηγικής Επιλογής, και τέλος την
- Ικανότητα Ανάπτυξης και Υλοποίησης ενός Στρατηγικού Επιχειρηματικού Σχεδίου

Ειδικότερα, ο Φοιτητής αναμένεται να αναπτύξει τις κάτωθι Γενικές Ικανότητες

Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών	X	Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών	X
Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις	X	Σχεδιασμός και διαχείριση έργων	X
Λήψη αποφάσεων	X	Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα	X
Αυτόνομη εργασία	X	Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον	X
Ομαδική εργασία	X	Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε	X

θέματα φύλου			
Εργασία σε διεθνές περιβάλλον	X	Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής	X
Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον	X	Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης	X

(3) ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Το περιεχόμενο του Μαθήματος αποτελείται από τις κάτωθι θεματικές ενότητες:

Εισαγωγή στην Επιχειρησιακή Στρατηγική. **Παρουσίαση και Ανάλυση του Μοντέλου Στρατηγικής Διοίκησης** (Ανάλυση Εσωτερικού Εξωτερικού Περιβάλλοντος, Διαμόρφωση Στρατηγικής, Υλοποίηση Στρατηγικής, Αξιολόγηση Αποτελεσμάτων). **Ορολογία – Ορισμοί** (Όραμα, Αποστολή, Αντικειμενικοί Στόχοι, Στρατηγικές, Πολιτικές, Προγράμματα, Προϋπολογισμοί, Διαδικασίες). Παρουσίαση και Ανάλυση του Παγκόσμιου Οικονομικού Περιβάλλοντος, Παρουσίαση και ανάλυση του οικονομικού περιβάλλοντος στην Ελλάδα, Μελέτη της Mc Kinsey. **Επίπεδα Στρατηγικής** (Στρατηγικές Ανώτερου Επιπέδου, Ανταγωνιστικές Στρατηγικές, Λειτουργικές Στρατηγικές). **Στόχοι ενός έκαστου Επιπέδου Στρατηγικής. Το Δένδρο των Εναλλακτικών Στρατηγικών Αποφάσεων. Στρατηγικές Ανωτέρου Επιπέδου. Στρατηγικές Ανάπτυξης** (Συγκέντρωση, Κάθετη Ολοκλήρωση-Εμπρός/Πίσω, Οριζόντια Ολοκλήρωση-Νέες Αγορές/Διαφοροποίηση, Διαποίκιλη-Συσχετισμένη/Ασυσχέτιστη, Διάσπαση και Επανεστίαση. Συγχωνεύσεις-Εξαγορές, Στρατηγικές Συμμαχίες, Στρατηγική Διεθνοποίησης **Στρατηγικές Σταθεροποίησης-Stability** (No change strategy, Profit strategy, Proceed with caution, Pause Strategy). **Στρατηγικές Υποχώρησης** (Selling out (Πώληση ενός τμήματος της επιχείρησης), Captive Policy (Στρατηγική Αιχμαλωσίας), Turnaround (Αντιστροφή υπάρχουσας κατάστασης), Bankruptcy (Χρεοκοπία), Liquidation (Εκκαθάριση). **Στρατηγικές Μεσαίου Επιπέδου** (Ανταγωνιστικές Στρατηγικές), Ηγεσία Κόστους, Cost Focus, Διαφοροποίηση, Focus Differentiation, Στρατηγικές Δημιουργίας Αξίας, Ο θάνατος του Ανταγωνισμού, Ο Συν-Ανταγωνισμός, Στρατηγική Τζούντο, Στρατηγική των Γαλάζιων Ωκεανών, Το Διαμάντι της Στρατηγικής, Η Αμφιδέξια Επιχείρηση, **Στρατηγικές Κατωτέρου Επιπέδου** (Λειτουργικές Στρατηγικές). **Στρατηγική Καινοτομία, Στρατηγική Μίμησης, Outsourcing.** Αξιολόγηση Εναλλακτικών Στρατηγικών Επιλογών Ανωτάτου Επιπέδου. **Πλεονεκτήματα – Μειονεκτήματα. Ανάλυση Εσωτερικού Περιβάλλοντος** (Θεωρία Πόρων Ικανοτήτων, Αλυσίδα Αξίας, Αστερισμός Αξίας). **Ανάλυση Εξωτερικού Περιβάλλοντος** (Πίνακας Διπλής Εισόδου, Μήτρα Προτεραιότητας Ζητημάτων, Οριζόντιες Εκθέσεις, Υπόδειγμα Porter, Industry Evolution, Στρατηγικές Ομάδες, Forecasting, Στατιστικά Μοντέλα, Ανάπτυξη Σεναρίων, Βιομηχανική Κατασκοπεία, Benchmarking, External Strategic Factor Analysis. SWOT Analysis. **Διαμόρφωση-Επιλογή Στρατηγικής.** Χαρακτηριστικά και Πλεονεκτήματα-Μειονεκτήματα μιας εκάστης Στρατηγικής Επιλογής. **Τεχνικές και Εργαλεία Επιλογής Στρατηγικής** (Πίνακας Εναρμόνισης Στρατηγικής και Επιχειρηματικού Περιβάλλοντος, Μήτρα 9 Κελιών, Θεωρίες Χαρτοφυλακίου. Αξιολόγηση/Επιλογή Στρατηγικής (Καταλληλότητα (suitability), Αποδεκτότητα (acceptability), Εφικτότητα (feasibility)). **Υλοποίηση Στρατηγικής.** Υλοποίηση Στρατηγικών Ανάπτυξης μέσω Συγχωνεύσεων, Εξαγορών, Στρατηγικών Συμμαχιών, Ίδια Μέσα. **Τεχνικές Χαρτοφυλακίου Προϊόντων.** Η B.C.G. Matrix, Η General Electric-Mc Kinsey Matrix, Η Μήτρα Εξέλιξης Προϊόντος/Αγοράς του Hofer, Η Μήτρα του Κύκλου Ζωής (Life Cycle Matrix) της A. Little, Ο Κύβος Χαρτοφυλακίου (Portfolio Cube), Ο Κύβος Ρίσκου (Risk Cube). **Η Αποτελεσματικότητα του Στρατηγικού Σχεδιασμού μέσα από Εμπειρικές Έρευνες. Όργανα λήψης Στρατηγικών Αποφάσεων, η συμμετοχή του Διοικητικού Συμβουλίου και των Ανώτερων Στελεχών. Επιχειρησιακή Ηθική και Κοινωνική Ευθύνη. Στρατηγικά Ζητήματα στη Διοίκηση της Τεχνολογίας και της Καινοτομίας**

(4) ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ' Αποστάσεως	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39
	Άσκηση	26
	Διαδραστική διδασκαλία	25
	Συγγραφή εργασίας	30
	Παρουσίαση εργασίας	20
	Μελέτη	20
	Σύνολο Μαθήματος	160
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	<p>Η συνολική βαθμολογία απαρτίζεται από το άθροισμα τριών συνιστωσών:</p> <ul style="list-style-type: none">• Γραπτή εξέταση με ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής και ερωτήσεις σύντομης απάντησης, 5 μονάδες• Ομαδική εργασία, 4 μονάδες• Συμμετοχή στην τάξη, 1 μονάδα <p>Σκοπός αξιολόγησης: Ο έλεγχος κατανόησης των βασικών στοιχείων του μαθήματος. Κριτήρια αξιολόγησης: Η ορθότητα, η πληρότητα, η σαφήνεια και η κριτική αξιολόγηση των απαντήσεων.</p>	

(5) ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. J. David Hunger and Thomas L. Wheelen, "Strategic Management", Addison-Wesley, Έκδοση 12η, (2015).
2. G. Johnson, K. Scholes and R. Whittington, "Exploring Corporate Strategy", Prentice Hall, (2014).
3. Dess/Lumpkin/Eisner, "Strategic Management", Mc Graw Hill, Second Edition, (2012).
4. C. Hill and G. Jones, "Strategic Management, An integrated Approach", Houghton Mifflin, (2011).
5. Certo S. and Peter P., "Strategic Management", McGraw-Hill, 2nd edition, (1991).
6. David F., "Strategic Management", Prentice Hall, 5th edition, (1995).
7. Dess and A. Miller, "Strategic Management", McGraw-Hill, (1993).
8. Haberberg A & Alison Rieple, "Strategic Management of Organizations", Financial Times (Pearson Education), (2001).
9. Hax A., "Planning Strategies that Work", Oxford University Press, (1987).
10. Jauch and W. Glueck, "Strategic Management and Business Policy", McGraw-Hill, 3rd edition, (1998).
11. Porter M., "Competitive Advantage", Free Press, (1985).
12. Porter M., "Competitive Strategy", Free Press, (1985).

13. **R. Grant**, “*Contemporary Strategy Analysis*”, Blackwell Publishing, (2002).

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. **Dess, Mc Namara, Eisner, Lee** (2019), “*Στρατηγική Διοίκηση, Θεωρία και Εφαρμογές*”, Επιμέλεια Κέφης Β., Κλήμης Μ.Γ. , Εκδόσεις Τζιόλα , 9th Edition.
2. **A. Thompson, A. Stricland III, J. Gamble**, (2010), “*Σχεδιασμός και Υλοποίηση Επιχειρησιακής Στρατηγικής*», Γενική Επιμέλεια Πολλάλης Γιάννης, Εκδόσεις Υτορία.
3. **Νικόλαος Γεωργόπουλος**, (2013), «*Στρατηγικό Management*», Εκδόσεις Μπένου, Αθήνα
4. **Βασίλης Παπαδάκης**, (2012), «*Στρατηγική των Επιχειρήσεων*», *Ελληνική και Διεθνής Εμπειρία*». Εκδόσεις Μπένου, Τόμος Α Θεωρία.
5. **Βασίλης Παπαδάκης**, (2015), «*Επίκαιρα Θέματα Στρατηγικής*». Εκδόσεις Μπένου.

ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑΤΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. **ΘΟΥΚΥΔΙΔΗΣ**, «*Θουκυδίδου Ιστορία*», *Μετάφραση Ελευθερίου Βενιζέλου*, Εκδόσεις ΜΕΤΑΙΧΜΙΟ, ISBN 978-618-03-1980-4, Σελίδες 534, (2019)
2. **ΘΟΥΚΥΔΙΔΗ ΙΣΤΟΡΙΑ**, *Μετάφραση Ν.Μ. Σκουτερόπουλος*, Εκδόσεις Πόλις, ISBN13 9789604354023, Σελίδες 1232, (2013).
3. **ΠΟΛΥΑΙΝΟΣ**, «*Στρατηγήματα*», Εκδόσεις Κάκτος, (1994). (*Ρητοροδιδάσκαλος του 2ου αιώνα, γεννήθηκε περί το 100 μ.Χ. στη Βιθυνία από οικογένεια μακεδονικής καταγωγής. Για κάποιο διάστημα έζησε στη Ρώμη. Το έργο γράφτηκε για τους συν-αυτοκράτορες, αδελφούς, Μάρκο Αυρήλιο και Λεύκιο Βήρο. Ο Πολύαινος αφηγείται τα στρατηγήματα των πιο γνωστών προσωπικοτήτων της αρχαιότητας, στρατηγήματα με τα οποία πέτυχαν νίκες κατά των εχθρών τους ή κατέλαβαν και διατήρησαν την εξουσία τους. Περιλαμβάνει 900 στρατηγήματα από την απώτερη αρχαιότητα έως το 168 μ.χ.)*
4. **ΚΕΚΑΥΜΕΝΟΣ**, «*Στρατηγικόν*», *Μετάφραση Τσουγκαράκης Δημήτρης*, Εκδότης ΚΑΝΑΚΗΣ, ISBN 960-7420-25-Χ, Σελίδες 303 (1996). (*Συμβουλευτικό εγχειρίδιο πάνω σε στρατιωτικά και πολιτικά θέματα, που γράφτηκε από τον Βυζαντινό στρατηγό Κατακαλών Κεκαυμένο στα τέλη της δεκαετίας του 1070 μ.χ., και μετά τη Μάχη του Μετζικέρτ το 1071μ.χ.)*
5. **ΝΙΚΟΛΟ ΜΑΚΙΑΒΕΛΛΙ**, «*Ο Ηγεμών*», σε μετάφραση Νίκου **Καζαντζάκη**, Εκδόσεις ΠΟΛΙΤΕΙΑ. Κωδικός Πολιτείας: 2132-0036
6. **Πιστόφιδης Α.**, (2007), «*Μακιαβέλι, Ο Ηγεμών*», Εκδόσεις ΠΡΟΠΟΜΠΟΣ, (2007).
7. **Φλάβιος Μαυρίκιος Τιβέριος Αύγουστος**, «*Στρατηγικά, Τακτικά*», *Μετάφραση Επιμέλεια : Γυφτόπουλου Σοφία*, Εκδόσεις ΣΤΑΜΟΥΛΗΣ, ISBN : 978-960-9533-61-4, Σελίδες : 432, (2016).
8. **Παπασωτηρίου Χ.**, «*Βυζαντινή Υψηλή Στρατηγική 6^{ος} – 11^{ος} Αιώνας*», Εκδόσεις Ποιότητα, ISBN 9789607803108, σελίδες 313, (2001).
9. **Λέοντος ΣΤ του Σοφού**, «*Τακτικά*», Εκδόσεις Ελεύθερη Σκέψη, (*Τα Τακτικά είναι μία στρατιωτική πραγματεία γραμμένη από τον αυτοκράτορα του Βυζαντίου Λέοντα ΣΤ' τον Σοφό, περί το 895-908 μ.χ η οποία εκδόθηκε από τον γιο του Κωνσταντίνο Ζ' Πορφυρογέννητο. Βασίζεται σε παλαιότερους συγγραφείς, όπως ο Αιλιανός, ο Ονήσανδρος και το Στρατηγικόν του Αυτοκράτορα Μαυρικίου και είναι ένα από τα μεγαλύτερα έργα στη Βυζαντινή στρατιωτική τακτική*).
10. **Βασίλειος Μαρκεζίνης, Νέστωρ Κουράκης, και Σπυρίδων Τρωιάνος**, «*Διαχρονικές Αρχές Βυζαντινής Στρατηγικής*», Εκδόσεις Ποιότητα, ISBN13 9789607803702, σελίδες 184, (2012).
11. **ΣΟΥΝ ΤΖΟΥ**, «*Η Τέχνη του Πολέμου*», Εκδόσεις ΑΙΩΡΑ, ISBN13 9789607872975, Σελίδες 96, (2012). (*Κινεζική Στρατιωτική Πραγματεία που γράφτηκε τον 6^{ον} αιώνα π.χ*)
12. **ΣΞΕΤΟΣ ΙΟΥΛΙΟΣ ΦΡΟΝΤΙΝΟΣ**, «*Στρατηγήματα*», Έκδοση Διεύθυνσης Ιστορίας Στρατού, ΓΕΣ, σελίδες 126, ISBN-13: 9789607897657, Αθήνα 2015. (*Εξέχων Ρωμαίος πολιτικός μηχανικός, συγγραφέας, στρατιωτικός και συγκλητικός 40 – 103 μ.χ. Επιτυχημένος στρατηγός υπό τον Δομιτιανό διοικώντας δυνάμεις στη Ρωμαϊκή Βρετανία και στα σύνορα του Ρήνου και Δούναβη*).

13. **Ονάσανδρος**, «Στρατηγικός», Μετάφραση Φιλολογική Ομάδα Κάκτος, Εκδόσεις Κάκτος, ISBN13 9789603824886, σελίδες 184, (2002). (Ο Ονάσανδρος έζησε τον 1ο μ.Χ. αιώνα. Για τη ζωή του δεν είναι σχεδόν τίποτα γνωστό. Οτι γνωρίζουμε γι' αυτόν προέρχεται από μια εγγραφή της Σούδας. Το έργο του "Στρατηγικός", μια συμπερίληψη τεχνικών, ηθικών και άλλων αρχών της στρατιωτικής διοίκησης, είναι το μόνο έργο του που σώζεται).
14. **Αρριανός**, «Τέχνη τακτική», Μετάφραση Φιλολογική Ομάδα Κάκτος, Εκδόσεις Κάκτος, ISBN13 9789603826224, σελίδες 280, (2005). (Γεννήθηκε στη Νικομήδεια 95 – 174 μχ, ήταν Έλληνας, Ρωμαίος πολίτης, συγγραφέας, ιστορικός, φιλόσοφος, γεωγράφος, πολιτικός και στρατιωτικός, έπαρχος της Καππαδοκίας (130-137 μ.Χ.), μαθητής του Επίκτητου και γνωστός για το έργο του Αλεξάνδρου Ανάβασης).
15. **Ασκληπιόδοτος**, «Τέχνη Τακτική», Μετάφραση Φιλολογική Ομάδα Κάκτος, Εκδόσεις Κάκτος, ISBN13 9789603529255, σελίδες 296, (2006). (Ο Ασκληπιόδοτος έζησε τον 1ο αιώνα π.Χ. (περίπου 110-40) και υπήρξε μαθητής του στωικού Ποσειδώνιου. Έχει κατά καιρούς υποστηριχτεί ότι καταγόταν από τον Πειραιά ή την Νίκαια. Το στρατιωτικό έργο του "Τέχνη τακτική αποτελεί την παλαιότερη σωζόμενη μαρτυρία για τον τρόπο σχηματισμού της αρχαίας ελληνικής και μακεδονικής φάλαγγας.)
16. **Αιλιανός ο Τακτικός**, «Τακτική Θεωρία», Μετάφραση Φιλολογική Ομάδα Κάκτος, Εκδόσεις Κάκτος, ISBN13 9789603529255, σελίδες 296, (2006). (Έζησε την εποχή των Ρωμαίων αυτοκρατόρων Νέρβα (96-98 μ.Χ.) και Τραϊανού (98-117) και πρέπει να ήταν Έλληνας λόγιος με ρωμαϊκή υπηκοότητα. Το έργο του "Τακτική θεωρία" γνώρισε μεγάλη διάδοση κατά τον Μεσαίωνα.)
17. **ΡΕΝΑΤΟΣ ΒΕΓΕΤΙΟΣ ΦΛΑΒΙΟΣ**, «Περί Στρατιωτικής Τέχνης», Μετάφραση Νικόλαος Νικολούδης, ISBN13 9786185422233, Εκδότης Βιβλιοπωλείο Λαβύρινθος, Σελίδες 192, (2021). (Από την εποχή των Ρωμαίων έως την Ναπολεόντεια Περίοδο το σημαντικότερο εγχειρίδιο στον Δυτικό Κόσμο αναφορικά με την τέχνη του πολέμου. Υπήρξε ένα από τα αγαπημένα βιβλία του Καρλομάγνου και του Ριχάρδου του Λεοντόκαρδου, επηρέασε βαθύτατα τον Μακιαβέλι ενώ ο Τζωρτζ Ουάσινγκτον είχε πάντα στην κατοχή του ένα αντίτυπο.)
18. **Καρλ Φίλιπ Γκότλμπ φον Κλάουζεβιτς**, «Περί Πολέμου», Μετάφραση Ξεπουλιά Νατάσα, Εκδότης ΒΑΝΙΑΣ, ISBN13 9789602880470, σελίδες 424, Κωδικός Πολιτείας 0640-0135,(1999).(Πρώσος Στρατιωτικός και συγγραφέας περί της θεωρίας και πρακτικής του πολέμου 1780-1831. Το έργο του διδάσκεται μέχρι και σήμερα στις στρατιωτικές ακαδημίες αλλά και σε σχολές διοίκησης επιχειρήσεων και μάρκετινγκ.)
19. **MarkidisC., (2003)**, «Όλοι οι Σωστοί Ελιγμοί», Εκδόσεις Κριτική.
20. **Σπαθάρας Δ., Τζαλλήλα Λ., (2003)**, «Πειθώ, Η Ρητορική, 13 Μελετήματα», Εκδόσεις ΣΜΙΛΗ
21. **Θεοδωρακόπουλος Π., (2006)**, «Προπαγάνδα η Ένδοξη», Εκδόσεις Ι.Σιδέρης
22. **LewickiR., SaundersD., Mintonj., (2014)** "Η Φύση των Διαπραγματεύσεων», Εκδόσεις Κριτική, ISBN 960-218-339
23. **ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΗΣ**, «Ρητορική», Εκδόσεις Κάκτος, (1994).
24. **Dnny R., (2006)**, «Πρώτοι στις Πωλήσεις», Εκδόσεις Κριτική.
25. **Steele P., Murphy j., Russillr., (1989)**, "It's a Deal", Mc Graw –Hill.
26. **ΠΛΑΤΩΝ**, «Συμπόσιο», Μετάφραση Ι. Συκουτρή, Ακαδημία Αθηνών, 1990.

- Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- Research Methodology in Strategy and Management, Elsevier
- Advances in Strategic Management, JAI Press
- Strategic Change, John Wiley & Sons
- Strategic Management Journal, Wiley
- Journal of Business Strategies, Lewis Center for Business and Economic Development
- Journal of Business Strategy, Emerald Group Publishing
- Strategic Direction, Emerald Group Publishing

- Business Strategy and the Environment, John Wiley & Sons
- Business Strategy Review, Blackwell Publishing
- Journal of Strategic Information Systems
- International Indigenous Journal of Entrepreneurship
- Advancement, Strategy & Education
- Technology Analysis & Strategic Management
- Strategy & Leadership
- International Journal of Sustainable Strategic Management

ΧΡΗΣΙΜΟΙ ΣΥΝΔΕΣΜΟΙ

<https://hbr.org>

<https://sloanreview.mit.edu/>

<https://cmr.berkeley.edu/>

<https://www.emerald.com/insight/publication/issn/1755-425X>

<https://onlinelibrary.wiley.com/journal/10970266>

<https://www.sciencedirect.com/journal/journal-of-business-research>

<https://www.emerald.com/insight/publication/issn/1087-8572>

<http://www.smsjournal.ir/?lang=en>

<https://aom.org/research/journals/journal>

<https://journals.sagepub.com/home/jom>

ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ

(1) ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	Επιστημών Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΤΜΗΜΑ	Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Μεταπτυχιακό		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΕ0375	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Β'
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ:	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Διαλέξεις, Εργασία, Παρουσίαση	3	6	
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ:	ΓΕΝΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΟΧΙ		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	ΕΛΛΗΝΙΚΗ		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	https://openeclass.uom.gr/courses/INTER1104/		

(2) ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Με την ολοκλήρωση του μαθήματος αναμένεται ότι οι φοιτητές, συνδυάζοντας θεωρία και πρακτικές εφαρμογές, θα γνωρίζουν τι δουλειά κάνουν οι οικονομικοί διευθυντές μιας επιχείρησης και γιατί, αλλά και πως θα πρέπει να την κάνουν, έτσι ώστε να μεγεθύνουν την αξία της επιχείρησής τους. Η θεωρία της Χρηματοοικονομικής Διοίκησης, παρουσιάζεται μέσα από ένα πλήθος παραδειγμάτων και ασκήσεων, καθώς επίσης και έναν σημαντικό αριθμό μελετών περίπτωσης

Με την ολοκλήρωση αυτού του μαθήματος, οι φοιτητές θα μπορούν να:

1. Κατανοήσουν τις βασικές μεθόδους προσδιορισμού της παρούσας και μελλοντικής αξίας του χρήματος.
2. Εφαρμόσουν τις βασικές μεθόδους ανάλυσης των επενδυτικών αποφάσεων.
3. Αναλύσουν τις έννοιες του κινδύνου και της απόδοσης καθώς και τη θεωρία του χαρτοφυλακίου.
4. Εφαρμόσουν μεθόδους ανάλυσης χρηματοοικονομικών καταστάσεων και πρόβλεψης χρηματοδοτικών αναγκών.
5. Να κατανοήσουν τις βασικές έννοιες της διοίκησης των περιουσιακών στοιχείων μία επιχείρησης.

Γενικές Ικανότητες

Το μάθημα αποσκοπεί στην ανάπτυξη των παρακάτω γενικών ικανοτήτων:

1. Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών
2. Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις
3. Λήψη αποφάσεων
4. Αυτόνομη εργασία
5. Ομαδική εργασία
6. Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον
7. Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

(3) ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Το μάθημα επικεντρώνεται στην αξιολόγηση επενδυτικών σχεδίων και στην ανάλυση των οικονομικών καταστάσεων των επιχειρήσεων. Απώτερος στόχος του μαθήματος είναι η παροχή της αναγκαίας πληροφόρησης για τη διαδικασία λήψης χρηματοοικονομικών αποφάσεων σχετικά με την άντληση κεφαλαίων όσο και την επιλογή των κατάλληλων επενδύσεων για την ανάπτυξη και την μεγιστοποίηση της αξίας των επιχειρήσεων. Οι επιχειρήσεις θα πρέπει να αναζητούν τις βέλτιστες επενδυτικές επιλογές, αλλά και να διαθέτουν τα κατάλληλα εργαλεία για τη λήψη ορθολογικών επενδυτικών αποφάσεων. Οι μέθοδοι αξιολόγησης επενδύσεων αποτελούν πολύτιμο εργαλείο στη συνεχή προσπάθεια των επιχειρήσεων να δημιουργούν αξία, αφού προσδιορίζουν την αποτελεσματικότητα μίας επένδυσης και επιτρέπουν την αξιολόγηση επενδύσεων. Οι φοιτητές θα διδαχθούν τα εργαλεία και τις τεχνικές της ανάλυσης των οικονομικών καταστάσεων. Με αφετηρία την ανάλυση της τρέχουσας οικονομικής κατάστασης, με την διαμόρφωση των αναμενόμενων ταμειακών ροών, το επόμενο στάδιο είναι η παρουσίαση του πλαισίου διαμόρφωσης προβλέψεων αναφορικά με την αξία των επιχειρηματικών μονάδων. Η τελευταία θεματική ενότητα του μαθήματος ασχολείται με την αξιολόγηση επενδύσεων υπό συνθήκες κινδύνου, με τις μεθόδους της ανάλυσης νεκρού σημείου, της ανάλυσης σεναρίων και των δένδρων αποφάσεων.

Αριθμός Διάλεξης	Τίτλος Διάλεξης	Περιεχόμενο
Εβδομάδα 1 ^η	Στόχοι και Διακυβέρνηση Επιχείρησης	Επενδύσεις και Χρηματοδότηση Επιχειρήσεων. Ο ρόλος του Χρηματοοικονομικού Μάνατζερ και το Κόστος Ευκαιρίας Κεφαλαίου. Σχέση Διοίκησης με τους Μετόχους. Προβλήματα Αντιπροσώπευσης και Εταιρική Διακυβέρνηση.
Εβδομάδα 2 ^η	Η Διαχρονική Αξία του Χρήματος: Μελλοντική και Παρούσα Αξία	Υπολογισμός μελλοντικής και παρούσας αξίας. Υπολογισμός της παρούσας αξίας μιας επένδυσης/ Καθαρή παρούσα αξία (ΚΠΑ) / Κίνδυνος και παρούσα αξία/ παρούσα αξία και ποσοστά απόδοσης / Υπολογισμός παρούσας αξίας όταν υπάρχουν πολλαπλές ταμειακές ροές /Το κόστος ευκαιρίας του κεφαλαίου
Εβδομάδα 3 ^η	Η Διαχρονική Αξία του Χρήματος: Παρούσα Αξία στο Διηνεκές και Ράντες	Υπολογισμός παρούσας αξίας στο διηνεκές/ Υπολογισμός Ράντας/ Υπολογισμός Ετήσιων Πληρωμών / Υπολογισμός τόκου/ Συνεχής Ανατοκισμός
Εβδομάδα 4 ^η	Ανάλυση Επενδυτικών Αποφάσεων: Καθαρή Παρούσα Αξία και άλλα κριτήρια επενδύσεων (1/3)	Καθαρή παρούσα αξία/Περίοδος Αποπληρωμής/Προεξοφλημένη Περίοδος Αποπληρωμής/Συντελεστής Εσωτερικής Απόδοσης (IRR) / Πολλαπλοί IRR/ Αμοιβαία αποκλειόμενες επενδύσεις/Επιλογή κεφαλαιακών επενδύσεων όταν οι πόροι είναι περιορισμένοι.
Εβδομάδα 5 ^η	Ανάλυση Επενδυτικών Αποφάσεων: Καθαρή Παρούσα Αξία και άλλα κριτήρια επενδύσεων (2/3)	Εφαρμογή του Κανόνα ΚΠΑ Κανόνας 1: Χρήση μόνο των ταμειακών ροών / Κανόνας 2: Εκτίμηση ταμειακών ροών σε αθροιστική βάση/Παράδειγμα Αξιολόγησης Έργου/Διαχωρισμός μεταξύ της επιλογής των επενδύσεων και της χρηματοδότησης/ Επενδύσεις σε κεφάλαιο κίνησης/ Αποσβέσεις/Φόροι/Ανάλυση Έργου / Υπολογισμός ΚΠΑ σε διαφορετικά νομίσματα
Εβδομάδα 6 ^η	Ανάλυση Επενδυτικών Αποφάσεων: Καθαρή Παρούσα Αξία και άλλα κριτήρια επενδύσεων	Επενδυτικό Timing/Ισοδύναμες Ετήσιες Ταμειακές / Ισοδύναμες Ετήσιες Ταμειακές Ροές και Πληθωρισμός / Ισοδύναμες Ετήσιες Ταμειακές Ροές και τεχνολογική αλλαγή / Πότε πρέπει να αντικαθίσταται ο εξοπλισμός μίας επιχείρησης.

	(3/3)	
Εβδομάδα 7 ^η	Κίνδυνος και Απόδοση: Εισαγωγή	Μέτρηση κινδύνου χαρτοφυλακίου/Διακύμανση και τυπική απόκλιση / Μέτρηση Μεταβλητότητας / Πώς η Διαφοροποίηση μειώνει τον κίνδυνο /Υπολογισμός κινδύνου χαρτοφυλακίου/ /Πως επηρεάζονται οι μεμονωμένοι τίτλοι από τον κίνδυνο χαρτοφυλακίου/ Κίνδυνος Αγοράς και συντελεστές Beta.
Εβδομάδα 8 ^η	Κίνδυνος και Απόδοση: Θεωρία χαρτοφυλακίου και το Μοντέλο Αποτίμησης Περιουσιακών Στοιχείων Κεφαλαίου (CAPM)	Θεωρία Χαρτοφυλακίου του Markowitz/ Συνδυασμός μετοχών σε χαρτοφυλάκια/Η σχέση μεταξύ κινδύνου και Απόδοσης/ Μοντέλο Αποτίμησης Περιουσιακών Στοιχείων Κεφαλαίου (CAPM)/ Δοκιμές του CAPM/ Μερικές εναλλακτικές θεωρίες/ Arbitrage Pricing Theory (APT)/Σύγκριση του CAPM και του APT
Εβδομάδα 9 ^η	Ανάλυση Χρηματοοικονομικών Καταστάσεων	Χρηματοοικονομικές καταστάσεις/ Ισολογισμός / Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσης/ Μέτρηση απόδοσης/ Οικονομική προστιθέμενη αξία (EVA) / Επιτόκια απόδοσης/ /Ανάλυση της απόδοσης των περιουσιακών στοιχείων: μέθοδος Du Pont/Μέτρηση μόχλευσης/Μόχλευση και απόδοση της καθαρής θέσης/Μέτρηση της ρευστότητας/ Ερμηνεία Χρηματοοικονομικών Δεικτών
Εβδομάδα 10 ^η	Πρόβλεψη Χρηματοδοτικών Αναγκών: Χρηματοοικονομικός Σχεδιασμός	Σχέση μεταξύ βραχυπρόθεσμης και μακροπρόθεσμης χρηματοδότησης / Παρακολούθηση αλλαγών στα μετρητά / Προϋπολογισμός μετρητών – Εισροές – Εκροές / Βραχυπρόθεσμα Χρηματοδοτικά Σχέδια /Μακροπρόθεσμα Χρηματοδοτικά Σχέδια
Εβδομάδα 11 ^η	Πρόβλεψη Χρηματοδοτικών Αναγκών: Διαχείριση κεφαλαίου κίνησης	Διαχείριση πιστώσεων/ Πολιτική εισπράξεων/ Διεθνής Διαχείριση Ταμειακών / Πληρωμές για Τραπεζικές Υπηρεσίες /Εμπορεύσιμοι τίτλοι /Υπολογισμός της απόδοσης των επενδύσεων στις χρηματαγορές/ Διεθνείς χρηματαγορές/Πηγές βραχυπρόθεσμου δανεισμού/ Τραπεζικά δάνεια
Εβδομάδα 12 ^η	Διοίκηση των Περιουσιακών Στοιχείων της Επιχείρησης: Προϋπολογισμός κεφαλαίου και Ανάλυση Έργου	Η Διαδικασία Επενδύσεων Κεφαλαίου/ Έγκριση έργου - και το πρόβλημα της μεροληψίας Προβλέψεις/Ανάλυση ευαισθησίας/Ανάλυση Σεναρίου / Ανάλυση Νεκρού Σημείου / Μόχλευση και νεκρό σημείο/Προσομοίωση Monte Carlo/Δέντρα Αποφάσεων

(4) ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Πρόσωπο με πρόσωπο & Εξ αποστάσεως	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Χρήση παρουσιάσεων PowerPoint και της πλατφόρμας e-class	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39 ώρες
	Διαδραστική διδασκαλία	20 ώρες
	Συγγραφή εργασίας	40 ώρες
	Παρουσίαση εργασίας	10 ώρες
	Μελέτη	51 ώρες
	Σύνολο Μαθήματος	160 ώρες
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	<p><u>Ατομικές Εργασίες: 20% του τελικού βαθμού</u></p> <p>Στο πλαίσιο του μαθήματος θα δοθεί στους φοιτητές μία σειρά από ασκήσεις τις οποίες θα πρέπει να λύσουν και να παραδώσουν στον διδάσκοντα σε καθορισμένα χρονικά πλαίσια. Οι ασκήσεις αυτές θα αποτελούν εφαρμογή της θεωρίας που θα έχουν διδαχθεί οι φοιτητές στα πλαίσια του μαθήματος. Σκοπός είναι οι φοιτητές να είναι σε θέση να υπολογίσουν συγκεκριμένα χρηματοοικονομικά μεγέθη που θα τους επιτρέπουν να αξιολογήσουν μία εν δυνάμει επένδυση.</p> <p><u>Τελικές εξετάσεις: 80% του τελικού βαθμού</u></p> <p>Η τελική εξέταση θα περιλαμβάνει ασκήσεις. Η εξέταση αξιολογεί την κατανόηση και την ικανότητα των φοιτητών να χρησιμοποιούν τις βασικές μεθόδους της χρηματοοικονομικής διοίκησης προκειμένου να προβούν στη σωστή λήψη επενδυτικών αποφάσεων.</p>	

(5) ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:

1. Ross A. Stephen, Westerfield W. Randolph, Jaffe Jeffrey. *Χρηματοοικονομική των Επιχειρήσεων*. Broken Hill Publishers Ltd, 2017.
2. Brealey, R. A., Myers, S. C., Allen, F., & Mohanty, P. (2012). *Principles of corporate finance*. Tata McGraw-Hill Education.
3. Βασιλείου, Δ. Ηρειώτης, Ν. (2009) *Ανάλυση Επενδύσεων και Διαχείριση*
4. *Χαρτοφυλακίου*. Εκδόσεις Rosili.
5. Παπαδάμου Στέφανος, *Διαχείριση Χαρτοφυλακίου μια Σύγχρονη Προσέγγιση*, Gutenberg 2009.
6. Νούλας Α. (2016) *Αγορές Χρήματος και Κεφαλαίου*. Εκδόσεις Ανικούλα.
7. Elton, E. J., Gruber, M. J., Brown, S. J., & Goetzmann, W. N. (2009). *Modern portfolio theory and investment analysis*. John Wiley & Sons.
8. Haugen, R. A., & Haugen, R. A. (2001). *Modern investment theory (Vol. 5)*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
9. Reilly, F. K., & Brown, K. C. (2011). *Investment analysis and portfolio management*. Cengage Learning.

- Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

1. *Journal of Banking and Finance*
2. *Journal of Finance*
3. *Journal of Financial Management Analysis*
4. *Journal of Applied Financial Economics*
5. *Managerial Finance*

Α' και Β' ΕΞΑΜΗΝΟ: ΜΑΘΗΜΑΤΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ:

1. ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ ΚΑΙ ΧΑΡΤΟΦΥΛΑΚΙΟΥ

(1) ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	Επιστημών Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΤΜΗΜΑ	Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Μεταπτυχιακό		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΕ0309	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Α', Β'
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ ΚΑΙ ΧΑΡΤΟΦΥΛΑΚΙΟΥ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ:	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Διαλέξεις, Εργασία, Παρουσίαση	3	6	
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ:	Ειδίκευσης		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	Όχι		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνικά		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	Όχι		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	https://www.uom.gr/mba/perigrammata-mathmaton-syllabus		

(2) ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<p>Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές θα μπορούν να:</p> <ul style="list-style-type: none">• Γνωρίζουν τις βασικές κατηγορίες επενδυτικών προϊόντων• Υπολογίζουν την αναμενόμενη απόδοση και τον κίνδυνο• Εφαρμόζουν διάφορα μοντέλα αποτίμησης• Διαμορφώνουν επενδυτικά χαρτοφυλάκια• Αξιολογούν τις ενδείξεις των εργαλείων της τεχνικής ανάλυσης• Προβαίνουν σε συναλλαγές σε πραγματικό χρόνο• Αξιοποιούν εντολές stop loss ή tale profit• Λαμβάνουν μοχλευμένες επενδυτικές θέσεις
Γενικές Ικανότητες
<p>Το μάθημα αποσκοπεί να προσδώσει στους φοιτητές τις παρακάτω γενικές ικανότητες:</p> <ul style="list-style-type: none">- Γνώση του περιεχομένου και της σημασίας της χρηματοοικονομικής επιστήμης- Κριτική σκέψη και ικανότητα λήψης ορθολογικών αποφάσεων- Εργασία σε ομάδες πάνω σε επενδυτικά χαρτοφυλάκια- Αναζήτηση, ανάλυση και παρουσίαση σύνθετων προβλημάτων- Χρήση νέων τεχνολογιών και λογισμικού- Παρουσίαση, διάλογος, κριτική και αυτοκριτική

(3) ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Αρχικά, θα γίνει μία παρουσίαση των διαθέσιμων επενδυτικών επιλογών και ειδικότερα θα παρουσιασθούν οι μετοχές, τα ομόλογα, τα εμπορεύματα, οι συναλλαγματικές ισοτιμίες, τα κρυπτονομίσματα, τα παράγωγα και τα Διαπραγματεύσιμα Αμοιβαία Κεφάλαια (ETFs). Στη συνέχεια, η διδασκαλία του μαθήματος επικεντρώνεται στη μεθοδολογία υπολογισμού της αναμενόμενης απόδοσης και του κινδύνου ενός περιουσιακού στοιχείου ή χαρτοφυλακίου με δειγματοληψία ή κατανομή πιθανοτήτων. Σε αυτό το πλαίσιο, αναλύεται η σύγχρονη θεωρία χαρτοφυλακίου του Markowitz το επίκεντρο της οποίας είναι ο βέλτιστος συνδυασμός των διαθέσιμων επενδυτικών επιλογών και η σύνθεση αποτελεσματικών χαρτοφυλακίων. Η θεωρία χαρτοφυλακίου παρέχει τη μεθοδολογία και τα κατάλληλα εργαλεία για τη μείωση του κινδύνου και την επίτευξη της βέλτιστης σχέσης μεταξύ κινδύνου και αναμενόμενης απόδοσης.

Με αφετηρία τη σύγχρονη θεωρία χαρτοφυλακίου παρουσιάζεται το Υπόδειγμα Αποτίμησης Περιουσιακών Στοιχείων (ΥΑΠΣ), το οποίο εφαρμόζεται για την εκτίμηση της αναμενόμενης απόδοσης ενός περιουσιακού στοιχείου ή χαρτοφυλακίου βάσει του κινδύνου του. Εκτός από το ΥΑΠΣ, για την εκτίμηση της αναμενόμενης απόδοσης των περιουσιακών στοιχείων παραθέτονται και άλλα μοντέλα, εκ των οποίων τα βασικότερα είναι αυτά των Fama and French και της Θεωρίας Τιμολόγησης Εξισορροπητικής Κερδοσκοπίας. Επιπλέον, αναλύεται η υπόθεση αποτελεσματικών αγορών, καταγράφονται οι ανωμαλίες που εμφανίζονται στις αγορές και, τέλος, παρουσιάζεται η συμπεριφορική χρηματοοικονομική, η οποία επικεντρώνεται στην κατανόηση της μη ορθολογικής συμπεριφοράς των επενδυτών.

Στο πλαίσιο του μαθήματος, οι φοιτητές επίσης θα γνωρίσουν τη φιλοσοφία και τα εργαλεία της Τεχνικής ανάλυσης. Περιγράφονται η τάση (trend), οι σχηματισμοί (patterns), οι κινητοί μέσοι όροι (moving averages), οι δείκτες MACD, RSI, OBV, οι αριθμοί και τα τόξα Fibonacci. Η διδασκαλία όλων των εργαλείων της Τεχνικής ανάλυσης γίνεται με χρήση ελεύθερου λογισμικού, με τη χρήση δεδομένων σε πραγματικό χρόνο. Σε όλη τη διάρκεια διδασκαλίας του μαθήματος οι φοιτητές θα έχουν τη δυνατότητα να είναι ενεργοί traders και να εφαρμόζουν τα διδασκόμενα εργαλεία και τεχνικές βάσει των δεδομένων της αγοράς με το άνοιγμα εικονικών λογαριασμών (demo accounts) σε διαδικτυακές πλατφόρμες συναλλαγών.

Απώτερος στόχος του μαθήματος είναι να δώσει στον φοιτητή μία ολοκληρωμένη εικόνα των επενδυτικών επιλογών, του τρόπου αξιολόγησης και επιλογής χρεογράφων, της κατασκευής αποτελεσματικών/άριστων χαρτοφυλακίων σε πραγματικό χρόνο και με δεδομένα της αγοράς.

(4) ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Πρόσωπο με πρόσωπο	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Γίνεται χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία (παρουσιάσεις ppt, χρήση εκπαιδευτικών videos) και στην Επικοινωνία με τους φοιτητές. Το μάθημα διδάσκεται σε Εργαστήριο, όπου οι φοιτητές συμμετέχουν ενεργά με χρήση Η/Υ.	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39 ώρες
	Εργαστηριακές Ασκήσεις	26 ώρες
	Επίλυση Case studies	25 ώρες

	Συγγραφή εργασίας	30 ώρες
	Παρουσίαση εργασίας	15 ώρες
	Μελέτη, ανάλυση βιβλιογραφίας	25 ώρες
	Σύνολο Μαθήματος	160 ώρες
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	<p>Γλώσσα Αξιολόγησης: Ελληνικά</p> <p>Η αξιολόγηση των φοιτητών γίνεται με:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ερωτήσεις Πολλαπλής Επιλογής • Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης • Επίλυση Προβλημάτων • Γραπτή Εργασία (30% του τελικού βαθμού) <p>Τα κριτήρια αξιολόγησης αναφέρονται ρητά στο Περίγραμμα του μαθήματος το οποίο βρίσκεται αναρτημένο στον ιστότοπο του μαθήματος στο https://openeclass.uom.gr/. Το Περίγραμμα του μαθήματος και ο τρόπος αξιολόγησης παρουσιάζονται επίσης και κατά τη διάρκεια της 1^{ης} Διάλεξης.</p>	

(5) ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:

- Σουμπενιώτης, Δ. & Ταμπακούδης, Ι. (2017) Σύγχρονη Χρηματοοικονομική Ανάλυση και Επενδύσεις. Εκδόσεις NAMATA.
- Bodie, Z., Kane, A. & Marcus, A. (2021) Essentials of Investments. McGraw Hill.
- Jordan, B., Miller, T. & Dolvin, S. (2021) Fundamentals of Investments: Valuation and Management. McGraw Hill.
- Jones, C. P. & Jensen, G. R (2019) Investments: Analysis and Management, 14th Edition. WILEY.
- Parrino, R., Kidwell, D. S., Bates, T. & Gillan, S. L. (2021) Fundamentals of Corporate Finance, 5th Edition. WILEY.
- Reilly, F. K. & Brown, K. C. (2011). Investment analysis and portfolio management. Cengage Learning.

Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- Journal of Financial Stability
- Journal of Corporate Finance
- Journal of Banking and Finance
- Research in International Business and Finance
- Journal of Financial Management Analysis
- Journal of Applied Financial Economics
- Review of Financial Studies
- Journal of Financial Economics
- Finance Research Letters
- Journal of Finance

2. ΑΝΑΛΥΣΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ

(1) ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	Επιστημών Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΤΜΗΜΑ	Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Μεταπτυχιακό		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΕ0303	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Α΄, Β΄
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΑΝΑΛΥΣΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ:	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Διαλέξεις, Εργασία, Παρουσίαση	3	6	
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ:	Ειδικού υποβάθρου		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	Όχι		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνικά		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	Όχι		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	https://www.uom.gr/assets/site/public/nodes/8565/7658-2019-2020_Analisi_Xrimat_Katastaseon.pdf		

(2) ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<p>Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές θα μπορούν να:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Γνωρίζουν τις βασικές Οικονομικές Καταστάσεις • Αξιολογούν την πληροφόρηση που πηγάζει από τις Οικονομικές Καταστάσεις • Εφαρμόζουν τις μεθόδους ανάλυσης οικονομικών καταστάσεων • Διακρίνουν τις βασικές κατηγορίες αριθμοδεικτών • Προτείνουν ενέργειες για τη βελτίωση των αριθμοδεικτών • Αναλύουν τους αριθμοδείκτες συνδυαστικά • Υπολογίζουν την αξία των κοινών και των προνομιούχων μετοχών
Γενικές Ικανότητες
<p>Το μάθημα αποσκοπεί να προσδώσει στους φοιτητές τις παρακάτω γενικές ικανότητες:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Γνώση του περιεχομένου και της σημασίας της χρηματοοικονομικής επιστήμης • Κριτική σκέψη και ικανότητα λήψης ορθολογικών αποφάσεων • Εργασία σε ομάδες πάνω σε μελέτες περιπτώσεων • Αναζήτηση, ανάλυση και παρουσίαση σύνθετων προβλημάτων • Χρήση νέων τεχνολογιών και λογισμικού • Παρουσίαση, διάλογος, κριτική και αυτοκριτική

(3) ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Αρχικά, παρουσιάζονται οι Οικονομικές Καταστάσεις και συγκεκριμένα η Κατάσταση Οικονομικής Θέσης, η Κατάσταση Αποτελεσμάτων και η Κατάσταση Ταμειακών Ροών. Οι Οικονομικές Καταστάσεις καταρτίζονται σύμφωνα με ένα σύνολο κανόνων που είναι τα Διεθνή Πρότυπα Χρηματοοικονομικής Αναφοράς (ΔΠΧΑ), τα οποία θεσπίζονται από το Συμβούλιο Διεθνών Λογιστικών Προτύπων και είναι αποδεκτά σε περισσότερες από 140 χώρες παγκοσμίως. Η Κατάσταση Οικονομικής Θέσης διαχωρίζεται σε Ενεργητικό, Υποχρεώσεις και Καθαρή Θέση, και φανερώνει τα περιουσιακά στοιχεία, τις οφειλές σε τρίτους και τις οφειλές προς τους μετόχους, αντίστοιχα. Δείχνει την οικονομική κατάσταση της οντότητας και την ικανότητά της να παράγει εισόδημα στο μέλλον. Η Κατάσταση Αποτελεσμάτων περιλαμβάνει λογαριασμούς Εσόδων και Εξόδων, ενώ η διαφορά των δύο καταδεικνύει τη χρηματοοικονομική αποτελεσματικότητα της οντότητας σε χρηματικούς όρους. Τέλος, η Κατάσταση Ταμειακών Ροών καταδεικνύει τις ταμειακές ροές που δημιουργούνται ως αποτέλεσμα των λειτουργικών, επενδυτικών και χρηματοδοτικών δραστηριοτήτων της οντότητας.

Τα αριθμητικά δεδομένα που εμφανίζονται στις οικονομικές καταστάσεις αποτελούν τη βάση για περαιτέρω ανάλυση, διαμόρφωση προβλέψεων και εξαγωγή χρήσιμων συμπερασμάτων αναφορικά με όλο το φάσμα της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Οι μέτοχοι και οι άλλες ομάδες ενδιαφέροντος αξιοποιούν την πληροφόρηση των οικονομικών καταστάσεων με σκοπό τη διευκόλυνση της διαδικασίας λήψης αποφάσεων. Η ανάλυση των οικονομικών καταστάσεων γίνεται είτε με την μετατροπή τους σε μία τυποποιημένη μορφή είτε με τη χρήση δεικτών. Στην πρώτη περίπτωση περιλαμβάνονται η οριζόντια και η κάθετη ανάλυση, οι οποίες επιτρέπουν την αξιολόγηση της απόδοσης της εταιρίας κατά τη διάρκεια του χρόνου και τον εντοπισμό των στοιχείων που σχετίζονται με συγκεκριμένες επιχειρηματικές λειτουργίες και επιδέχονται περαιτέρω βελτιώσεις. Στην περίπτωση των δεικτών, επιλέγονται δύο στοιχεία από την ίδια ή από δύο διαφορετικές οικονομικές καταστάσεις, όπου το μέγεθος του ενός εκφράζεται σε σχέση με το μέγεθος του άλλου. Λαμβάνοντας υπόψη την έκταση της πληροφόρησης που παρέχεται στις οικονομικές καταστάσεις, μπορούν να κατασκευασθούν πολλοί και διαφορετικοί δείκτες. Κατά συνέπεια, η ανάλυση των οικονομικών καταστάσεων με τη χρήση δεικτών επιτρέπει την ενδελεχή αξιολόγηση όλων των πτυχών της δραστηριότητας μίας επιχείρησης. Οι δείκτες ταξινομούνται σε κατηγορίες βάσει της επιχειρηματικής λειτουργίας στην οποία επικεντρώνονται και, ειδικότερα, διακρίνονται σε δείκτες ρευστότητας, δραστηριότητας, κερδοφορίας, χρέους και μακροπρόθεσμης φερεγγυότητας.

(4) ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ – ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ.	Πρόσωπο με πρόσωπο	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Γίνεται χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία (παρουσιάσεις ppt, χρήση εκπαιδευτικών videos) και στην Επικοινωνία με τους φοιτητές. Το μάθημα διδάσκεται σε Εργαστήριο, όπου οι φοιτητές συμμετέχουν ενεργά με χρήση Η/Υ.	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39 ώρες
	Εργαστηριακή Άσκηση	26 ώρες
	Διαδραστική διδασκαλία	25 ώρες
	Συγγραφή εργασίας	30 ώρες

	Παρουσίαση εργασίας	10 ώρες
	Μελέτη, ανάλυση βιβλιογραφίας	20 ώρες
	Σύνολο Μαθήματος	150 ώρες
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	<p>Γλώσσα Αξιολόγησης: Ελληνικά</p> <p>Η αξιολόγηση των φοιτητών γίνεται με:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ερωτήσεις Πολλαπλής Επιλογής • Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης • Επίλυση Προβλημάτων • Γραπτή Εργασία (30% του τελικού βαθμού) <p>Τα κριτήρια αξιολόγησης αναφέρονται ρητά στο Περίγραμμα του μαθήματος το οποίο βρίσκεται αναρτημένο στον ιστότοπο του μαθήματος στο https://openeclass.uom.gr/.</p> <p>Το Περίγραμμα του μαθήματος και ο τρόπος αξιολόγησης παρουσιάζονται επίσης και κατά τη διάρκεια της 1^{ης} Διάλεξης.</p>	

(5) ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:

- Καραγιώργος, Θ. (2017). *Εισαγωγή στη Χρηματοοικονομική Λογιστική*, εκδόσεις ΑΦΟΙ Θ Καραγιώργου.
- Σουμπενιώτης, Δ. και Ταμπακούδης, Ι. (2020). *Σύγχρονη Χρηματοοικονομική Ανάλυση και Επενδύσεις*, εκδόσεις NAMATA.
- Καραγιώργος, Θ. (2017). *Χρηματοοικονομική Λογιστική*, εκδόσεις ΑΦΟΙ Θ Καραγιώργου.
- Needles, B. and Marian, P. (2016). *Εισαγωγή στη Λογιστική*, εκδόσεις Broken Hill Publishers LTD.
- Subramanyan K.R and Wild, J. (2016). *Ανάλυση Χρηματοοικονομικών Καταστάσεων*, εκδόσεις Broken Hill Publishers LTD.
- Reilly, F. and Brown, K. (2009). *Analysis of Investments and Management of Portfolios*, 9th Edition, THOMSON, South-Western.

Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- Journal of Banking and Finance
- Journal of Finance
- Journal of Financial Management Analysis
- Journal of Applied Financial Economics
- Managerial Finance
- Accounting Forum
- European Accounting Review
- Abacus
- Management Accounting Research
- Journal of International Accounting Research

3. ΔΙΕΘΝΕΣ ΚΑΙ ΕΞΑΓΩΓΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

(1) ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	Επιστημών Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΤΜΗΜΑ	Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Μεταπτυχιακό		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΕ0364	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Α΄, Β΄
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΙΕΘΝΕΣ ΚΑΙ ΕΞΑΓΩΓΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Διαλέξεις, Εργασία, Παρουσίαση	3	6	
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΙΔΙΚΕΥΣΗΣ		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΚΑΝΕΝΑ		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνικά με χρήση Αγγλικής ορολογίας		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

(2) ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<p>Με την ολοκλήρωση του μαθήματος αναμένεται ότι οι εκπαιδευόμενοι θα είναι σε θέση να ερευνήσουν και να μελετήσουν τους παράγοντες της ξένης αγοράς για να συγκεντρώσουν τις πληροφορίες και τα στοιχεία που είναι απαραίτητα για να ληφθεί η απόφαση για το αν, και σε τι βαθμό, τα προϊόντα που η επιχείρηση θέλει να εξάγει στη συγκεκριμένη ξένη αγορά χρειάζεται να τροποποιηθούν και να προσαρμοστούν στις συνθήκες αυτής της αγοράς, καθώς και στις προτιμήσεις των τοπικών αγοραστών. Στη συνέχεια θα μπορούν να προχωρήσουν στη διαμόρφωση του εξαγωγικού σχεδίου μάρκετινγκ (export marketing plan) για τη συγκεκριμένη ξένη αγορά στο οποίο θα συμπεριλαμβάνεται και ο καθορισμός των 4P (Product, Price, Promotion, Placement).</p>
Γενικές Ικανότητες
<ol style="list-style-type: none"> 1. Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών 2. Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις 3. Λήψη αποφάσεων 4. Αυτόνομη εργασία 5. Ομαδική εργασία 6. Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης 7. Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα. 8. Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής 9. Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

3) ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ Στις αρχές της 2^{ης} δεκαετίας του 21^{ου} αιώνα, το *Διεθνές και Εξαγωγικό Μάρκετινγκ* καθίσταται όλο και πιο σημαντικό τμήμα των θεμελιωδών λειτουργιών των σύγχρονων και δυναμικών επιχειρήσεων. Ο βαθμός διεθνούς δραστηριοποίησης των επιχειρήσεων αυξάνεται διαρκώς και με ραγδαίους ρυθμούς, καθώς οι ταχύτατες τεχνολογικές εξελίξεις μειώνουν διαρκώς τη σημασία των αποστάσεων, φέρνοντας έτσι και τις πλέον απόμακρες ξένες αγορές όλο και πιο κοντά και καθιστώντας την επέκταση των εμπορικών (εξαγωγές και εισαγωγές προϊόντων και υπηρεσιών) και παραγωγικών δραστηριοτήτων τους σ' αυτές σχετικά ευκολότερη, ταχύτερη και φθηνότερη. Επιπλέον, νέες και σχετικά ανεκμετάλλευτες αγορές έχουν προκύψει, καθώς μεγάλος αριθμός χωρών, με σημαντικότερες την Κίνα και την Ινδία, έχουν ασπαστεί τις αρχές της ελεύθερης αγοράς, δημιουργώντας έτσι νέες ευκαιρίες και προκλήσεις για τις σύγχρονες και δυναμικές επιχειρήσεις όλων των κλάδων παραγωγής προϊόντων και υπηρεσιών. Ωστόσο, για να αντιμετωπίσουν οι επιχειρήσεις αποτελεσματικά αυτές τις προκλήσεις και να εκμεταλλευτούν με επιτυχία τις ευκαιρίες που αναδύονται στο *Διεθνές Επιχειρηματικό Περιβάλλον*, είναι επιτακτικό όλα τα στελέχη τους να έχουν τουλάχιστον θεμελιώδεις γνώσεις *Διεθνούς και Εξαγωγικού Μάρκετινγκ*.

Η αναγκαιότητα αυτή πηγάζει από το ότι η άσκηση του *Μάρκετινγκ* στην αγορά μιας ξένης χώρας είναι πολυπλοκότερη από την άσκησή του στην εγχώρια αγορά. Το τελευταίο οφείλεται στο ότι η προσπάθεια της επιχείρησης να διαθέσει τα προϊόντα της στην αγορά μιας ξένης χώρας πρέπει να λάβει υπόψη της πολλά νέα στοιχεία, διαφορετικές συνθήκες και διαφορετικούς παράγοντες, όπως η τοπική κουλτούρα, το πολιτικό κλίμα, η αγοραστική δύναμη και οι προτιμήσεις των εγχώριων αγοραστών, το τοπικό νομικό πλαίσιο, το κλίμα και η μορφολογία του εδάφους, οι οικονομικές συνθήκες, το επίπεδο των υποδομών της χώρας και πολλά άλλα. Όλα αυτά χρειάζεται να διερευνηθούν και να ληφθούν υπόψη στη διαμόρφωση του εξαγωγικού σχεδίου μάρκετινγκ (export marketing plan) για την εισαγωγή των προϊόντων της επιχείρησης σε μια ξένη αγορά.

Η κατανόηση της σημασίας όλων αυτών των θεμάτων από τα διοικητικά στελέχη καθίσταται ακόμα πιο επιτακτική για τις *Ελληνικές επιχειρήσεις* οι οποίες, καθώς αντιμετωπίζουν διαρκώς αυξανόμενο διεθνή ανταγωνισμό στην εγχώρια αγορά, έχουν στρέψει την προσοχή τους και προσπαθούν να εξάγουν, αλλά και να παράγουν, τα προϊόντα τους στις σχετικά ανεκμετάλλευτες, αλλά και υψηλού επιχειρηματικού κινδύνου αγορές των Βαλκανικών, Παρευξείνιων και Αραβικών χωρών, καθώς και των χωρών της Βορείου Αφρικής. Επιπρόσθετα, έχει γίνει πλέον ευρύτατα αποδεκτό ότι η εξαγωγική δραστηριοποίηση είναι η σχετικά απλούστερη στρατηγική διεθνοποίησης (ή εξωστρέφειας) που είναι αναγκαίο να χρησιμοποιήσει μια επιχείρηση εάν θέλει να δει τις πωλήσεις και τα κέρδη της να αυξάνονται με γρήγορους ρυθμούς. Αυτό, βέβαια, συνεπάγεται ότι η επιχείρηση θα πρέπει να διαθέτει ανθρώπινο δυναμικό που να έχει εξειδικευμένες γνώσεις *Διεθνούς και Εξαγωγικού Μάρκετινγκ*.

Για τους λόγους αυτούς το μάθημα εξετάζει θέματα σχετικά με τη διαμόρφωση και τη σύνταξη του διεθνούς ή εξαγωγικού σχεδίου μάρκετινγκ τα οποία είναι απολύτως επιτακτικό να γνωρίζουν πολύ καλά τα αρμόδια στελέχη, έτσι ώστε το εγχείρημα της επέκτασης των εμπορικών ή/και παραγωγικών δραστηριοτήτων της επιχείρησης στο εξωτερικό να στεφθεί με επιτυχία. Τα θέματα αυτά θα μελετηθούν και με την ανάλυση πραγματικών μελετών περιπτώσεων στη διάρκεια των διαλέξεων. Με δεδομένη τη μεγάλη έλλειψη στελεχών με εξειδικευμένες γνώσεις *Διεθνούς και Εξαγωγικού Μάρκετινγκ* στην αγορά, ο στόχος του μαθήματος είναι να εφοδιάσει τους/ις φοιτητές/ήτριες (και τωρινά ή μελλοντικά διοικητικά στελέχη) με εκείνες τις τεχνοκρατικές, αλλά και τις εμπειρικές, γνώσεις οι οποίες θα τους/ις καταστήσουν ικανούς/ές να διαχειριστούν αποτελεσματικά τις ιδιαιτερότητες και τις αντιξοότητες που είναι δεδομένο ότι θα αντιμετωπίσουν στην προσπάθειά τους να προωθήσουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της επιχείρησής τους στις αγορές ξένων χωρών. Επίσης, παρέχει χρήσιμες γνώσεις και για τα στελέχη επιχειρήσεων που λειτουργούν εγχώρια αλλά απευθύνονται και σε αλλοδαπούς πελάτες που έρχονται στην Ελλάδα, όπως οι τουριστικές επιχειρήσεις, οι κατασκευαστικές εταιρείες που συνεργάζονται με ξένες επιχειρήσεις οι οποίες ιδρύουν εγκαταστάσεις στην Ελλάδα, καθώς και τα εμπορικά κέντρα που όλο και περισσότερο απευθύνονται και προσπαθούν να προσελκύσουν πελάτες από γειτονικές χώρες.

Επιπλέον, ένας κύριος στόχος του μαθήματος είναι να καταστήσει όσο το δυνατόν πιο ξεκάθαρο στους φοιτητές/ήτριες πόσο σημαντικοί και κρίσιμοι παράγοντες επιτυχίας είναι για όλα ανεξαιρέτως τα στελέχη μάρκετινγκ α) η έγκαιρη και έγκυρη ενημέρωσή τους για τις εξελίξεις στις ξένες αγορές που ενδιαφέρουν την επιχείρησή τους, β) η επίδειξη ευαισθησίας εκ μέρους τους στις ιδιαιτερότητες των δυνητικών πελατών τους στις αγορές αυτές, και γ) η ύπαρξη της δυνατότητας, αλλά και της προδιάθεσης, προσαρμογής τους στις ιδιομορφίες, τις διαφορετικές απαιτήσεις και τα χαρακτηριστικά των υπαρχόντων αλλά και των δυνητικών πελατών τους στις ξένες αγορές.

(4) ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ.	ΠΡΟΣΩΠΟ ΜΕ ΠΡΟΣΩΠΟ, ΕΞ ΑΠΟΣΤΑΣΕΩΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Χρησιμοποιείται η πλατφόρμα ασύγχρονης τηλεκπαίδευσης Eclass του Πανεπιστημίου Μακεδονίας για την ανάρτηση εγγράφων (περίγραμμα μαθήματος, ύλη εξετάσεων, διαφάνειες διαλέξεων, χρήσιμα links κλπ.). Επίσης, για την επικοινωνία με τους/ις φοιτητές/ήτριες μέσω ανακοινώσεων και αποστολής μηνυμάτων. Χρησιμοποιείται Η/Υ και βιντεοπροβολέας με Power Point για την προβολή των διαφανειών των διαλέξεων στο αμφιθέατρο. Επίσης, αναλύονται μελέτες περιπτώσεων σχετικές με το Διεθνές και Εξαγωγικό Μάρκετινγκ. Επιπλέον, προσκαλούνται έμπειρα στελέχη επιχειρήσεων για να παρουσιάσουν στους/ις φοιτητές/ήτριες την άσκηση του Διεθνούς και Εξαγωγικού Μάρκετινγκ στις επιχειρήσεις τους. Τέλος, στις διαλέξεις γίνεται πρόσβαση σε ιστοσελίδες επιχειρηματικών εφημερίδων και περιοδικών για την ανάλυση πρόσφατων άρθρων σχετικών με το αντικείμενο του μαθήματος, καθώς και σε ιστοσελίδες με σχετικά στοιχεία.	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39 ώρες
	Συγγραφή 2 εργασιών	50 ώρες
	Μελέτη	80 ώρες
	Σύνολο Μαθήματος	169
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	Γλώσσα Αξιολόγησης Ελληνικά Μέθοδοι Αξιολόγησης: α. 2 Γραπτές εργασίες (μελέτες περίπτωσης) 50%. β. Τελική γραπτή εξέταση: Ερωτήσεις ανάπτυξης 25% και μελέτη περίπτωσης 25%. Οι φοιτητές ενημερώνονται για την αξιολόγηση με την Αναλυτική Περιγραφή του μαθήματος που τους γνωστοποιείται πριν επιλέξουν το μάθημα και είναι αναρτημένο στην πλατφόρμα eclass.	

(5) ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:

A. Ελληνικά

1. Αυλωνίτης, Γ.Ι., Λυμπερόπουλος, Κ. και Τζαναβάρας, Β., Σύγχρονες Στρατηγικές Μάρκετινγκ για Διεθνείς Αγορές, Εκδόσεις Rosili, Αθήνα, 2010.
2. Ball, D.A., Geringer, J.M., Minor, M.S. & McNett, J.M., Διεθνής Επιχειρηματική Δραστηριότητα, Εκδ. Επίκεντρο, Μετάφραση 12^{ης} Έκδοσης, 2010.
3. Cateora, P.R. και Graham, J.L., Διεθνές Μάρκετινγκ, Εκδ. Παπαζήση, 2 Τόμοι, Μετάφραση της 10^{ης} έκδοσης (1999), 2003.
4. Griffin, R. και Pustay, M., Διεθνείς Επιχειρήσεις και Επιχειρηματικότητα, Εκδ. Τζιόλα, 2018.
5. Παλατιανό, Γ., Χατζηδημητρίου, Ι. και Αιγυπτιάδης, Α., Διοίκηση Διαδικασιών στο Διεθνές Εμπόριο, Εκδόσεις ΔιΣΙΓΜΑ, 2021.
6. Φιλαδαρλής, Μπ., Ο Τζακ, η Φασολιά και οι Εξαγωγές, Global Greece, Θεσσαλονίκη, 2014.

B. Αγγλικά

1. Albaum, G., Duerr, E. & Josiassen, A., International Marketing and Export Management, 8th ed., Pearson, 2016.
2. Czinkota, M.R. & Ronkainen, I.A., International Marketing, 10th ed., South-Western, 2013.
3. Ghauri, P.N. and Cateora, P., International Marketing, 4th ed., McGraw-Hill, 2014.
4. Cook, T.A., Mastering Import Export Management, 2nd ed., 2012.
5. David, P.A., International Logistics: The Management of International Trade Operations, 4th ed., Cicero Books, 2013.
6. Hollensen, S., Global Marketing, 4th ed., Prentice Hall, 2007.
7. Johansson, J.K., Global Marketing: Foreign Entry, Local Marketing and Global Management, 5th ed., McGraw-Hill, 2009.
8. Kotabe, M. and Helsen, K., International Marketing, 6th ed., Wiley, 2015.
9. Ricks, D., Blunders in International Business, Blackwell Business, 2011.

- Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

Journal of International Marketing, International Marketing Review, Journal of International Business Studies, International Business Review, Journal of World Business, Journal of International Management, Management International Review, Strategic Management Journal, European Journal of International Management, European Business Review, Critical Perspectives in International Business, Research in International Business and Finance, European Management Journal, Journal of Strategy and Management, Transnational Corporations Review, Review of International Business and Strategy, International Review of Strategic Management, Journal of Business Research, Long Range Planning, Business Horizons, Harvard Business Review.

4. ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΤΑΙΡΙΚΩΝ ΚΙΝΔΥΝΩΝ

(1) ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	Επιστημών Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΤΜΗΜΑ	Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Μεταπτυχιακό		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΕ0375	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	A', B'
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΤΑΙΡΙΚΩΝ ΚΙΝΔΥΝΩΝ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Διαλέξεις, Εργασία, Παρουσίαση	3	6	
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΙΔΙΚΕΥΣΗΣ		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΟΧΙ		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	ΕΛΛΗΝΙΚΗ		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

(2) ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<p>Ατομικές Δεξιότητες:</p> <p>Με την ολοκλήρωση αυτού του μαθήματος, οι φοιτητές θα μπορούν να:</p> <ol style="list-style-type: none"> Εξηγήσουν τις βασικές έννοιες, τις αρχές και τις πρακτικές που σχετίζονται με τη διαμόρφωση και την εφαρμογή των στρατηγικών της Διαχείρισης Κινδύνου. Ενσωματώσουν και να εφαρμόσουν τη γνώση που αποκτήθηκε σε σχέση με τη διαμόρφωση και εφαρμογή μίας στρατηγικής διαχείρισης κινδύνου. Αναλύσουν και να αξιολογήσουν πραγματικές καταστάσεις που σχετίζονται με τη Διαχείριση Κινδύνου Χρησιμοποιήσουν επιστημονικές πηγές, να συγκεντρώνουν και να αναλύουν δεδομένα σχετικά με την ανάλυση μελετών περιπτώσεων που σχετίζονται με τη Διαχείριση Κινδύνου. <p>Ικανότητες:</p> <p>Με την ολοκλήρωση αυτού του μαθήματος, οι φοιτητές θα είναι σε θέση να:</p> <ol style="list-style-type: none"> Σχεδιάζουν, διαχειρίζονται και υλοποιούν στρατηγικές που σχετίζονται με τη Διαχείριση Κινδύνου. Λαμβάνουν αποφάσεις σχετικά την αξιολόγηση και διαχείριση του κινδύνου επιτοκίου, του κινδύνου αγοράς, του πιστωτικού κινδύνου, του λειτουργικού κινδύνου και του κινδύνου ρευστότητας. Αναλάβουν την ευθύνη ανάπτυξης στρατηγικών διαχείρισης χρηματοοικονομικών κινδύνων
Γενικές Ικανότητες
<p>Το μάθημα αποσκοπεί στην ανάπτυξη των παρακάτω γενικών ικανοτήτων:</p> <ol style="list-style-type: none"> Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις Λήψη αποφάσεων Αυτόνομη εργασία Ομαδική εργασία Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

(3) ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Αριθμός Διάλεξης	Τίτλος Διάλεξης	Περιεχόμενο
Εβδομάδα 1 ^η	Εισαγωγή στην Ανάλυση Επιχειρηματικών Κινδύνων.	Ορισμοί Κινδύνου. Διακρίση μεταξύ Αβεβαιότητας και Κινδύνου. Είδη Κινδύνου. Κατηγορίες Κινδύνου.
Εβδομάδα 2 ^η	Στρατηγικοί και Λειτουργικοί Κίνδυνοι (Μέρος Ι).	Επιχειρηματικός Κίνδυνος. Βιομηχανικός Κίνδυνος. Νομικός Κίνδυνος. Κίνδυνος Προσωπικού-Υγιεινή και Ασφάλεια στο Χώρο Εργασίας-Εργατικά Ατυχήματα. Λογιστικός Κίνδυνος – Case Study: Enron Corporation. Κίνδυνος Απάτης. Κίνδυνος Πληροφοριακών Συστημάτων. Κίνδυνος Μεταφορών. Κίνδυνος Αποζημίωσης Εξαιτίας Προϊόντων. Κίνδυνος βιομηχανικής κατασκοπείας.
Εβδομάδα 3 ^η	Στρατηγικοί και Λειτουργικοί Κίνδυνοι (Μέρος ΙΙ).	Περιβαλλοντικός Κίνδυνος – Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης – Case Study: Exxon Valdez, BP Gold Stream. Κίνδυνοι Κλιματικής Αλλαγής. Κίνδυνος Κοινωνικοί και Πολιτικοί Κίνδυνοι. Κίνδυνος Φήμης. Κίνδυνος Χώρας, Κυριαρχικός Κίνδυνος.
Εβδομάδα 4 ^η	Χρηματοοικονομικοί Κίνδυνοι (Μέρος Ι).	Κίνδυνος Ρευστότητας. Κίνδυνος ρευστότητας χρηματοδότησης. Κίνδυνος ρευστότητας αγοράς. Διαχείριση Κινδύνου Ρευστότητας: Η περίπτωση της Bear Stearns. Collateralized Debt Obligation (CDO). Credit Default Swap (CDS). Υπολογισμός κινδύνου χρηματοδοτικής ρευστότητας. Μέτρηση του κινδύνου ρευστότητας. Προσομοίωση καταστάσεων κρίσης ρευστότητας
Εβδομάδα 5 ^η	Χρηματοοικονομικοί Κίνδυνοι (Μέρος ΙΙ).	Κίνδυνος Αγοράς. Η έννοια της Αξίας σε Κίνδυνο. Η Μέθοδος VaR. Ιστορική προσομοίωση. Η αναλυτική μέθοδος - Μέθοδος διακυμάνσεων – συνδιακυμάνσεων. Συντελεστής Συσχέτισης. Προσομοίωση Monte Carlo.
Εβδομάδα 6 ^η	Χρηματοοικονομικοί Κίνδυνοι (Μέρος ΙΙΙ).	Πιστωτικός Κίνδυνος. Case Study: Washington Mutual. Μοντελοποίηση του πιστωτικού κινδύνου. Παράμετροι μοντέλων πιστωτικού κινδύνου. Μη αναμενόμενες απώλειες. Credit Risk Models. Μοντέλο διακριτικής ανάλυσης. Τα Z-Scores του Altman και η Χρηματοπιστωτική Κρίση. Πώς βαθμολογούνται οι δανειολήπτες. Αξιολόγηση Δανείου.
Εβδομάδα 7 ^η	Χρηματοοικονομικοί Κίνδυνοι (Μέρος ΙV).	Κίνδυνος Επιτοκίου. Στρατηγικές Αντιμετώπισης Κινδύνου Επιτοκίου: Συμφωνία ανταλλαγής επιτοκίων (Interest Rate Swap - IRS), Προθεσμιακή Ανταλλαγή επιτοκίων (Forward Rate Agreement - FRA), Συναλλαγές κατωτάτου επιτοκίου (Floor), Συναλλαγές ανώτατου επιτοκίου (Cap), Interest Rate Collar.
Εβδομάδα 8 ^η	Χρηματοοικονομικοί Κίνδυνοι (Μέρος V).	Συναλλαγματικός Κίνδυνος: Λογιστική Έκθεση (Έκθεση Μετάφρασης), Έκθεση Συναλλαγών, Λειτουργική Έκθεση. Στρατηγικές Διαχείρισης Λογιστικής Έκθεσης: Μέθοδος Κυκλοφορούντων/ Μη Κυκλοφορούντων Περιουσιακών Στοιχείων (current/non current method), Χρηματική/Μη Χρηματική Μέθοδος(monetary/non monetary), Μέθοδος τρέχουσας ισοτιμίας (current rate method) κλπ. Στρατηγικές Διαχείρισης της Έκθεσης Συναλλαγών
Εβδομάδα 9 ^η	Αντιστάθμιση Κινδύνου μέσω παραγώγων (Μέρος Ι).	Δικαιώματα προαίρεσης (Options). Παράγοντες προσδιορισμού τιμήματος Δικαιώματος. Δείκτες Ευαισθησίας. Βασικές Θέσεις Δικαιωμάτων Προαίρεσης. Κερδοσκοπία με Options. Αντιστάθμιση Κινδύνου (Hedging) με Δικαιώματα Προαίρεσης (Options) σε Μετοχές.
Εβδομάδα 10 ^η	Αντιστάθμιση Κινδύνου μέσω παραγώγων (Μέρος ΙΙ)	Σύνθετες Θέσεις – Στρατηγικές Δικαιωμάτων Προαίρεσης. Στρατηγικές «Ταύρου» (Bull Call Spread, Στρατηγική του «κολάρου», Call Backspread, Covered Straddle). Στρατηγικές «Αρκούδας» (Bear Put Spread, Put Backspread). Στρατηγικές Ουδετερότητας (Spread Επιτοκίου, Long Straddle - Short Straddle, Long Strangle - Short Strangle, Butterfly Spread, Condor Strategy).
Εβδομάδα 11 ^η	Λειτουργικοί Κίνδυνοι Τραπεζικού Συστήματος.	Case Study: Barings Bank. Βασικοί Πυλώνες της Βασιλείας ΙΙ. Μέθοδοι υπολογισμού Κεφαλαιακής Επάρκειας Τραπεζών Λειτουργικός Κίνδυνος: Συλλογή Συμβάντων και Ζημιών. Μέθοδοι αξιολόγησης Κινδύνων και Ελέγχου, Ανάλυση Σεναρίων, Βασικοί Δείκτες Κινδύνου (Μετρικοί Δείκτες Τεχνολογίας και Υποδομών, Δείκτες Νομοθετικού Κινδύνου, People Metrics).
Εβδομάδα 12 ^η	Εργαλεία Προσδιορισμού Αντιμετώπισης Κινδύνου.	What – if τεχνικές, Διαγράμματα Αξιοπιστίας (Σειριακά και Παράλληλα Συστήματα), Λίστες Ελέγχου, Μελέτες Αστοχίας, Ανάλυση Επικινδυνότητας (HAZOP), Δένδρα Σφαλμάτων, Δένδρα Συμβάντων, Ποσοτική Εκτίμηση Επικινδυνότητας.

(4) ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Πρόσωπο με πρόσωπο & εξ' αποστάσεως	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	ΧΡΗΣΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΕΩΝ POWERPOINT, ΚΑΙ ΤΗΣ ΠΛΑΤΦΟΡΜΑΣ eclass	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39 ώρες
	Διαδραστική διδασκαλία	20 ώρες
	Συγγραφή εργασίας	40 ώρες
	Παρουσίαση εργασίας	10 ώρες
	Μελέτη	51 ώρες
	Σύνολο Μαθήματος	160
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	Τελική εξέταση η οποία μπορεί να περιλαμβάνει: <ul style="list-style-type: none">- ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής,- ερωτήσεις σύντομης απάντησης,- επίλυση προβλημάτων- γραπτή εργασία	

(5) ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:

1. Ross A. Stephen, Westerfield W. Randolph, Jaffe Jeffrey. Χρηματοοικονομική των Επιχειρήσεων. Broken Hill Publishers Ltd, 2017.
2. Σουμπενιώτης, Δ. & Ταμπακούδης, Ι. (2017). Σύγχρονη Χρηματοοικονομική Ανάλυση και Επενδύσεις. Εκδόσεις NAMATA.
3. Alan C. Shapiro. (2014). Multinational Financial Management, 10th Edition. JohnWiley& Sons, Inc
4. Brealey, R. A., Myers, S. C., Allen, F., & Mohanty, P. (2012). *Principles of corporate finance*. Tata McGraw-Hill Education.
5. Deventer, Donald R. Van, Imai, Kenji, and Mesler, Mark. Advanced Financial Risk Management : Tools and Techniques for Integrated Credit Risk and Interest Rate Risk Management (2nd Edition). Somerset, NJ, USA: John Wiley & Sons, 2013.
6. Fraser, John, Simkins, Betty, and Narvaez, Kristina. Robert W. Kolb Series : Implementing Enterprise Risk Management : Case Studies and Best Practices (1). Somerset, US: Wiley, 2014.
7. Merna, Tony, and Al-Thani, Faisal F.. Corporate Risk Management (2nd Edition). Hoboken, NJ, USA: John Wiley & Sons, 2008.
8. Hull, J. C. Options, futures, and other derivatives. Pearson Education India, 2006.
9. Approaches to Enterprise Risk Management. Huntingdon, GBR: Bloomsbury Information Ltd, 2010.
10. Girling, Philippa. Wiley Finance : Operational Risk Management : A Complete Guide to a Successful Operational Risk Framework. Somerset, NJ, USA: John Wiley & Sons, 2013.
11. Allen, Steve L.. Wiley Finance : Financial Risk Management : A Practitioner's Guide to Managing Market and Credit Risk (2nd Edition). Somerset, NJ, USA: John Wiley & Sons, 2013.
12. Ανάλυση Επενδύσεων και Διαχείριση Χαρτοφυλακίου, Δ. Βασιλείου, Ν. Ηρειώτης, Rosili, 2009
13. ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΚΙΝΔΥΝΟΥ ΧΩΡΑΣ (COUNTRY RISK): ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΚΑΙ ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ, ΜΙΧΑΛΗΣ ΔΟΥΜΠΟΣ, ΚΥΡΙΑΚΗ ΚΟΣΜΙΔΟΥ, ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΖΟΠΟΥΝΙΔΗΣ, ΔΕΣΠΟΙΝΑ ΓΙΑΝΝΑΚΑΚΗ, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΚΛΕΙΔΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΕ, 2004

- Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

1. *Journal of Risk Research*
2. *Risk Management*
3. *Journal of Risk and Uncertainty*

5. ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΦΟΔΙΑΣΤΙΚΗΣ ΑΛΥΣΙΔΑΣ

(1) ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	Επιστημών Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΤΜΗΜΑ	Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Μεταπτυχιακό		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΕ0112	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Α' , Β'
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΦΟΔΙΑΣΤΙΚΗΣ ΑΛΥΣΙΔΑΣ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Διαλέξεις, Εργασία, Παρουσίαση	3	6	
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Επιλογής, Υποβάθρου		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΟΧΙ		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

(2) ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<p>Στην ολοκλήρωση αυτού του μαθήματος, ο μαθητής θα πρέπει να είναι σε θέση να εξετάζει το σχεδιασμό και την απόδοση των δικτύων εφοδιαστικής αλυσίδας και διαδικασιών σε διαφορετικά επιχειρηματικά πλαίσια. Οι μαθητές αναπτύσσουν ικανότητες στον τομέα της λογιστικής, της ψηφιακής συντονισμού για την ενσωμάτωση της αλυσίδας εφοδιασμού, της διαχείρισης αποθεμάτων, της αναδιάταξης των κινδύνων αποθεμάτων στον χρόνο, τα προϊόντα, τα κανάλια και τη γεωγραφία, της διακυβέρνησης των σχέσεων της αλυσίδας εφοδιασμού, του σχεδιασμού προϊόντων και διαδικασιών και της διεθνούς διαχείρισης αλυσίδας εφοδιασμού. Συγκεκριμένα, ο μαθητής θα μάθει να:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Αναλύστε κριτικά και συζητήστε με συστηματικό και κριτικό τρόπο τις έννοιες, τις αρχές και τα μοντέλα που σχετίζονται με τη Διαχείριση Εφοδιαστικής Αλυσίδας. 2. Εξετάστε αναλυτικά την εφοδιαστική αλυσίδα των οργανισμών και μετρήστε τη βελτίωση της απόδοσης. 3. Συνθέστε μια σειρά προηγμένων και εξειδικευμένων εννοιών, αρχών και μοντέλων και εφαρμόστε τα για λειτουργική και στρατηγική βελτίωση. 4. Δείξτε μια αυτόνομη ικανότητα για έρευνα, επίλυση προβλημάτων και ενθουσιασμό για ανεξάρτητη μάθηση.
Γενικές Ικανότητες
<p>Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και κριτικής σκέψης των φοιτητών μέσω συζητήσεων, ασκήσεων και εργασιών στα πλαίσια του μαθήματος</p>

(3) ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Αυτό το μάθημα θα σας εισαγάγει στις βασικές πτυχές της διαχείρισης της εφοδιαστικής αλυσίδας και θα τις τοποθετήσει σε ένα παγκόσμιο πλαίσιο. Το μάθημα θέτει τα θεμέλια που θα σας επιτρέψουν να επεκτείνετε τις γνώσεις σας στη διαχείριση της παγκόσμιας αλυσίδας εφοδιασμού, αναπτύσσοντας μια νοοτροπία προσανατολισμένη στην επίλυση προβλημάτων. Θα αποκτήσετε γνώση των βασικών θεωριών και πρακτικών τεχνικών στη διαχείριση της παγκόσμιας αλυσίδας εφοδιασμού και θα τις εφαρμόσετε σε εννοιολογικές ασκήσεις και μελέτες περιπτώσεων. Θα εξερευνήσετε και θα βιώσετε επίσης τον ψηφιακό μετασχηματισμό της παγκόσμιας διαχείρισης της εφοδιαστικής αλυσίδας. Όλες αυτές οι πτυχές του μαθήματος θα χτίσουν τις επαγγελματικές σας δεξιότητες, καθιστώντας σας έναν ελκυστικό πόρο για τις εταιρείες.

Περιεχόμενο:

1. Logistics, εφοδιαστική αλυσίδα και ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα
2. Ο ρόλος του αποθέματος στις αλυσίδες εφοδιασμού και οι βασικές μεθοδολογίες για τη διαχείριση αποθεμάτων
3. Αβεβαιότητα και κίνδυνος, και πώς να τα αντιμετωπίσουμε μέσω καλών προσεγγίσεων διαχείρισης αποθεμάτων
4. Αξία πληροφοριών και ανταλλαγή πληροφοριών στις αλυσίδες εφοδιασμού
5. Στρατηγικές διανομής
6. Συντονισμός εφοδιαστικής αλυσίδας και στρατηγική συμμαχία
7. Προμήθειες και εξωτερική ανάθεση
8. Ενοποίηση εφοδιαστικής αλυσίδας
9. Δεοντολογικά ζητήματα στις λειτουργίες της εφοδιαστικής αλυσίδας και της εφοδιαστικής
10. Βιώσιμες αλυσίδες εφοδιασμού
11. Παρουσιάσεις εργασιών
12. Παρουσιάσεις εργασιών

(4) ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ – ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

(5)

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Πρόσωπο με πρόσωπο	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας eclass	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	60
	Ασκήσεις Πράξης που εστιάζουν στην εφαρμογή μεθοδολογιών και ανάλυση μελετών περίπτωσης σε μικρότερες ομάδες φοιτητών	50
	Αυτοτελής Μελέτη	50
	Σύνολο Μαθήματος	160
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	Οι υποχρεώσεις των φοιτητών περιλαμβάνουν: 1. Υποβολή ατομικής εργασίας (70%). Σε κάθε μεταπτυχιακός φοιτητή θα ανατεθεί ένα μεμονωμένο θέμα εργασίας. Κάθε μεταπτυχιακός φοιτητής πρέπει να εργαστεί για να ερευνήσει το θέμα, να αναπτύξει μια παρουσίαση του θέματος και να παραδώσει την παρουσίαση σε ολόκληρη την τάξη. Κάθε παρουσίαση περιορίζεται σε 15 λεπτά συνολικά και ο μαθητής πρέπει να είναι σαφής και συνοπτικός στην επικοινωνία του. 2. Συμμετοχή στις τελικές γραπτές εξετάσεις (30%) που περιλαμβάνουν: - Ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής	

- Ανάλυση ρόλων και ενδιαφερομένων μερών σε σύντομη μελέτη περίπτωσης
 - Συγκριτική αξιολόγηση στοιχείων θεωρίας
- Η συνολική αξιολόγηση των φοιτητών θα βασιστεί στη συμμετοχή τους στην εκπαιδευτική διαδικασία και στην ποιότητα των εργασιών (βαρύτητα 70%) και στην επίδοσή τους στην τελική γραπτή εξέταση (βαρύτητα 30%).

(6) ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Βασικό σύγγραμμα

- Simchi-Levi, D, Kaminsky, P & Simchi-Levi, E 2007, Designing and managing the supply chain, concepts, strategies and case studies, 3rd edn, McGraw-Hill Irwin, Boston, MA.
- Σημειώσεις διαλέξεων eclass

Συμπληρωματική βιβλιογραφία

- Bowersox, D J, Closs, D J & Cooper, M B 2010, Supply chain logistics management, 3rd edn, McGraw-Hill, Boston, MA.
- Chopra, S & Meindl, P 2007, Supply chain management, strategy, planning and operation, 4th edn, Pearson Prentice Hall, NJ.
- Fitzsimmons, J A & Fitzsimmons, M J 2007, Service management: Operations, strategy, information technology, 6th edn, McGraw-Hill Irwin, Boston, MA.
- Johnston, R & Clark, G 2008, Service operations management, 3rd edn Pearson Prentice Hall, NJ.
- Kotabe, M & Mol, M J (eds) 2006, Global supply chain management, vols. 1 and 2, An Elgar Reference Collection, Edward Elgar, Cheltenham.
- Stevenson, W J 2007, Operations management, International Student Edition with Global Readings, 9th edn, McGraw-Hill Irwin, Boston, MA.

Επιστημονικά Περιοδικά:

- Production and Operations Management
- Journal of Business Logistics
- International Journal of Logistics Management
- International Journal of Logistics: Research and Applications
- International Journal of Physical Distribution and Logistics Management
- Supply Chain Management: An International Journal
- European Journal of Operational Research
- Harvard Business Review
- Sloan Management Review
- Supply Chain Management Review
- The Journal of Supply Chain Management
- The European Journal of Purchasing and Supply Management
- International Journal of Purchasing and Materials Management
- Logistics Management
- International Journal of Logistics Management
- International Journal of Physical Distribution and Logistics Management
- Journal of Business Logistics
- International Journal of Production Research

Websites

- APICS – <http://www.apics.org> Association for Operations Management
- ISM – <http://www.ism.ws> Institute for Supply Management
- APICS SCC – <http://www.apics.org/sites/apics-supply-chain-council>
- ACLM – <http://www.asianclm.com/> Asian Council of Logistics Management
- ASQ – <http://www.asq.org> American Society for Quality

6 ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΟΛΙΚΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

(1) ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	Επιστημών Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΤΜΗΜΑ	Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Μεταπτυχιακό		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΕ0302	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Α' , Β'
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΟΛΙΚΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ:	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Διαλέξεις, Εργασία, Παρουσίαση	3	6	
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ:	ΓΕΝΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΚΑΝΕΝΑ		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	ΕΛΛΗΝΙΚΗ		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	https://www.uom.gr/assets/site/public/nodes/8565/13469-2022-2023_Dioikisi_Olikis_Poiotitas_Tsiotras.pdf https://openeclass.uom.gr/courses/INTER1117/		

(2) ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Ο πρωταρχικός στόχος του μαθήματος είναι η παροχή εξειδικευμένης γνώσης και γνώσεις αιχμής σχετικά με τις προκλήσεις/προβλήματα που αφορούν τη διαχείριση και βελτίωση της ποιότητας και τη στρατηγική σημασία της σε οποιοδήποτε οργανισμό. Στόχος είναι οι φοιτητές να αποκτήσουν μία βασική γνώση σχετικά με τα κύρια ερωτήματα και προβλήματα που αντιμετωπίζουν τα στελέχη όσον αφορά τη διαχείριση και βελτίωση ποιότητας, την ικανοποίηση του πελάτη, καθώς και την ικανοποίηση όλων των ενδιαφερόμενων μερών μιας επιχείρησης, τόσο στη βιομηχανία όσο και στους οργανισμούς παροχής υπηρεσιών. Οι φοιτητές εξασκούν την κριτική τους σκέψη σχετικά με το πώς ορίζεται, πώς διαχειρίζεται και πώς βελτιώνεται τόσο η ποιότητα των προσφερόμενων προϊόντων (αγαθών και υπηρεσιών), όσο και η ποιότητας λειτουργίας των οργανισμών και να λαμβάνουν τις αντίστοιχες αποφάσεις. Το μάθημα εισάγει τους φοιτητές στις βασικές αρχές, θεωρίες, μεθοδολογίες και πρακτικές της διοίκησης ποιότητας και τους βοηθάει να κατανοήσουν και να δουν με κριτική ματιά το ρόλο της μέσα στην επιχείρηση, την επίδρασή της στην αύξηση της ανταγωνιστικότητας της επιχείρησης και τη σημασία της για τη συνολική απόδοση και τη βιωσιμότητά της. Παρουσιάζονται και αναλύονται τα βασικά μοντέλα ποιότητας, όπως και τα βασικά εργαλεία και οι μέθοδοι που χρησιμοποιούνται στην επίλυση προβλημάτων ποιότητα και στη συνεχή βελτίωσή της. Κάθε μάθημα αφιερώνεται σε ένα συγκεκριμένο θέμα της Διοίκησης Ολικής Ποιότητας (Ορισμοί, ιστορική εξέλιξη και σημασία της Διοίκησης Ολικής Ποιότητας, Διαστάσεις και Κόστος ποιότητας, Ποιότητα και παραγωγικότητα, βασικές φιλοσοφίες και αρχές ΔΟΠ, Συστήματα διαχείρισης ποιότητας ISO 9000, Συστήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης ISO 14000, Μοντέλα Επιχειρηματικής Αριστείας EFQM/ MBNQA/CAF, Συγκριτική αξιολόγηση - Benchmarking, Εργαλεία Βελτίωσης Ποιότητας, Στατιστικός έλεγχος ποιότητας και ανάλυση ικανότητας διαδικασίας, Μεθοδολογία Six Sigma)

Τα θέματα αναλύονται συστηματικά και παρουσιάζονται οι αντίστοιχες επιστημονικές εξελίξεις. Η θεωρία και η πράξη συνδυάζονται μέσα από τη μελέτη πραγματικών περιπτώσεων σε ελληνικές και ξένες επιχειρήσεις, καλλιεργώντας την πρωτότυπη σκέψη των φοιτητών. Τέλος, οι φοιτητές μελετούν και παρουσιάζουν οι ίδιοι, μέσα από ομαδικές εργασίες, προκλήσεις και βέλτιστες πρακτικές στα παραπάνω θέματα της διαχείρισης και βελτίωσης ποιότητας από κορυφαίες στον κλάδο τους επιχειρήσεις,

προσφέροντας ερεθίσματα για τη μετέπειτα ερευνητική ή/και επαγγελματική τους δραστηριότητα.

Γενικές Ικανότητες

Το μάθημα αποσκοπεί στα παρακάτω:

- Λήψη αποφάσεων σε θέματα διαχείρισης ποιότητας
- Ομαδική εργασία
- Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση των αντίστοιχων εργαλείων που διδάσκονται.
- Εργασία σε διεθνές περιβάλλον
- Σχεδιασμός και διαχείριση έργων βελτίωσης ποιότητας
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης
- Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον

(3) ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Τις τελευταίες δεκαετίες έχει γίνει ιδιαίτερα προφανής η ανάγκη για τους φοιτητές να μάθουν και να κατανοήσουν τις αρχές της Διοίκησης Ολικής Ποιότητας (Δ.Ο.Π.). Οι οργανισμοί που προσλαμβάνουν αποφοίτους πανεπιστημίων απαιτούν από τους νέους εργαζομένους τους όχι μόνο να αντιλαμβάνονται την σημαντικότητα της παροχής ποιοτικών προϊόντων και υπηρεσιών στους πελάτες αλλά και τις αρχές και τα εργαλεία της Δ.Ο.Π.. Αυτό το μάθημα παρουσιάζει τις βασικές αρχές και τα εργαλεία που σχετίζονται με την Δ.Ο.Π. και παρέχει αρκετές μελέτες περιπτώσεων οι οποίες μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως βάση για συζήτηση στην τάξη. Εστιάζει στην συνεχή βελτίωση όλων των εκφάνσεων και εκφράσεων μιας επιχείρησης, από την σχεδίαση μέχρι την παραγωγή, το μάρκετινγκ και την εξυπηρέτηση μετά την πώληση.

Καλύπτει την έννοια της Ποιότητας, της Ολικής Ποιότητας και της Δ.Ο.Π., τις διαφορετικές προσεγγίσεις των ειδικών στη Δ.Ο.Π., την σύνδεση με τα αναγνωρισμένα βραβεία επιχειρηματικής αριστείας (The Deming Award, The Malcolm Baldrige National Quality Award, The European Quality Award, CAF), τον ποιοτικό έλεγχο, τα πρότυπα διαχείρισης ποιότητας ISO 9001, ISO 14001, την κουλτούρα ποιότητας, τις στάσεις και συμπεριφορές, το σχεδιασμό και εφαρμογή ενός προγράμματος Δ.Ο.Π., τη μέτρηση των στοιχείων κόστους ποιότητας, τη μέτρηση της ικανοποίησης του πελάτη, την ποιότητα των βσ, τα εργαλεία και μεθόδους βελτίωσης της ποιότητας.

Ειδικότερα, μετά την ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές θα είναι μυημένοι στις μεθόδους βελτίωσης της διοίκησης ποιότητας σε τέτοιο βαθμό ώστε να κατανοούν:

- Τις διάφορες ερμηνείες και ορισμούς της ποιότητας (εσωτερική και εξωτερική), τον ποιοτικό έλεγχο, τη διασφάλιση ποιότητας και την ολική ποιότητα, την διοίκηση ολικής ποιότητας
- Τα διάφορα προγράμματα διοίκησης ποιότητας, τα μοντέλα και βραβεία που οδηγούν τους οργανισμούς προς την επιχειρηματική αριστεία.
- Τα διάφορα εργαλεία και τεχνικές της διοίκησης ποιότητας που διευκολύνουν την εφαρμογή των προγραμμάτων ποιότητας.
- Την ανάγκη της συνεχούς μέτρησης και βελτίωσης της ικανοποίησης του πελάτη
- Την ανάγκη της ακριβούς εκτίμησης των στοιχείων κόστους ποιότητας και διοίκησης των διαδικασιών
- Την σημαντικότητα της ηγεσίας και της προσήλωσης της διοίκησης στην ανάδειξη της ποιότητα σε στρατηγική υπόθεση
- Την σημαντικότητα της ανάμειξη των ανθρώπων στην βελτίωση ποιότητας
- Τον Στατιστικό έλεγχο διαδικασιών και την ποιότητα βσ

Η διδασκαλία πραγματοποιείται μέσω διαλέξεων, οι οποίες θα υποστηρίζονται με τη χρήση ουσιαστικών και προτεινόμενων βιβλίων και δημοσιευμένων άρθρων σε ακαδημαϊκά περιοδικά. Η θεωρία συνδυάζεται με την πράξη μέσω μελετών περιπτώσεων και της προβολής βίντεο. Οι μελέτες περιπτώσεων εστιάζουν σε μεγάλες και μικρές επιχειρήσεις από το τομέα της βιομηχανίας και των υπηρεσιών στις Η.Π.Α., στην Ασία και στην Ευρώπη (συμπεριλαμβανομένων και περιπτώσεων από την Ελληνική βιομηχανία).

(4) ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ – ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Πρόσωπο με πρόσωπο													
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	<p>Χρησιμοποιείται η ηλεκτρονική πλατφόρμα τηλεκατάρτισης Open-e-Class για την υποστήριξη της οργάνωσης του μαθήματος. Εκεί αναρτώνται όλες οι διαφάνειες, τα παραδείγματα, οι μελέτες περίπτωσης, επιστημονικά άρθρα κ.α. που συνδέονται με το μάθημα</p> <p>Χρησιμοποιείται η παραπάνω πλατφόρμα, όπως και το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο για την επικοινωνία με τους φοιτητές</p> <p>Προτείνονται ιστοσελίδες σχετικές με το αντικείμενο και τις επιμέρους ενότητες του μαθήματος.</p> <p>Χρησιμοποιείται το υλικό από αυτές τις ιστοσελίδες στην κατανόηση του μαθήματος και στην παρουσίαση βέλτιστων πρακτικών και παραδειγμάτων.</p>													
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="555 775 991 808"><i>Δραστηριότητα</i></th> <th data-bbox="999 775 1398 808"><i>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</i></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="555 810 991 844">Παρακολούθηση Διαλέξεων</td> <td data-bbox="999 810 1398 844">36 ώρες (12 τρίωρες διαλέξεις)</td> </tr> <tr> <td data-bbox="555 846 991 913">Προετοιμασία Διαλέξεων –Μελέτη</td> <td data-bbox="999 846 1398 913">90 ώρες (2,5 ώρες προετοιμασία για κάθε ώρα διάλεξης)</td> </tr> <tr> <td data-bbox="555 916 991 949">Συγγραφή Εργασίας</td> <td data-bbox="999 916 1398 949">40 ώρες</td> </tr> <tr> <td data-bbox="555 952 991 985">Παρουσίαση Εργασίας</td> <td data-bbox="999 952 1398 985">4 ώρες</td> </tr> <tr> <td data-bbox="555 987 991 1043">Σύνολο Μαθήματος</td> <td data-bbox="999 987 1398 1043">170 ώρες</td> </tr> </tbody> </table>		<i>Δραστηριότητα</i>	<i>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</i>	Παρακολούθηση Διαλέξεων	36 ώρες (12 τρίωρες διαλέξεις)	Προετοιμασία Διαλέξεων –Μελέτη	90 ώρες (2,5 ώρες προετοιμασία για κάθε ώρα διάλεξης)	Συγγραφή Εργασίας	40 ώρες	Παρουσίαση Εργασίας	4 ώρες	Σύνολο Μαθήματος	170 ώρες
<i>Δραστηριότητα</i>	<i>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</i>													
Παρακολούθηση Διαλέξεων	36 ώρες (12 τρίωρες διαλέξεις)													
Προετοιμασία Διαλέξεων –Μελέτη	90 ώρες (2,5 ώρες προετοιμασία για κάθε ώρα διάλεξης)													
Συγγραφή Εργασίας	40 ώρες													
Παρουσίαση Εργασίας	4 ώρες													
Σύνολο Μαθήματος	170 ώρες													
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	<p>Γλώσσα αξιολόγησης: Ελληνική</p> <p>Κριτήρια Αξιολόγησης:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Γραπτή εξέταση στο τέλος του εξαμήνου (ερωτήσεις σύντομης απάντησης, ερωτήσεις κρίσεως, ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής) • Εκπόνηση γραπτής ομαδικής εργασία • Προφορική παρουσίαση εργασίας • Συμμετοχή μέσα στην τάξη <p>Τα επιμέρους κριτήρια, όπως και η ακριβής βαρύτητα του καθενός στη συνολική αξιολόγηση των φοιτητών, γίνονται γνωστά από την αρχή του εξαμήνου και αναφέρονται ρητά στο περίγραμμα του μαθήματος.</p> <p>Η αντικειμενική και αξιόπιστη αξιολόγηση της επίδοσης των φοιτητών διασφαλίζεται μέσω των πολλαπλών μεθόδων αξιολόγησης, των πολλαπλών θεμάτων στις γραπτές εξετάσεις (ανοικτές ερωτήσεις – ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής), καθώς και τη συχνή αλλαγή των θεμάτων αυτών.</p> <p>Η διαφάνεια της αξιολόγησης διασφαλίζεται με το ότι οι φοιτητές έχουν τη δυνατότητα να βλέπουν τα γραπτά και τις εργασίες τους μέσα σε χρονικό διάστημα περίπου ενός μήνα από την ημέρα ανακοίνωσης των βαθμών τους, έτσι ώστε να λύνονται τυχόν απορίες ή ενστάσεις.</p>													

(5) ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ενδεικτική Βιβλιογραφία

- Τσιούτρας Γ., «Διοίκηση Ολικής Ποιότητας», Β έκδοση, Εκδόσεις Broken Hills, 2020, Κύπρος.
- Aguayo, R., Dr. Deming: The American who taught the Japanese about quality. Simon and Schuster, 1991.
- American Productivity and Quality Centre, The Benchmarking Management Guide, Productivity Press Inc., 1993.
- Backford, J., Quality: A Critical Introduction, 4th ed., Routledge, 2016.
- Bank, J., The Essence of Total Quality Management, Prentice Hall, 1992.
- Bergman, B. and Klefsjö, B. Quality from customer needs to customer satisfaction. 3rd ed., Studentlitteratur AB, 2010.
- Berry, T.H., Managing the Total Quality Transformation, New York: McGraw-Hill 1991.
- Bogan, C. and English, M., Benchmarking for Best Practices-Winning Through Innovative Adaptation, McGraw-Hill, Inc. 1994.
- Bounds, G., Yorks, L., Adams, M. and Ranney G., Total Quality Management-Toward the Emerging Paradigm, Irwin/McGraw-Hill, 1994.
- Camp, R.C., Benchmarking : The Search for Industry Best Practices that Lead to Superior Performance, ASQL Quality Press, 1989.
- Crosby, P.B., Quality Is Free: The Art of Making Quality Certain, New York, McGraw-Hill, 1979.
- Crosby, P.B., Quality Is Still Free: Making Quality Certain in Uncertain, New York, McGraw-Hill, 1996.
- Crosby, P.B., Quality Without Tears: The Art of Hassle Free Management, New York, McGraw-Hill, 1984.
- Dahlgaard, J.J., Khanji, G.K. and Kristensen, K. Fundamentals of Total Quality Management. Taylor & Francis, 1998.
- Dale, B.G. and Cooper, C.L., Total Quality And Human Resources: An Executive Guide, Blackwell Business, 1992.
- Dale, B.G., Bamford, D. and Van der Wiele, T. (eds.) Managing Quality: An essential guide and resource gateway. 6th ed., John Wiley & Sons, 2016.
- Dale, B. G. and Plunkett, J. J. Quality Costing. 3rd ed., Routledge, 2017.
- Deming, W.E., Out of the Crisis, Massachusetts Institute of Technology, Center for Advanced Engineering Study, 1986.
- Dickens, P., Quality and excellence in human services, John Wiley & Sons, 1994.
- Evans, J.R., Quality and Performance Excellence: Management, Organization and Strategy, 5th ed., 2008
- Evans, J.R., Lindsay, W.M., The Management and Control of Quality, 8th ed., West, 2010.
- Feigenbaum, A.V., Total Quality Control, 3rd ed., McGraw-Hill, 1991.
- Feigenbaum, A.V., Total Quality Control: Engineering And Management, McGraw-Hill, 1961.
- Flood, R.L., Beyond TQM, John Wiley & Sons, 1993.
- Garvin, D., Managing Quality: the strategic and competitive edge, New York, Free Press, 1988.
- Goetsch, D. and Davis, S., Quality Management for Organizational Excellence: Introduction to Total Quality, 7th edition, Pearson, 2014.
- Hakes, C., ed., Total Quality Management: The key to Business Improvement, London: Chapman & Holl, 1991.
- Hradesky, J.L., Total Quality Management Handbook, McGraw-Hill, 1995.
- Ishikawa, K., Guide to Quality Control, Tokyo, Asian Productivity Organization, 1982.
- James, P.T., Total Quality Management: An Introductory Text, Prentice Hall, 1996.
- Juran, J.M., Juran on Leadership for Quality: an executive Handbook, Free Press, New York, 1989.
- Juran, J.M. and Gryna, F.M., Juran's Quality Control Handbook, 3rd ed. McGraw-Hill: New York, 1988.
- Lamprecht, J.L., ISO 9000: Preparing for Registration, ASQC Quality Press, 1992.
- Latzko, J.W., Quality and Productivity for Bankers and Financial Managers, ASQC Quality Press, 1986.
- Leavitt, J.S. and Nunn, P.C., Total Quality Through Project Management, McGraw-Hill, Inc., 1994.
- Lindsay, W.M. and Petrick, J.A., Total Quality And Organization Development, St. Lucie Press, 1997.
- Munro-Faure, L. and Munro-Faure, M., Implementing Total Quality Management, Financial Times: Pitman Publishing, 1992.
- Murphy, J.A., Quality in Practice, Gill & Macmillan, 1988.
- Nemoto, M., Total Quality Control For Management: Strategies And Techniques From Toyota And Toyoda Gosei, Prentice Hall, 1987.
- Oakland, J.S., Total quality management and operational excellence: text with cases. 4th ed., Routledge, 2014.
- Oakland, J.S., Total Organizational Excellence: Achieving World-class Performance. Routledge, 2001.
- Oakland, J.S., Total Quality Management: text with cases, 3rd ed., Butterworth-Heinemann, Oxford, 2003.
- Oakland, J.S., Statistical Process Control, 6th ed., Heinemann: London, 2008.
- Robinson, A. (ed.), Modern Approaches to Manufacturing Improvement: the Shingo System, Productivity Press, 1990.
- Robson, G.D., Continuous Process Improvement: Simplifying Work Flow Systems, New York: The Free Press, 1991.
- Ross, J.E., Total quality management: text, cases, and readings. 3rd ed., CRC Press, 1999.
- Ross, P.J., Taguchi Techniques for Quality Engineering: loss function, orthogonal experiments, parameter and tolerance design, 2nd ed., McGraw-Hill, 1996.

- Sallis, E., Total Quality Management in Education, 3rd ed., London: Routledge, 2002.
- Soim, S.S., Total Quality Essentials, 2nd ed., McGraw-Hill, 1998.
- Shirland, L.E., Statistical Quality Control with Microcomputer Application, John Wiley Sons, Inc. 1993.
- Spendolini, M.J., The Benchmarking Book, 2nd ed., AMACOM, 2003.
- Stebbing, L., Quality Assurance the Road to Efficiency and Competitiveness, 3rd ed., Ellis Horwood Ltd, Publisher, 1993.
- Steeples, M.M., The Corporate Guide to the Malcolm Baldrige National Award: proven strategies for building quality into your organization, 2nd ed., ASQC Quality Press, 1993.
- Tenner, A.R. and DeToro, I.J., Total Quality Management: Three Steps to Continuous Improvement, Addison-Wesley Publ. Co., 1992.
- Watson, G.M., Strategic Benchmarking : How to Rate Your Company's Performance Against the World's Best, John Wiley & Sons Inc., 1993.
- Weaver, C.N., TQM: A Step-by-Step Guide to Implementation, ASQC Quality Press, 1991.
- Wellemis, J.H., Customer Satisfaction Through Total Quality, Chartwell-Bratts, 1990.
- Zairi, M., Benchmarking for Best Practice: Continuous learning through sustainable innovation, Butterworth Heinemann, 1998.
- Δερβιτσιώτης, Κ., Διοίκηση Ολικής Ποιότητας, Εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα, 1993.
- Λογοθέτης, Ν., Μάνατζμεντ Ολικής Ποιότητας, Εκδόσεις: Interbooks, Αθήνα, 1992.
- Τσιότρας, Γ., Διοίκηση Ολικής Ποιότητας, Broken Hill Publishers Ltd, Nicosia, 2016.

Ενδεικτικοί Ιστότοποι

- www.acsi.asqc.org (American Customer Satisfaction Index)
- www.asq.org (American Society For Quality)
- www.bpir.com/management-briefs/index.php (The Essential Resource for Benchmarking and Best Practice – Case Studies)
- www.businesscasestudies.co.uk (Business Case Studies)
- www.deming.org/ (Deming Institute)
- www.efqm.org (European Foundation for Quality management (EFQM))
- www.elot.gr (Ελληνικός Οργανισμός Τυποποίησης)
- www.esqr.org (The European Society for Quality Research (ESQR))
- www.esyp.eu (Εθνικό Σύστημα Υποδομών Ποιότητας (Ε.Σ.Υ.Π.))
- www.iso.org (International Organization for Standardization (ISO))
- www.juran.com (Juran Institute)
- www.juse.or.jp/deming_en/award/ (Deming Prize)
- www.nist.gov (Malcolm Baldrige National Quality Award)
- www.quality.org (Quality Resources Online)
- www.teraquality.com (Source of Resources for Quality Professionals)

Ενδεικτικά Επιστημονικά Περιοδικά (Δημοσιευμένα άρθρα σε θέματα διοίκησης ολικής ποιότητας και επιχειρηματικής αριστείας)

- International Journal of Operations and Production Management
- International Journal of Services and Operations Management
- International Journal of Business Performance Management
- Business Process Management Journal
- Journal of Quality Technology
- International Journal of Quality & Reliability Management
- Journal of Operations Management
- Total Quality Management & Business Excellence
- The TQM Journal
- Quality Management Journal
- International Journal of Productivity and Quality Management
- International Journal for Quality in Healthcare

7. ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΣΕ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

(1) ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	Επιστημών Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΤΜΗΜΑ	Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Μεταπτυχιακό		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΕ0306-1	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	A' , B'
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΣΕ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Διαλέξεις, Εργασία, Παρουσίαση	3	6	
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ:	ΕΙΔΙΚΕΥΣΗΣ		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΚΑΝΕΝΑ		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνικά με χρήση Αγγλικής ορολογίας		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	https://www.uom.gr/mba/neo-programma-spoydon/mathhmata-epiloghs-a-kai-b-eksamhnon?semester=2#undefined3		

(2) ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<p>Με την ολοκλήρωση του μαθήματος αναμένεται ότι οι εκπαιδευόμενοι θα είναι σε θέση να:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Αναγνωρίσουν τις εξελίξεις του διεθνούς περιβάλλοντος που θα επηρεάσουν θετικά ή αρνητικά την επιχείρηση στην οποία εργάζονται και να προτείνουν στη διοίκησή της τα κατάλληλα μέτρα και ενέργειες για την αντιμετώπισή τους. 2. Προτείνουν τις κατάλληλες ενέργειες για την αντιμετώπιση των συναλλαγματικών κινδύνων που συνεπάγονται οι συναλλαγές της επιχείρησής τους σε νομίσματα εκτός Ευρωζώνης. 3. Επιλέξουν και να προτείνουν στη διοίκηση της επιχείρησης την κατάλληλη μέθοδο εξαγωγών για την πώληση των προϊόντων της επιχείρησης στην αγορά μιας συγκεκριμένης χώρας. 4. Επιλέξουν και να προτείνουν στη διοίκηση της επιχείρησης την κατάλληλη στρατηγική παραγωγής των προϊόντων της επιχείρησης στην αγορά μιας συγκεκριμένης χώρας. 5. Προτείνουν στη διοίκηση της επιχείρησης τα κατάλληλα μέτρα και ενέργειες για την προσαρμογή της στρατηγικής εμπορικής ή παραγωγικής εισόδου στις διαφορετικές συνθήκες και παράγοντες που επικρατούν στην αγορά κάθε χώρας.
Γενικές Ικανότητες
<ol style="list-style-type: none"> 1. Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών 2. Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις 3. Λήψη αποφάσεων 4. Αυτόνομη εργασία 5. Ομαδική εργασία 6. Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης 7. Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα 8. Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής 9. Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

(3) ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Στη διάρκεια των τελευταίων τριάντα ετών η σημασία της διεθνούς διάστασης του κόσμου των επιχειρήσεων αυξάνεται διαρκώς και ραγδαία. Η διεθνοποίηση των αγορών εντατικοποιεί τον ανταγωνισμό και επηρεάζει τις επιχειρήσεις όλων των παραγωγικών κλάδων, από τη μικρότερη μέχρι τη μεγαλύτερη. Γεγονότα όπως οικονομικές εξελίξεις, διακρατικές εμπορικές και οικονομικές συμφωνίες, διακυμάνσεις στις συναλλαγματικές ισοτιμίες, τελωνειακές ενώσεις, πολεμικές συρράξεις, πολιτικές μεταβολές, πολιτική και κοινωνική αστάθεια κ.ά., είναι δυνατό να επηρεάσουν σημαντικά την ανταγωνιστικότητα, τα χρηματοοικονομικά αποτελέσματα και τη βιωσιμότητα μιας επιχείρησης, ανεξάρτητα από το αν δραστηριοποιείται στις διεθνείς αγορές ή όχι. Η αντίληψη ότι μια επιχείρηση λειτουργεί μόνο στην τοπική αγορά, και συνεπώς δεν επηρεάζεται από τις διεθνείς εξελίξεις, είναι στην καλύτερη περίπτωση αφελής. Αδιαμφισβήτητη απόδειξη για το τελευταίο είναι η πρόσφατη πανδημία και η παγκόσμια οικονομική κρίση που επηρέασε όλες τις επιχειρήσεις και όλα τα νοικοκυριά σε όλες τις χώρες του κόσμου ανεξαιρέτως! Στη σύγχρονη εποχή, οι επιχειρηματικές αποφάσεις πρέπει να λαμβάνουν υπόψη τους τις συνθήκες που επικρατούν στις διεθνείς αγορές. Η αδυναμία κατανόησης του τρόπου λειτουργίας των διεθνοποιημένων αγορών και της σημασίας των διεθνών εξελίξεων για κάθε επιχείρηση είναι δυνατό να επηρεάσει δυσμενώς την ανταγωνιστικότητά της, τη συνολική χρηματοοικονομική επίδοσή της και τη βιωσιμότητά της. Οι κρίσεις που διέρχεται η παγκόσμια οικονομία από το 2008 και μετά απέδειξαν πανηγυρικά τη σπουδαιότητα της επαρκούς αντίληψης του τρόπου λειτουργίας των διεθνών αγορών για τις επιχειρήσεις και τους εργαζόμενους σ' αυτές. Είναι πλέον γενικά αποδεκτό ότι η έλλειψη κατανόησης από τα κατώτερα, μεσαία και ανώτατα διοικητικά στελέχη της σημασίας των διεθνών εξελίξεων για την επιχείρησή τους, ασχέτως από το αν έχει διεθνείς εμπορικές (δηλ. εισαγωγές και εξαγωγές) ή παραγωγικές δραστηριότητες, θα επηρεάσει αρνητικά την ανταγωνιστική θέση, την κερδοφορία και τη βιωσιμότητα της επιχείρησής τους. Η κατανόηση των θεμάτων αυτών από τα διοικητικά στελέχη καθίσταται ακόμα πιο επιτακτική για τις Ελληνικές επιχειρήσεις οι οποίες, καθώς αντιμετωπίζουν διαρκώς αυξανόμενο διεθνή ανταγωνισμό στην εγχώρια αγορά, έχουν στρέψει την προσοχή τους στις σχετικά ανεκμετάλλευτες, αλλά και υψηλού κινδύνου, αγορές των Βαλκανικών, Παρευξείνιων και Αραβικών χωρών, καθώς και των χωρών της Βορείου Αφρικής.

Για τους λόγους αυτούς το μάθημα εξετάζει θέματα σχετικά με την άσκηση εμπορικών (εξαγωγές και εισαγωγές προϊόντων και υπηρεσιών) και παραγωγικών επιχειρηματικών δραστηριοτήτων στο πλήρως διεθνοποιημένο επιχειρηματικό περιβάλλον. Θα αναλυθούν θέματα σχετικά με τη σημασία, τη διαμόρφωση και τη χάραξη στρατηγικής όσον αφορά στη δραστηριοποίηση της επιχείρησης στο έντονα ανταγωνιστικό διεθνές επιχειρηματικό περιβάλλον, δηλαδή την ανάπτυξη της εξωστρέφειας της επιχείρησης. Θέματα όπως η παγκοσμιοποίηση και η διεθνοποίηση των αγορών και οι συνέπειές τους για όλες τις επιχειρήσεις, τα χαρακτηριστικά και οι ιδιαιτερότητες των διεθνών συναλλαγών, τα εμπόδια στις εξαγωγές και τις διεθνείς συναλλαγές γενικότερα, οι συναλλαγματικοί κίνδυνοι και οι τρόποι αντιμετώπισής τους, οι λόγοι, οι στρατηγικές και τα οφέλη της διεθνοποίησης των δραστηριοτήτων της επιχείρησης, οι μέθοδοι εξαγωγικής δραστηριοποίησης και οι ιδιαιτερότητες των εξαγωγών προϊόντων και υπηρεσιών, οι στρατηγικές παραγωγής σε ξένες χώρες, η σημασία των πολιτισμικών, κοινωνικών, οικονομικών, νομικών, περιβαλλοντικών, γεωγραφικών και χρηματοοικονομικών διαφορών από χώρα σε χώρα για τις θεμελιώδεις λειτουργίες της επιχείρησης, καθώς και η σπουδαιότητα όλων αυτών στη διαδικασία λήψης επιχειρηματικών αποφάσεων και διαμόρφωσης επιχειρηματικής στρατηγικής, θα μελετηθούν σε βάθος. Η σημασία αρκετών από τα παραπάνω θέματα θα μελετηθεί και όσον αφορά στην αντιμετώπιση από τις εγχώριες επιχειρήσεις του ανταγωνισμού από ξένες επιχειρήσεις που εισέρχονται και επεκτείνουν τις εμπορικές ή/και παραγωγικές δραστηριότητές τους στην Ελληνική αγορά. Η εκτενής ανάλυση μελετών περιπτώσεων (case studies) στη διάρκεια των διαλέξεων θα αναδείξει τους τρόπους με τους οποίους όλα τα παραπάνω θέματα εφαρμόζονται στην πράξη.

(4) ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	ΠΡΟΣΩΠΟ ΜΕ ΠΡΟΣΩΠΟ, ΕΞ ΑΠΟΣΤΑΣΕΩΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ										
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	<p>Χρησιμοποιείται η πλατφόρμα ασύγχρονης τηλεκπαίδευσης Eclass του Πανεπιστημίου Μακεδονίας για την ανάρτηση εγγράφων (περίγραμμα μαθήματος, ύλη εξετάσεων, διαφάνειες διαλέξεων, χρήσιμα links κλπ.). Επίσης, για την επικοινωνία με τους/ις φοιτητές/ήτριες μέσω ανακοινώσεων και αποστολής μηνυμάτων. Χρησιμοποιείται Η/Υ και βιντεοπροβολέας με Power Point για την προβολή των διαφανειών των διαλέξεων στο αμφιθέατρο. Επίσης, αναλύονται μελέτες περιπτώσεων σχετικές με τις Διεθνείς Επιχειρηματικές Δραστηριότητες. Επιπλέον, προσκαλούνται έμπειρα στελέχη επιχειρήσεων για να παρουσιάσουν τις διεθνείς δραστηριότητες των επιχειρήσεών τους στους/ις φοιτητές/ήτριες. Τέλος, στις διαλέξεις γίνεται πρόσβαση σε ιστοσελίδες επιχειρηματικών εφημερίδων και περιοδικών για την ανάλυση πρόσφατων άρθρων σχετικών με το αντικείμενο του μαθήματος, καθώς και σε ιστοσελίδες με σχετικά στοιχεία.</p>										
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	<table border="1"><thead><tr><th>Δραστηριότητα</th><th>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</th></tr></thead><tbody><tr><td>Διαλέξεις</td><td>39 ώρες</td></tr><tr><td>Συγγραφή 2 εργασιών</td><td>50 ώρες</td></tr><tr><td>Μελέτη</td><td>80 ώρες</td></tr><tr><td>Σύνολο Μαθήματος</td><td>169</td></tr></tbody></table>	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου	Διαλέξεις	39 ώρες	Συγγραφή 2 εργασιών	50 ώρες	Μελέτη	80 ώρες	Σύνολο Μαθήματος	169
Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου										
Διαλέξεις	39 ώρες										
Συγγραφή 2 εργασιών	50 ώρες										
Μελέτη	80 ώρες										
Σύνολο Μαθήματος	169										
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	<p>Γλώσσα Αξιολόγησης Ελληνικά</p> <p>Μέθοδοι Αξιολόγησης:</p> <p>α. Δύο (2) γραπτές εργασίες (μελέτες περίπτωσης).</p> <p>β. Τελική γραπτή εξέταση: : Ερωτήσεις ανάπτυξης (25%) και μελέτη περίπτωσης (25%)</p> <p>Οι φοιτητές ενημερώνονται για την αξιολόγηση με την Αναλυτική Περιγραφή του μαθήματος που τους γνωστοποιείται πριν επιλέξουν το μάθημα και είναι αναρτημένο στην πλατφόρμα eclass.</p>										

(5) ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:

A. Ελληνικά

1. Griffin, R.W. & Pustay, M.W., Διεθνείς Επιχειρήσεις και Επιχειρηματικότητα, Εκδ. Τζιόλα, 2018.
2. Χατζηδημητρίου, Γ.Α., Διεθνείς Επιχειρηματικές Δραστηριότητες, Εκδ. Ανικούλα, Θεσσαλονίκη, 2003.
3. Αυλωνίτης, Γ.Ι., Λυμπερόπουλος, Κ. και Τζαναβάρας, Β., Σύγχρονες Στρατηγικές Μάρκετινγκ για Διεθνείς Αγορές, Rosili, Αθήνα, 2010.
4. Παλταγιάν, Γ., Χατζηδημητρίου, Ι. και Αιγυπτιάδης, Α., Διοίκηση Διαδικασιών στο Διεθνές Εμπόριο, Εκδόσεις ΔιΣΙΓΜΑ, 2021.
5. Φιλαδαρλής, Μπ., Ο Τζακ, η Φασολιά και οι Εξαγωγές, Global Greece, Θεσσαλονίκη, 2014.

B. Αγγλικά

1. Albaum, G., Duerr, E. & Josiassen, A., International Marketing and Export Management, 8th ed., Pearson, 2016.
2. Cavusgil, S.T., Knight, G. & Riesenberger, J., International Business: The New Realities, Pearson, 2012.
3. Daniels, J.D., Radebaugh, L.H. & Sullivan, D.P., International Business: Environments and Operations, Addison Wesley, 2015.
4. David, P.A., International Logistics: The Management of International Trade Operations, 5th ed., Cicero Books, 2017.
5. Griffin, R. & Pustay, M., International Business: A Managerial Approach, Addison Wesley, 2015.
6. Hill, C.W., International Business: Competing in the Global Marketplace, McGraw-Hill, 2014.
7. Keegan, W.J., Brill, E.A. & Puri, S., International Marketing Management, Pearson, 2014.
8. Kotabe, M. & Helsen, K. International Marketing, Wiley, 2015.
9. Luthans, F. & Doh, J.P., International Management: Culture, Strategy and Behavior, McGraw-Hill, 2015.
10. Madura, J., International Financial Management, South-Western College, 2015.
11. Ricks, D., Blunders in International Business, Blackwell Business, 2011.

- Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

Journal of International Business Studies, International Business Review, Journal of World Business, Journal of International Management, Management International Review, Strategic Management Journal, European Journal of International Management, European Business Review, Critical Perspectives in International Business, Research in International Business and Finance, European Management Journal, Journal of Strategy and Management, Transnational Corporations Review, Review of International Business and Strategy, International Review of Strategic Management, Journal of Business Research, Long Range Planning, Business Horizons, Harvard Business Review.

8. ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

(1) ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	Επιστημών Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΤΜΗΜΑ	Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Μεταπτυχιακό		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΕ0110	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Α' , Β'
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Διαλέξεις, Εργασία, Παρουσίαση	3	6	
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Γενικού υπόβαθρου (Επιλογής)		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	Κανένα		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	https://www.uom.gr/mba/neo-programma-spydon/mathhmata-epiloghs-a-kai-b-eksamhnon?semester=1#undefined1		

(2) ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Ο πρωταρχικός στόχος του μαθήματος είναι η παροχή εξειδικευμένης γνώσης και γνώσεις αιχμής σχετικά με τις προκλήσεις/προβλήματα που αφορούν τη διοίκηση οργανισμών παροχής υπηρεσιών. Στόχος είναι οι φοιτητές να αποκτήσουν μία βασική γνώση σχετικά με τις προκλήσεις και τις ευκαιρίες που αντιμετωπίζουν τα στελέχη όσον αφορά τη διοίκηση υπηρεσιών. Τα θέματα αναλύονται συστηματικά και παρουσιάζονται οι αντίστοιχες επιστημονικές εξελίξεις. Κάθε μάθημα αφιερώνεται σε ένα συγκεκριμένο θέμα της Διοίκησης Υπηρεσιών και εξετάζονται οι δραστηριότητες και οι διοικητικές προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι διάφοροι οργανισμοί παροχής υπηρεσιών.

Επιμέρους στόχοι του μαθήματος αφορούν τα παρακάτω:

- Ανάπτυξη γνώσεων σχετικά με το τι συμβαίνει στο χώρο της διοίκησης των υπηρεσιών.
- Μελέτη των επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών που έχουν εξέχουσα θέση στον κλάδο τους, ώστε να χρησιμοποιηθούν ως μέτρο σύγκρισης.
- Κατανόηση της οργανωσιακής σημασίας της διοίκησης των επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών για την επίτευξη υψηλού βαθμού ικανοποίησης στους εσωτερικούς και εξωτερικούς πελάτες.
- Ανάπτυξη γνώσης σχετικά με τις ευκαιρίες που σχετίζονται με την ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού που μπορεί να συμβάλουν στην ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών.
- Κατανόηση των διαστάσεων της ανάπτυξης των υπηρεσιών και της επέκτασής τους τόσο σε τοπικό όσο και σε διεθνές επίπεδο.
- Κατανόηση των παραγόντων που επηρεάζουν την παραγωγικότητα και την ποιότητα στον τομέα των υπηρεσιών.

Η θεωρία και η πράξη συνδυάζονται μέσα από τη μελέτη πραγματικών περιπτώσεων σε ελληνικές και ξένες επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών, καλλιεργώντας την πρωτότυπη σκέψη των φοιτητών. Τέλος, οι φοιτητές μελετούν και παρουσιάζουν οι ίδιοι, μέσα από ομαδικές εργασίες, προκλήσεις και βέλτιστες πρακτικές στα παραπάνω θέματα διοίκησης υπηρεσιών από κορυφαίους στον κλάδο τους επιχειρήσεις, προσφέροντας ερεθίσματα για τη μετέπειτα ερευνητική ή/και επαγγελματική τους δραστηριότητα

Γενικές Ικανότητες

Με την ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές /τριες (τόσο μέσα από τη διδασκαλία όσο και από τη συμμετοχή στις εργασίες, τη μελέτη case studies, τις παρουσιάσεις από στελέχη, τις συζητήσεις στο πλαίσιο των διαλέξεων, τη χρήση εργαλείων αυτό-διάγνωσης, των ομαδικών δραστηριοτήτων κλπ) θα αποκτήσουν τις παρακάτω γενικές ικανότητες:

- Ικανότητα λήψης αποφάσεων σε θέματα διοίκησης υπηρεσιών
- Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών
- Ικανότητα δημιουργικής γνώσης, κριτικής σκέψης και αποτελεσματικής λύσης προβλημάτων
- Εργασία σε διεθνές περιβάλλον
- Ικανότητα καλύτερου σχεδιασμού των οργανωσιακών πολιτικών, των διαδικασιών και των πρακτικών του οργανισμού υπηρεσιών.
- Ομαδική εργασία και ικανότητα επικοινωνίας με τις εργασιακές ομάδες.
- Ικανότητα σχεδιασμού της βέλτιστης διαχείρισής των εργαζομένων.

(3) ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Το μάθημα εξετάζει την διοίκηση υπηρεσιών επικεντρώνοντας στην ικανοποίηση των εσωτερικών και εξωτερικών πελατών. Το υλικό που χρησιμοποιείται αφορά τη διοίκηση λειτουργιών, το μάρκετινγκ, τη στρατηγική, τους ανθρώπινους πόρους και τα αντίστοιχα οργανωσιακά θέματα, διερευνώντας τις διαστάσεις των επιτυχημένων επιχειρήσεων/οργανισμών παροχής υπηρεσιών. Έμφαση δίνεται στο σχεδιασμό και εκτέλεση του συστήματος παράδοσης υπηρεσίας, καθώς και σε νέες μεθόδους αξιολόγησης υπηρεσιών οι οποίες πρόσφατα έχουν εφαρμοστεί με επιτυχία στην αξιολόγηση σχολείων, τραπεζικών παραρτημάτων, κλπ. Καθώς ο κλάδος των υπηρεσιών σημειώνει τα τελευταία χρόνια σημαντική ανάπτυξη σε παγκόσμιο επίπεδο, το μάθημα αυτό στοχεύει στο να βοηθήσει τους φοιτητές να εντοπίσουν επιχειρηματικές ευκαιρίες. Το περιεχόμενο του μαθήματος αποδίδεται στις παρακάτω ενότητες:

- Εισαγωγή - Βασικά Χαρακτηριστικά των Υπηρεσιών
- Αρχές διοίκησης των οργανισμών υπηρεσιών
- Συστήματα Ταξινόμησης Υπηρεσιών
- Επιχειρηματικά μοντέλα και στρατηγική υπηρεσιών
- Η Συμβολή της Τεχνολογίας στις Υπηρεσίες
- Διαχείριση Ποιότητας Υπηρεσιών
- Κτίσιμο Εμπιστοσύνης Πελάτη – Εσωτερικό Μάρκετινγκ
- Διοίκηση ανθρώπινων πόρων - κουλτούρα στους οργανισμούς υπηρεσιών
- Διοίκηση Διαδικασιών/Διοίκηση Διανομής / Διεθνοποίηση Υπηρεσιών
- Ανάπτυξη νέων υπηρεσιών και επιχειρηματικότητα
- Παρουσίαση ατομικών εργασιών και συζήτηση επι αυτών

(4) ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Δια ζώσης και εξ' αποστάσεως διαλέξεις, προσκεκλημένοι ομιλητές/τριες, μελέτες περίπτωσης, video, ομαδικά tasks, αυτοδιαγνωστικά τεστ.																
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	<ul style="list-style-type: none">• Χρήση power point• Διδασκαλία μέσω πλατφόρμας εξ' αποστάσεως εκπαίδευσης.• Υποστήριξη μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας open-e-class για την ανάρτηση του εκπαιδευτικού υλικού, των εργασιών και της επικοινωνίας με/ανακοινώσεων προς τους φοιτητές/τριες.• Χρήση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.• Χρήση σχετικών ιστοσελίδων.																
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	<table border="1"><thead><tr><th><i>Δραστηριότητα</i></th><th><i>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</i></th></tr></thead><tbody><tr><td>Διαλέξεις</td><td>39</td></tr><tr><td>Άσκηση</td><td>26</td></tr><tr><td>Διαδραστική διδασκαλία</td><td>25</td></tr><tr><td>Συγγραφή εργασίας</td><td>30</td></tr><tr><td>Παρουσίαση εργασίας</td><td>20</td></tr><tr><td>Μελέτη</td><td>30</td></tr><tr><td>Σύνολο Μαθήματος</td><td>170 ώρες</td></tr></tbody></table>	<i>Δραστηριότητα</i>	<i>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</i>	Διαλέξεις	39	Άσκηση	26	Διαδραστική διδασκαλία	25	Συγγραφή εργασίας	30	Παρουσίαση εργασίας	20	Μελέτη	30	Σύνολο Μαθήματος	170 ώρες
<i>Δραστηριότητα</i>	<i>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</i>																
Διαλέξεις	39																
Άσκηση	26																
Διαδραστική διδασκαλία	25																
Συγγραφή εργασίας	30																
Παρουσίαση εργασίας	20																
Μελέτη	30																
Σύνολο Μαθήματος	170 ώρες																
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	<p>Η συνολική βαθμολογία απαρτίζεται από το άθροισμα τριών συνιστωσών:</p> <ul style="list-style-type: none">• Γραπτή εξέταση στο τέλος του εξαμήνου (ερωτήσεις σύντομης απάντησης, ερωτήσεις κρίσεως, ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής)• Εκπόνηση γραπτής ομαδικής εργασία• Προφορική παρουσίαση εργασίας• Συμμετοχή στην τάξη <p>Σκοπός αξιολόγησης: Ο έλεγχος κατανόησης των βασικών στοιχείων του μαθήματος.</p> <p>Τα επιμέρους κριτήρια, όπως και η ακριβής βαρύτητα του καθενός στη συνολική αξιολόγηση των φοιτητών, γίνονται γνωστά από την αρχή του εξαμήνου.</p> <p>Κριτήρια αξιολόγησης: Η ορθότητα, η πληρότητα, η σαφήνεια και η κριτική αξιολόγηση των απαντήσεων.</p> <p>Η διαφάνεια της αξιολόγησης διασφαλίζεται με το ότι οι φοιτητές έχουν τη δυνατότητα να βλέπουν τα γραπτά και τις εργασίες τους μέσα σε χρονικό διάστημα περίπου ενός μήνα από την ημέρα ανακοίνωσης των βαθμών τους, έτσι ώστε να λύνονται τυχόν απορίες ή ενστάσεις.</p>																

(5) ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Fitzsimmons JA and Fitzsimmons MJ, Service Management, McGraw-Hill, 2010.
- Kasper, Hans, Piet van Helsdingen and Mark Gabbott, (2006) Services Marketing and Management: A Strategic Perspective, 2nd ed., Wiley, Chichester
- Barnes, Cindy, Helen Blake and David Pinder, (2009), Creating and Delivering Your Value Proposition: Managing Customer Experience for Profit, Kogan Page
- Davis, Mark M. and Janelle Heineke, (2003), Managing Services: Using Technology to Create Value, McGraw-Hill, Boston
- Edvardsson, Bo and Bo Enquist, (2008), Values Based Service for Sustainable Business: Lessons from IKEA, Routledge
- Grönfeldt, Svata and Judith Banks Strother, (2006), Service Leadership: The Quest for Competitive Advantage, Sage Publications
- Grönroos, Christian, (2007), Service Management and Marketing, 3rd ed., Wiley, Chichester, England
- Gustafsson, Anders and Michael D. Johnson, (2008), Competing in a Service Economy, Jossey-Bass, San Francisco
- Heskett, James L, W Earl Sasser, and Joe Wheeler, (2008) Ownership Quotient: Putting the Service Profit Chain to Work for Unbeatable Competitive Advantage, Harvard Business School Press
- Wright, J. Nevan and Peter Race (2005), The Management of Service Operations, 2nd ed, Thomson, London
- Glynn WJ and Barnes JG (Eds.), Understanding Services Management, Wiley, 1995.
- Haksever C, Murdick RG, Render B and Russell RS, Service Management and Operations, Prentice Hall, 2000.
- Γούναρης Σ., Καραντινού, Κ. (2013) Μάρκετινγκ Υπηρεσιών, Γ' Έκδοση, Rosili: Αθήνα

Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- Journal of Service Science and Management
- Journal of Service Management
- Journal of Services Marketing
- Journal of Service Theory and Practice
- Journal of Service Research
- Service Business Journal
- International Journal of Service Industry Management
- Journal of Service Management Research
- European Journal of Service Management
- International Journal of Operations and Production Management
- International Journal of Business Performance Management
- Business Process Management Journal
- Journal of Quality Technology
- International Journal of Quality & Reliability Management
- Journal of Operations Management
- International Journal of Productivity and Quality Management

9. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ

(1) ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	Επιστημών Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΤΜΗΜΑ	Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Μεταπτυχιακό		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΕΟ111	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Α', Β'
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Διαλέξεις, Εργασία, Παρουσίαση	3	6	
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Μάθημα Γενικού Υποβάθρου (Επιλογής)		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	Δεν υπάρχουν		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	https://www.uom.gr/mba/neo-programma-spydon#undefined1		

(2) ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<p>Στο πλαίσιο του μαθήματος, οι φοιτητές αναμένεται να:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Αποκτήσουν αλλά και να εμπλουτίσουν τις γνώσεις τους σχετικά με τους <i>εναλλακτικούς ορισμούς περί επιχειρηματικότητας και καινοτομίας</i> αλλά και να εμπεδώσουν πληροφορίες σχετικά με τις <i>μορφές επιχειρηματικότητας</i> (επιχειρηματικότητα ευκαιρίας, Ανάγκης και Υψηλών προδιαγραφών), τις <i>μορφές καινοτομίας</i> (Διαχειριστική, Τεχνολογική, Υπηρεσιών κτλ), τα <i>πλαίσια χρηματοδότησης και επιχορήγησης επιχειρηματικών δράσεων</i>, τις <i>διαδικασίες mentoring</i>, το <i>coaching</i> και τους <i>φορείς υποστήριξης και υποβοήθησης της επιχειρηματικότητας</i> • Απομυθοποιήσουν την επιχειρηματικότητα μέσω γνώσεων που θα ελαχιστοποιούν τον φόβο της επιχειρηματικής ίδρυσης και της επιχειρηματικής αποτυχίας. Αυτό επιτυγχάνεται μέσω γνώσεων που συμβάλουν στην κατανόηση αλλά και στην αντιμετώπιση των εμποδίων που η πολυπλοκότητα του επιχειρείν θέτει στην αυτό-απασχόληση. • Κατανοήσουν τις διαφορετικές μορφές επιχειρηματικών οντοτήτων, <i>θα ενημερωθούν για τις διαδικασίες ίδρυσης επιχειρήσεων ανά νομική μορφή και για τις φορολογικές ιδιαιτερότητες ανά είδος τηρούμενων βιβλίων, εισοδήματος και κερδών</i>. Ομοίως, οι φοιτητές θα εμπεδώσουν την χρησιμότητα των αναπτυξιακών νόμων, του ηλεκτρονικού επιχειρείν, του Business Plan και του εργαλείου Business Canvas. • Διακρίνουν με ρεαλιστικό τρόπο τις επιχειρηματικές ευκαιρίες αξιολογώντας το επιχειρηματικού περιβάλλον, να εντοπίζουν προϊόντα και υπηρεσίες που είναι αναγκαία στην αγορά, να αναπτύσσουν μελλοντικούς ισολογισμούς για κάθε ενδεχόμενη επιχειρηματική δράση ώστε να διακρίνουν τις εστίες κόστους και τις πηγές κέρδους, να ολοκληρώνουν με επιτυχία μια διαδικασία κοστολόγησης και τιμολόγησης. • Κατοχυρώνουν τα πνευματικά τους δικαιώματα, να διαχειρίζονται το νομοθετικό πλαίσιο για τις ευρεσιτεχνίες και να εξοικειωθούν με τις διαδικασίες κατοχύρωσης πατέντας. • Επιδιώξουν την επαγγελματική τους αποκατάσταση μέσω της αυτό-απασχόλησης.

Γενικές Ικανότητες

Το μάθημα αποσκοπεί να προσδώσει στους φοιτητές τις παρακάτω γενικές ικανότητες:

- Ικανότητα διαχείρισης της καινοτομίας
- Ικανότητα σχεδιασμού δημιουργίας ενός νέου προϊόντος ή υπηρεσίας
- Ικανότητα εντοπισμού επιχειρηματικών νησίδων ή επενδυτικών ευκαιριών
- Ικανότητα επιχειρηματικού σχεδιασμού και ανάπτυξης business plan ώστε κατά το δυνατό να εξασφαλίζεται η κερδοφορία του εγχειρήματος
- Ικανότητα επιλογής της συμφερότερης νομικής μορφής
- Ικανότητα διεκπεραίωσης της γραφειοκρατίας που απαιτείται για την ίδρυση μιας επιχειρηματικής οντότητας
- Ικανότητα χρήσης νέων εργαλείων και τεχνολογιών για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και την προώθηση των προϊόντων/υπηρεσιών
- Ικανότητα αναζήτησης και αξιοποίησης πλαισίων επιχορήγησης
- Ικανότητα αξιοποίησης κοινωνικών δικτύων

Ειδικότερα, ο Φοιτητής αναμένεται να αναπτύξει τις κάτωθι Γενικές Ικανότητες

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

(3) ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

- Ανάλυση Παγκόσμιου και Εγχώριου Επιχειρηματικού Περιβάλλοντος. Ανασκόπηση και Προοπτικές. Παρουσίαση και Ανάλυση Εκθέσεων και Μελετών περί Επιχειρηματικότητας Εγχώριων και Διεθνών Οργανισμών. Εντοπισμός Μέγα Τάσεων και Επιχειρηματικές Ευκαιρίες/Κίνδυνοι
- Κίνητρα και Αντικίνητρα για την Ανάπτυξη της Επιχειρηματικότητας.
- Εννοιολογική Προσέγγιση Επιχειρηματικότητας. Μορφές Επιχειρηματικότητας. Μέτρηση Επιχειρηματικότητας, Επιχειρηματικότητα Ευκαιρίας, Επιχειρηματικότητα Ανάγκης, Επιχειρηματικότητα Υψηλών Δυνατοτήτων.
- Μέτρα Ενίσχυσης Επιχειρηματικότητας, Προφίλ Έλληνα Επιχειρηματία, Παράγοντες που Επηρεάζουν την Επιχειρηματική Δραστηριότητα.
- Φορείς Ενίσχυσης και Υποστήριξης της Καινοτομίας και της Επιχειρηματικότητας στην ευρύτερη περιοχή αλλά και σε επίπεδο Επικράτειας: Εμποροβιομηχανικό Επιμελητήριο Θεσσαλονίκης (Ε.Β.Ε.Θ), Σύνδεσμος Βιομηχάνων Βορείου Ελλάδος (Σ.Β.Β.Ε.), Σύνδεσμος Εξαγωγέων (Σ.Ε.Β.Ε.), Επαγγελματικό Επιμελητήριο, Business Innovation Centers (B.I.C), ΕΟΜΜΕΧ, Αλεξάνδρεια Ζώνη Καινοτομίας, Σύνδεσμος Επιχειρήσεων Πληροφορικής, Γενική Γραμματεία Βιομηχανίας Υπουργείου Ανάπτυξης (Γ.Γ.Β), Γενική Γραμματεία Έρευνας και Τεχνολογίας (Γ.Γ.Ε.Τ), Ινστιτούτο Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών (ΙΠΤΗΛ), Τεχνολογικά Πάρκα και Τεχνολογικό Πάρκο Θεσσαλονίκης, Θερμοκοιτίδες, Ινστιτούτο Τεχνολογικών Εφαρμογών (Ι.Τ.Ε), Ενικό Κέντρο Έρευνας και Τεχνολογικής Ανάπτυξης (Ε.ΚΕ.Τ.Α). Μονάδες Καινοτομίας και Επιχειρηματικότητας ΜοΚΕ. Θερμοκοιτίδες και Τεχνολογικά Πάρκα
- Εναλλακτικές Μορφές Χρηματοδότησης και Επιχορήγησης Επιχειρηματικών Σχεδίων με έμφαση στις διάφορες μορφές Αύξησης Μετοχικού Κεφαλαίου, το Crowd Funding, το Sale and Lease Back, τους Business Angels και τη διαδικασία του Split. Τα μυστικά των διαφορετικών μορφών αύξησης μετοχικού κεφαλαίου.
- Ενημέρωση για τις δράσεις ενίσχυσης της Καινοτομίας και της Επιχειρηματικότητας. Πρόγραμμα για την Ανταγωνιστικότητα και την Καινοτομία του ΕΣΠΑ. Πρόγραμμα για την Ψηφιακή Σύγκλιση του ΕΣΠΑ. Προγράμματα της ΓΓΕΤ.
- Φορολογικές, Ασφαλιστικές Υποχρεώσεις και Υποχρεώσεις Κεφαλαίου ανά Νομική Μορφή
- Αιτίες Επιχειρηματικής Αποτυχίας και Διαδικασίες Ανάταξης
- Ηλεκτρονικά Υποβοηθούμενη Ανάπτυξη Business Plan και Business Model Canvas
- Τεχνικές Διαπραγμάτευσης Επιχειρηματικών Συμβάσεων
- Sustainability και Πράσινη Επιχειρηματικότητα ως Ανταγωνιστικά Πλεονεκτήματα
- Διευρυμένη Πραγματικότητα (augmented reality), Εικονική Πραγματικότητα (Virtual Reality) και Επιχειρηματικότητα
- Big DATA ANALYSIS και Επιχειρηματικότητα
- Artificial Intelligence, Internet of Things και Επιχειρηματικότητα
- Εναλλακτικές Μορφές Πτώχευσης μιας Επιχείρησης
- Διαδικασίες, Νομικό Πλαίσιο και Σχέδιο Ανάπτυξης Ηλεκτρονικής Επιχείρησης
- Διαδικασίες και Τεχνολογίες Υποστήριξης Δράσεων Διεθνοποίησης της Επιχειρηματικής Δραστηριότητας
- Εντοπισμός περιγραφή και Ανάλυση Καινοτομικών Επιχειρήσεων (πχ. προϊόντα MRE (Meals Ready to Eat), Βρώσιμα Άνθη, Ψευδοδημητριακά, Τρόφιμα Πολύ Μακράς Διάρκειας, Super Foods)
- Μορφές Καινοτομίας. Τεχνολογική Καινοτομία, Διαχειριστική Καινοτομία. Καινοτομία στην Παροχή Υπηρεσιών. Στρατηγική Διαχείριση Καινοτομίας
- Νομικό Πλαίσιο και Διαδικασίες Κατοχύρωσης Εφευρέσεων - Πατέντας
- Η καινοτομία και η υιοθέτησή της ως ανταγωνιστικό πλεονέκτημα
- Η διαδικασία σχεδιασμού, υλοποίησης και ενίσχυσης της καινοτομίας
- Η διαδικασία ανάπτυξης νέων προϊόντων και υπηρεσιών
- Επιχειρηματικότητα και η ίδρυση νέας επιχείρησης
- Επιχειρηματικότητα και η δημιουργία επιχειρηματικών μοντέλων

(6) ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ' Αποστάσεως	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39
	Άσκηση	26
	Διαδραστική διδασκαλία	25
	Συγγραφή εργασίας	30
	Παρουσίαση εργασίας	20
	Μελέτη	20
	Σύνολο Μαθήματος	160
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	<p>Η συνολική βαθμολογία απαρτίζεται από το άθροισμα τριών συνιστωσών:</p> <ul style="list-style-type: none">• Γραπτή εξέταση με ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής και ερωτήσεις σύντομης απάντησης, 5 μονάδες• Ομαδική εργασία, 4 μονάδες• Συμμετοχή στην τάξη, 1 μονάδα <p>Σκοπός αξιολόγησης: Ο έλεγχος κατανόησης των βασικών στοιχείων του μαθήματος.</p> <p>Κριτήρια αξιολόγησης: Η ορθότητα, η πληρότητα, η σαφήνεια και η κριτική αξιολόγηση των απαντήσεων.</p>	

(7) ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- 1. Deakins, D. & Freel, M. (2012).** "Επιχειρηματικότητα", μετάφραση Β. Πέκκα – Οικονόμου, Ι. Χατζηδημητρίου, Ν. Εκδόσεις Rosili. ISBN: 978-618-5131-01-2.
- 2. A. Osterwalder & Yves Pigneur (2010),** «Ανάπτυξη Επιχειρηματικών Μοντέλων», Εκδόσεις Παπασωτηρίου, ISBN: 978-960-491-027-4.
- 3. Δ. Γεωργακέλος & Σ. Καρθούνης (2016),** «Διαχείριση Τεχνολογίας και Καινοτομίας», Εκδόσεις Βαρβαρήγου, ISBN: 978-960-7996-55-8.
- 4. M. A. White & G.D. Bruton (2010),** σε επιμέλεια Γ. Καλογήρου, Α. Πρωτόγερου και Α. Κωνσταντέλου, Στρατηγική Διοίκηση της Τεχνολογίας και της Καινοτομίας, Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα ISBN: 978-960-218-674-9
- 5. A. Thompson JR, A.J. Stricland III, J.E. Gamble,** "Σχεδιασμός και Υλοποίηση Επιχειρησιακής Στρατηγικής", Εκδόσεις Utopia, ISBN: 978-960-99280-0-7
- 6. Καραγιάννης, Ηλίας Γ., Μπακούρος, Ιωάννης Λ., (2010),** «Καινοτομία και επιχειρηματικότητα, Θεωρία – πράξη» , Εκδόσεις Σοφία.
- 7. Γωνιάδης Η., Χατζηκωνσταντίνου Γ.,(2009),** "Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία", Εκδόσεις Gutenberg, Αθήνα 2009.
- 8. David J. Storey, Francis J. Greene,(2011),** Ιωσήφ Χασσίδ, Ειρήνη Φαφαλιού, «Επιχειρηματικότητα για μικρές και μεσαίες Επιχειρήσεις» Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα ISBN: 978-960-218-740-1
- 9. D. Eitman, A. Stonehill, M. Moffet, (2016),** σε μετάφραση Γ. Γρηγορίου και Η. Οικονόμου και Επιμέλεια Ν. Απέργης, «Διεθνής Διοικητική των Επιχειρήσεων», Εκδόσεις Πεδίο, ISBN: 978-960-546-686-2
- 10. Βουδούρη Ε.(2005),** «Η Πρόκληση του 'Επιχειρείν'- Εμπειρία από την Πράξη», Εκδόσεις Ι. Σιδέρης.
- 11. Πιπερόπουλος Π., (2007),** "Επιχειρηματικότητα, Καινοτομία και Business Glasters", Εκδόσεις Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, Θεσσαλονίκη.
- 12. Γεωργαντά Ζωή, (2007),** «Επιχειρηματικότητα και Καινοτομίες», ISBN 9605160226
- 13. Λαμπρόπουλος Σ.,** «Εγχειρίδιο Επιχειρηματικότητας», ISBN 9607860020

14. **Ιωαννίδης Σ.**, «Επιχείρηση και Επιχειρηματικότητα», ISBN 9600214130

15. **Kuratko, D. F. and Hodgetts, R. M. (2008).** *Entrepreneurship: Theory, Process, Practice, 8th Edition, South-Western.*

ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑΤΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. **ΕΓΧΕΙΡΙΔΙΟ του OSLO** για την ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ
2. **DOING BUSINESS IN GREECE**
3. ΕΜΠΟΔΙΑ για τη ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ στον ΤΟΜΕΑ των ΙΑΤΡΟΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ
4. **ΓΣΕΒΕΕ**, ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ και ΜΙΚΡΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ
5. **ΕΘΝΙΚΟ ΠΑΡΑΤΗΡΗΤΗΡΙΟ ΜΜΕ**, ΚΑΙΝΟΤΟΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ
6. **ΣΕΒΕ**, ΜΕΛΕΤΗ για την ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ
7. **ΕΕ**, ΕΚΘΕΣΗ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ ΕΠ για την ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ
8. **ΕΘΝΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗΣ**, ΔΕΙΚΤΕΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
9. **ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΑΝΑΛΥΣΗΣ**, Η ΕΛΛΑΔΑ ΜΑΘΑΙΝΕΙ, ΕΡΕΥΝΑ, ΚΑΙΝΟΤΟΜΕΙ και ΕΠΙΧΕΙΡΕΙ
10. **ΚΕΝΕΠ ΓΣΕΕ**, ΠΡΟΣΒΑΣΗ στην ΑΓΟΡΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ
11. **ΤΡΑΠΕΖΑ ΕΛΛΑΔΟΣ**, ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΚΡΙΣΗ, ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
12. **ΟΕCD**, ΔΙΑΚΗΡΥΞΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ
13. **ΟΕCD**, INNOVATION INDICATORS
14. **EUROPEAN COMMISSION**, REGULATORY BARRIERS and FIRM INNOVATION
15. **EUROPEAN COMMISSION**, BUSINESS INNOVATION CROSS BORDER COMMERCIALIZATION
16. **UNITED NATIONS**, INNOVATION IN PUBLIC SECTOR
17. **EUROPEAN COMMISSION**, BUSINESS INNOVATION AND PRODUCTIVITY
18. **ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΜΕΤΑΡΥΘΜΙΣΗΣ**, ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ
19. **ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΡΓΑΣΙΑΣ**, ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ
20. **ΓΣΕΒΕΕ**, ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΜΜ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ στην ΕΛΛΑΔΑ
21. **ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ**, ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ
22. **ΕΕ-ΙΝΤΙΤΟΥΤΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ**, book for ENTREPRENEURSHIP GR, ΝΕΑΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ
23. **ΠΑΡΑΤΗΡΗΤΗΡΙΟ ΑΝΑΠΗΡΙΑΣ**, ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ για ΝΕΟΥΣ και ΓΥΝΑΙΚΕΣ με ΑΝΑΠΗΡΙΑ
24. **ΙΔΡΥΜΑ ΚΟΚΚΑΛΗ – ΟΠΑ**, ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ
25. **ΙΟΒΕ**, ΕΤΗΣΙΑ ΕΚΘΕΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ 2019 – 2020
26. **ΙΟΒΕ**, ΕΤΗΣΙΑ ΕΚΘΕΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ 2020 – 2021
27. **ΟΠΑ**, ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ και ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ
28. **ΕΕ**, ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ
29. **ΔιαΝΕΟσις**, Η ΕΛΛΑΔΑ ΠΟΥ ΜΑΘΑΙΝΕΙ, ΕΡΕΥΝΑ, ΚΑΙΝΟΤΟΜΕΙ.
30. **ΓΓΕΤ**, ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΕΠΙΛΥΣΗΣ ΕΜΠΟΔΙΩΝ για την ΑΝΑΠΤΥΞΗ της ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ
31. **ΙΟΒΕ 2016-2017**, ΕΤΗΣΙΑ ΕΚΘΕΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ
32. **ΙΟΒΕ**, ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ
33. **ΙΟΒΕ**, ΔΥΝΑΜΙΚΗ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΥ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ
34. **ΙΟΒΕ**, ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ 2011- 2012
35. **BANK OF GREECE**, ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ 2013
36. **ΕΚΤ**, ΕΡΕΥΝΑ, ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ στην ΕΛΛΑΔΑ 2016
37. **ΟΕCD**, ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ με μια ΜΑΤΙΑ
38. **GOV GREECE 2020**, NATIONAL RECOVERY AND RESILIENCE PLAN
39. **Deloitte 2018**, *The Deloitte Innovation Survey*

Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- Harvard Business Review
- Entrepreneurship: Theory & Practice
- Journal of Applied Management & Entrepreneurship
- International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research
- Entrepreneurship and Regional Development
- Journal of Family Business
- Academy of Entrepreneurship Journal
- Journal of Entrepreneurship
- Journal of International Entrepreneurship
- Journal of International Business and Entrepreneurship
- Business Journal for Entrepreneurs Quarterly

- International Journal of Entrepreneurship
- International Journal of Technological Innovation and Entrepreneurship
- Journal of Business & Entrepreneurship
- Entrepreneurship Innovation and Change
- Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability
- Enterprise & Innovation Management Studies
- Journal of Technology Transfer
- Entrepreneurship Development Review
- Journal of Enterprising Culture
- Asian Journal of Business & Entrepreneurship
- Journal of Private Enterprise

ΧΡΗΣΙΜΟΙ ΣΥΝΔΕΣΜΟΙ

- <http://www.mnec.gr>
- <http://www.gqb.gr>
- <http://www.ypan.gr>
- <http://www..gr>
- <http://www.ideopolis2005.gr>
- www.myownbusiness.org/s2
- <http://www.entrepreneur.com/businessplan/index.html>
- <http://www.bplans.com/>
- <http://www.mit100k.org/>
- <http://www.eommex.gr/>
- <http://www.keta.gr>
- <http://www.ebusinessforum.gr/>
- <http://www.sba.gov/smallbusinessplanner/index.html>
- http://career.unipi.gr/ypires/diasyndesh/Ypir_epix/7_6.html

10. ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

(1) ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	Επιστημών Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΤΜΗΜΑ	Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Μεταπτυχιακό		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΕΟ374	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Α', Β'
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Διαλέξεις, Εργασία, Παρουσίαση	3	6	
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Επιλογής		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	Δεν απαιτούνται		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	Όχι		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	--		

(2) ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<p>Ποτέ άλλοτε δεν υπήρξε μεγαλύτερη πίεση στις επιχειρήσεις να επανεξετάσουν τις διαδικασίες τους και να προωθήσουν τους οργανισμούς τους τόσο με βιώσιμο όσο και με ολιστικό τρόπο. Αυτός είναι ο λόγος για τον οποίο οι επιχειρήσεις, κυρίως οι μεγάλες αλλά όλο και περισσότερο και οι μικρές, αναζητούν ειδικούς που μπορούν να κατανοήσουν τις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν όσον αφορά την ενσωμάτωση θεμάτων βιωσιμότητας στην λειτουργία τους, και να τις βοηθήσουν στην εξεύρεση λύσεων. Θα μάθετε τι διαμορφώνει τις σχέσεις μεταξύ επιχειρήσεων, περιβάλλοντος και κοινωνίας και πώς τα άτομα και οι οργανισμοί μπορούν να αντιμετωπίσουν αποτελεσματικά τα κοινωνικά και περιβαλλοντικά προβλήματα. Το μάθημα έχει στόχο να σας προετοιμάσει ώστε να μπορείτε να εξετάσετε και να κατανοήσετε το ευρύτερο περιβαλλοντικό, πολιτικό και κοινωνικό πλαίσιο στο οποίο δραστηριοποιείτε η επιχείρηση/οργανισμός στον οποίο εργάζεστε, συμπεριλαμβανομένου του ρόλου της κυβέρνησης, των επενδυτών και των πελατών. Αποκτώντας αυτές τις γνώσεις και δεξιότητες θα μπορείτε να συμμετάσχετε στην δημιουργία, ανάπτυξη ή επανασχεδιασμό βιώσιμων επιχειρήσεων.</p> <p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές θα βελτιώσουν τις γνώσεις και τις δεξιότητές τους σε βασικούς τομείς, όπως,</p> <ul style="list-style-type: none"> • η κατανόηση των αλληλεπιδράσεων μεταξύ οικονομικού και οικολογικού συστήματος, • ο προσδιορισμός των επιπτώσεων της περιβαλλοντικής υποβάθμισης, π.χ. κλιματική αλλαγή, στις επιχειρήσεις και η εξέτασή τους ομαδοποιώντας τις σε τρεις κατηγορίες: φυσικούς κινδύνους, κινδύνους μετάβασης και ευθύνης, • τα εργαλεία πολιτικής που εφαρμόζουν οι κυβερνήσεις και η επίδρασή τους στις επιχειρήσεις, • η επίδραση των «πράσινων» καταναλωτών στις επιχειρήσεις, • οι τρόποι με τους οποίους η βιωσιμότητα οδηγεί την επιχειρηματική πρακτική, • η περιβαλλοντική διαχείριση και η εταιρική κοινωνική ευθύνη, • η χρηματοδότηση της βιωσιμότητας και τα εργαλεία της, • η σύγκριση και αξιολόγηση συγκεκριμένων εναλλακτικών προτάσεων, ώστε να μπορούν να βοηθήσουν στην λήψη αποφάσεων τόσο σε επίπεδο επιχειρήσεων όσο και οργανισμών.

Γενικές Ικανότητες
<ul style="list-style-type: none"> • Αυτόνομη εργασία, • Ομαδική εργασία, • Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον, • Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών, • Σχεδιασμός και διαχείριση έργων, • Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον, • Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής, • Προαγωγή της ελεύθερης, • Δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης.

(3) ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Το μάθημα ξεκινά με μια επισκόπηση της ύλης και στην συνέχεια μια επισκόπηση των σημαντικότερων περιβαλλοντικών προβλημάτων που αντιμετωπίζει η ανθρωπότητα με έμφαση στην κλιματική αλλαγή και την μείωση της βιοποικιλότητας. Στην συνέχεια παρουσιάζονται οι βασικές οικονομικές έννοιες, όπως δημόσια αγαθά, κοινόκτητοι πόροι και περιβαλλοντικές εξωτερικότητες, που είναι απαραίτητες για παρουσιαστεί και αναλυθεί η αμφίδρομη σχέση μεταξύ περιβαλλοντικών προκλήσεων και οικονομικής δραστηριότητας. Στο πρώτο μέρος του μαθήματος μετά την εισαγωγή παρουσιάζονται οι περιβαλλοντικές πολιτικές που εφαρμόζονται από την κυβέρνηση και έχουν άμεσες επιπτώσεις στη λειτουργία των επιχειρήσεων. Θα εξεταστούν οι πολιτικές περιβαλλοντικών ορίων, οι περιβαλλοντικοί φόροι, οι μεταβιβάσιμες άδειες εκπομπής ρύπων, με έμφαση στη λειτουργία του EU-ETS. Επίσης θα αναλυθούν οι χρηματοοικονομικές παρεμβάσεις που αφορούν την περιβαλλοντική χρηματοδότηση (πράσινα ομόλογα). Τέλος θα αναλυθεί η εξέλιξη και ο ρόλος των «πράσινων» καταναλωτών στην δημιουργία νέων αγορών και την διαφοροποίηση προϊόντων. Στο δεύτερο μέρος του μαθήματος, θα εξεταστούν οι τρόποι με τους οποίους μπορούν να αντιδράσουν οι επιχειρήσεις ενσωματώνοντας θέματα βιωσιμότητας στην λειτουργία τους. Κατ' αρχήν θα αναγνωριστούν οι κίνδυνοι και οι προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις και θα συζητηθούν εργαλεία μείωσης τους. Στην συνέχεια θα συζητηθεί ο ρόλος της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (Corporate Social Responsibility) και οι εξελίξεις αυτής (Creating Shared Value). Θα γίνει εκτενής συζήτηση για τα Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης και την πιστοποίησή τους (ISO 14000, EMAS). Τέλος, θα αναλυθεί η διαχείριση φυσικών πόρων και η ενεργειακή εξοικονόμηση στα πλαίσια της λειτουργίας των επιχειρήσεων.

(4) ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ – ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	ΠΡΟΣΩΠΟ ΜΕ ΠΡΟΣΩΠΟ, ΕΞ' ΑΠΟΣΤΑΣΕΩΣ	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΤΗΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑΣ ΜΕ ΤΗ ΧΡΗΣΗ ΤΗΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΠΛΑΤΦΟΡΜΑΣ E CLASS.	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	<i>Δραστηριότητα</i>	<i>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</i>
	Διαλέξεις	13wx3h/w=39h
	Προετοιμασία-μελέτη	2x39=78h
	Συγγραφή-παρουσίαση εργασίας	50h
	Σύνολο Μαθήματος	167h
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	Γραπτή εργασία και παρουσίαση (40%) και τελικές Εξετάσεις (60%)	

(5) ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Στην ελληνική:

- Καρβούνης Σωτήρης και Γεωργακέλλος Δημήτρης (2022) Διαχείριση του Περιβάλλοντος: Επιχειρήσεις και Βιώσιμη Ανάπτυξη, 2η Έκδοση, Εκδόσεις Βαρβαρήγου, Πειραιάς.
- Field Berry C. and Martha Field (2020) Οικονομικά του Περιβάλλοντος, Broken Hill Publishers, Λευκωσία.
- Tietenberg, T. and L. Lewis. (2012) Οικονομική του περιβάλλοντος και των φυσικών πόρων (9th Ed.), Pearson Education, Inc.

Στην αγγλική:

- Ross Gittel, Matt Magnusson, and Michael Merenda (2012) The Sustainable Business Case Book, Open access textbook, Available at: <https://open.umn.edu/opentextbooks/textbooks/142>
- Rüdiger Hahn (2022) Sustainability Management: Global Perspectives on Concepts, Instruments, and Stakeholders, Published by Rüdiger Hahn, c/o Block Services, Fellbach, Germany.
- Nada R. Sanders and John D. Wood (2020) Foundations of Sustainable Business: Theory, Function, and Strategy, 2nd Edition, Wiley & Sons, Hoboken, NJ.

11. ΕΡΕΥΝΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

(1) ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	Επιστημών Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΤΜΗΜΑ	Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Μεταπτυχιακό		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΕ0319	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Α΄, Β΄
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΡΕΥΝΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Διαλέξεις, Εργασία, Παρουσίαση	3 ώρες	6	
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Ειδικού υπόβαθρου/ Επιλογής		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	Όχι		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	Όχι		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	http://mba.uom.gr/periexomenospoudwn/eksaminoc/marketing.html http://compus.uom.gr/MBA114/index.php		

(2) ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<p>Σκοπός του μαθήματος είναι η κατανόηση του επιστημονικού υπόβαθρου της έρευνας μάρκετινγκ εξετάζοντας:</p> <p>α) τις διάφορες μεθόδους και τεχνικές συλλογής στοιχείων, β) τις πηγές των πληροφοριών και δεδομένων μάρκετινγκ, και γ) τη διαδικασία σχεδιασμού της έρευνας. Επίσης, να μπορούν οι φοιτητές να αξιοποιήσουν το σύγχρονο Σύστημα Πληροφοριών Μάρκετινγκ, να εμβαθύνουν στις παραδοσιακές σχολές της έρευνας μάρκετινγκ όπως επίσης και να μπορούν να αξιολογούν έρευνες μάρκετινγκ και αγοράς ως προς την επιστημονική ορθότητα και την αποτελεσματικότητά τους. Η παιδαγωγική μέθοδος είναι βασισμένη σε προφορικό διάλογο (δηλ. διαλέξεις, συζητήσεις, ομιλίες) και στις ασκήσεις με συνοδεία έντυπου υλικού π.χ. cases</p> <p>Η εγγραφή των φοιτητών στην ιστοσελίδα του μαθήματος είναι απαραίτητη παλαιότερα compus.uom.gr και πλέον openeclass.uom.gr . Εκεί βρίσκεται κανείς διάφορα πακέτα άρθρων, τις διαλέξεις σε μορφή pdf, καθώς και υλικό και οδηγίες για την εκπόνηση των εργασιών</p>
Γενικές Ικανότητες
<p>Το μάθημα είναι σχεδιασμένο με στόχο: α) να χτίσει ένα θεωρητικό περίγραμμα της Έρευνας Μάρκετινγκ και β) να βοηθήσει στην καλύτερη κατανόηση των διαδικασιών και των εφαρμογών του γνωστικού αντικείμενου της Έρευνας Μάρκετινγκ.</p> <p>Στο μάθημα παρουσιάζονται οι αρχές, μεθοδολογίες και διαδικασίες της Έρευνας Μάρκετινγκ στα πλαίσια του σύγχρονου επιχειρηματικού περιβάλλοντος. Στις επιμέρους θεματικές ενότητες αναλύονται: Σκοπός της Έρευνας Μάρκετινγκ, Πληροφοριακά Συστήματα Μάρκετινγκ, Πηγές Πληροφοριών και Δεδομένων Μάρκετινγκ, Εργαλεία Συλλογής Πληροφοριών και Δεδομένων, Μέθοδοι Συλλογής Δεδομένων, Ανάλυση Δεδομένων, Τεχνικές Έρευνας και Εφαρμογές, Σχεδιασμός Έρευνας Μάρκετινγκ. Ο ρόλος της Έρευνας Μάρκετινγκ στο Διοικητικό και Στρατηγικό Μάρκετινγκ, η διαδικασία της έρευνας μάρκετινγκ, οι πηγές και οι μεθοδολογίες συλλογής πληροφοριών, η ανάλυση και η αξιολόγηση των αποτελεσμάτων της έρευνας μάρκετινγκ και τα πεδία εφαρμογής της, είναι μερικά από τα βασικά θέματα που αναλύονται στο μάθημα αυτό.</p>

(3) ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Στόχος του παρόντος μαθήματος είναι να παρουσιάσει τις αρχές, μεθοδολογίες και διαδικασίες της Έρευνας Μάρκετινγκ στο πλαίσιο του σύγχρονου επιχειρηματικού περιβάλλοντος, όπως αυτές εφαρμόζονται από τις ελληνικές επιχειρήσεις..

Η ποιότητα των αποφάσεων μάρκετινγκ εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την έκταση και την ποιότητα των διαθέσιμων πληροφοριών. Η βασική λειτουργία της Έρευνας Μάρκετινγκ είναι η συστηματική διαχείριση (αναζήτηση, συλλογή, ανάλυση, αξιολόγηση, χρήση) των αναγκών και κατάλληλων πληροφοριών για την υποστήριξη της λήψης αποφάσεων Μάρκετινγκ. Η λειτουργία της Έρευνας Μάρκετινγκ συνδέει την επικοινωνία μεταξύ πελατών, προμηθευτών, επιχειρηματικών συνεργατών, επιχειρήσεων, Δημοσίων οργανισμών και Κράτους μέσα από πληροφορίες. Οι πληροφορίες αυτές στο πλαίσιο ενός MMIS (Marketing Management Information System) χρησιμοποιούνται για:

- την αναγνώριση και τον προσανατολισμό ευκαιριών και προβλημάτων Μάρκετινγκ
- το σχεδιασμό / προγραμματισμό, ανασχεδιασμό και αξιολόγηση των δραστηριοτήτων μάρκετινγκ
- την παρακολούθηση και το συνεχή έλεγχο των επιδόσεων μάρκετινγκ και
- τη βελτιωμένη προσέγγιση του μάρκετινγκ ως ολοκληρωμένη διαδικασία

Η Έρευνα Μάρκετινγκ καθορίζει τις πληροφορίες που χρειάζονται στο Διοικητικό Μάρκετινγκ, σχεδιάζει τη μέθοδο συλλογής των αναγκών πληροφοριών διαχειρίζεται και υλοποιεί τη διαδικασία συλλογής δεδομένων, αναλύει τα αποτελέσματα και αναλαμβάνει την διάχυση των ευρημάτων για τη στήριξη των λαμβανόντων αποφάσεις Μάρκετινγκ.

Οι περιπτώσεις μελέτης και τα παραδείγματα αλλά και οι ασκήσεις υποστηρίζουν την αυτόνομη και ομαδική εργασία, την κριτική επαγωγική σκέψη και τον διάλογο.

(4) ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Χρήση Η/Υ, πολυμεσικών εφαρμογών και χρήσης Διαδικτύου (πλατφόρμες εκπαιδευτικού υλικού και επικοινωνίας, comprus & openeclass κ.ά) ΓΙΑ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ: Power point ms ΓΙΑ ΠΟΣΟΤΙΚΕΣ ΑΝΑΛΥΣΕΙΣ: Excel ms, SPSS ΓΙΑ ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΝΑΛΥΣΗ: Atlas ti ΓΙΑ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ ΚΑΙ ΣΧΕΤΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ: Google documents (for questionnaire design)	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39 ώρες
	Ασκήσεις στο eclass	5 ώρες
	Συγγραφή εργασιών και βελτιώσεις	15 ώρες
	Σύνολο Μαθήματος	59 ώρες

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	<p>Η διαδικασία</p> <p>Οι διδάσκοντες ακολουθούν μεθόδους παραδόσεων των θεωρητικών εννοιών με την χρήση παραδειγμάτων καθώς και της μελέτης περιπτώσεων (case studies) προς ανάλυση συγκεκριμένων θεμάτων. Η συμμετοχή και η ανταλλαγή απόψεων θεωρούνται αναγκαίες για την επίτευξη των εκπαιδευτικών στόχων. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην προετοιμασία και παρουσίαση εργασιών, γιατί η αποτελεσματικότητα της μάθησης με αυτενέργεια του μεταπτυχιακού φοιτητή/τριας θεωρείται αναμφισβήτητη.</p> <p>Αξιολόγηση</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 70%;">Συμμετοχή:</td> <td style="text-align: right;">10%</td> </tr> <tr> <td>Εξετάσεις:</td> <td style="text-align: right;">50%</td> </tr> <tr> <td>Ομαδική εργασία (παράδοση και παρουσίαση εργασίας):</td> <td style="text-align: right;">40%</td> </tr> </table> <p>Οι μεταπτυχιακοί φοιτητές/τριες υποστηρίζονται από την ασύγχρονη πλατφόρμα openeclass όσον αφορά την περιγραφή του τρόπου ανάπτυξης εργασιών, των διαλέξεων και της παρακολούθησής τους, των ανακοινώσεων σχετικά με θέματα όπως εξετάσεις, την ύλη εξετάσεων κ.ά</p>	Συμμετοχή:	10%	Εξετάσεις:	50%	Ομαδική εργασία (παράδοση και παρουσίαση εργασίας):	40%
Συμμετοχή:	10%						
Εξετάσεις:	50%						
Ομαδική εργασία (παράδοση και παρουσίαση εργασίας):	40%						

(5) ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:

Ενδεικτική Βιβλιογραφία

- (1) Γ.Ι.Σιώμκος και Αικ. Ι. Βασιλικοπούλου (2005), *Εφαρμογή Μεθόδων Ανάλυσης στην Έρευνα Αγοράς*, Αθήνα: Εκδόσεις ΣΤΑΜΟΥΛΗ.
- (2) Aaker, D. A., Kumar, V. & Day, G. S. (1998). *Marketing Research* (6th edition). New York: John Wiley & Sons.
- (3) Aaker, DA, Kumar, V, Day, GS & Leone, RP (2016). *Marketing Research*, 12th edn, U.S.A.:John Wiley & Sons, New Jersey. ISBN: 978-1-119-23608-5.
- (4) Σιώμκος Γ. και Μαύρος Δ., (2015) *Έρευνα Αγοράς*, Εκδόσεις Λιβάνη, Αθήνα.

.....

- Smith S., & Albaum, G. (2004). *Fundamentals of Marketing Research*, Sage Publ.
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2022-23). *Research Methods for Business Students*, Pearson.
- Denzin, N. K. & Lincoln, Y. S. (2018). *The SAGE Handbook of Qualitative Research*, Sage.

- Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- Journal of Marketing Research*
- International Journal of Marketing Research*
- Journal of Marketing Management*
- The European Journal of Marketing*
- The Qualitative Report*

12. ΗΓΕΣΙΑ, ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ

(1) ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	Επιστημών Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΤΜΗΜΑ	Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Μεταπτυχιακό		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΕ0208-1	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Α' , Β'
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΗΓΕΣΙΑ, ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ :	3	6	
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ:	ΜΑΘΗΜΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ (Ε)		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΟΧΙ		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	ΕΛΛΗΝΙΚΑ		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	https://openeclass.uom.gr/courses/MBA101/		

(2) ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<p>Το μάθημα «Ηγεσία, Επικοινωνία και Δημόσιες Σχέσεις» επιδιώκει να διασαφηνίσει στους μεταπτυχιακούς φοιτητές/-τριες τρεις τομείς του σύγχρονου μανάτζμεντ, κρίσιμους για την αποτελεσματική λειτουργία μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού: την επικοινωνία, τις δημόσιες σχέσεις και την ηγεσία.</p> <p>Βασικός σκοπός του μαθήματος είναι οι φοιτητές/τριες να γνωρίσουν και να αντιληφθούν τη σημασία, τη χρησιμότητα και την εφαρμογή και των τριών αυτών τομέων του μανάτζμεντ, τόσο σε θεωρητικό, όσο και σε πρακτικό επίπεδο.</p> <p>Αναλυτικότερα, οι επιμέρους στόχοι του μαθήματος είναι οι μεταπτυχιακοί/-ές φοιτητές/τριες:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Να κατανοήσουν και να αξιολογήσουν κριτικά μέσα από τις διαλέξεις, τις ασκήσεις και συζήτηση στην τάξη τις έννοιες της επικοινωνίας, των δημοσίων σχέσεων και της ηγεσίας σε θεωρία και πρακτική εφαρμογή. • Να αντιληφθούν τη σχέση και τη συμβολή τους στην επίτευξη των στόχων μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού. • Να συσχετίσουν τις έννοιες του μαθήματος με αυτές του μάρκετινγκ και της διοίκησης ανθρωπίνων πόρων διαμορφώνοντας μια πιο ολοκληρωμένη θεωρητική και πρακτική γνώση για το μανάτζμεντ <p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές θα πρέπει να:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Αντιλαμβάνονται τη σημασία της αποτελεσματικής ηγεσίας, επικοινωνίας και των δημοσίων σχέσεων για μία επιχείρηση ή έναν οργανισμό • Κατανοούν τον τρόπο σκέψης, τις διαφορές και τον τρόπο εφαρμογής της συναλλακτικής και της μετασχηματιστικής ηγεσίας • Διακρίνουν τα χαρακτηριστικά των σύγχρονων και παραδοσιακών μέσων επικοινωνίας, καθώς και τα κριτήρια επιλογής τους, και να είναι σε θέση να αξιολογούν ποια από αυτά θα χρησιμοποιούνται ανάλογα με την περίπτωση • Κατανοούν τη σημασία της στρατηγικής σκέψης της επικοινωνίας και των δημοσίων σχέσεων για την επιτυχία ενός οργανισμού και να αναπτύσσουν ένα στρατηγικό σχέδιο επικοινωνίας και δημοσίων σχέσεων • Γνωρίζουν τη σημασία, τον τρόπο διαμόρφωσης και τα χαρακτηριστικά μιας καλής οργανωσιακής ταυτότητας και εικόνας • Αντιλαμβάνονται τη σημασία, τον τρόπο διαμόρφωσης και τα χαρακτηριστικά της οργανωσιακής κουλτούρας και του επικοινωνιακού κλίματος • Κατανοούν τον τρόπο με τον οποίο μια επιχείρηση ή ένας οργανισμός επικοινωνεί στο εσωτερικό και το εξωτερικό του περιβάλλον, καθώς και με τις ομάδες κοινού του. • Γνωρίζουν τον τρόπο δημιουργίας προγραμμάτων δημοσίων σχέσεων μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού λαμβάνοντας υπόψη τις βασικές ομάδες κοινού στις οποίες απευθύνεται με τη χρήση

παραδοσιακών αλλά και σύγχρονων τεχνολογιών

- Γνωρίζουν τον τρόπο με τον οποίο μια επιχείρηση ή ένας οργανισμός αντιμετωπίζει προληπτικά τις κρίσεις, τις διαχειρίζεται αποτελεσματικά και επικοινωνεί με τις ομάδες κοινού του σε περιόδους κρίσεων
- Κατανοούν τον τρόπο με τον οποίο η επικοινωνία μπορεί να οδηγήσει στην άσκηση αποτελεσματικής ηγεσίας
- Γνωρίζουν τις διαφορές και τον τρόπο που ασκούνται η συναλλακτική και μετασχηματιστική ηγεσία
- Να κατανοήσουν τον ρόλο των δημοσίων σχέσεων στην αντιμετώπιση των κρίσεων και τη διασφάλιση της φήμης και της εικόνας της επιχείρησης
- Να γνωρίζουν τα στάδια δημιουργίας ενός αποτελεσματικού προγράμματος δημοσίων σχέσεων
- Να κατανοήσουν την έννοια της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και των διαστάσεων της
- Να γνωρίζουν τη σύγχρονη χορηγία και τους πολλαπλούς ρόλους που μπορεί να επιτύχει ως εργαλείο των δημοσίων σχέσεων.

Γενικές Ικανότητες

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

(3) ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ:

1. Εισαγωγή στις δημόσιες σχέσεις – Ιστορική αναδρομή
2. Δημιουργία προγράμματος δημοσίων σχέσεων
3. Η έρευνα δημοσίων σχέσεων
4. Αντιμετώπιση κρίσεων φήμης και εικόνας της επιχείρησης
5. Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη ως εργαλείο των δημοσίων σχέσεων
6. Η χορηγία ως εργαλείο των δημοσίων σχέσεων
7. Έννοια, διαδικασία, σημασία και ο ρόλος της επικοινωνίας στη σύγχρονη επιχείρηση
8. Τα μέσα διαπροσωπικής και μαζικής επικοινωνίας με έμφαση στο διαδίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης
9. Ο στρατηγικός σχεδιασμός επικοινωνίας/ οργανωσιακή ταυτότητα και εικόνα/ Διαμόρφωση ανοιχτού επικοινωνιακού κλίματος
10. Επικοινωνιακή διαχείριση κρίσεων
11. Έννοια ηγεσίας/ η επικοινωνία κατά την άσκηση της ηγεσίας
12. Μορφές ηγεσίας με έμφαση στη συναλλακτική και μετασχηματιστική ηγεσία

(4) ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	<ul style="list-style-type: none"> • Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση 																						
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	<ul style="list-style-type: none"> • Ηλεκτρονική πλατφόρμα e-class • e-mail • Video • Mentimeter • Kahoot 																						
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="635 510 1161 566"><i>Δραστηριότητα</i></th> <th data-bbox="1169 510 1394 566"><i>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</i></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="635 577 1161 611">Διαλέξεις</td> <td data-bbox="1169 577 1394 611">36</td> </tr> <tr> <td data-bbox="635 622 1161 656">Ασκήσεις Πράξεις</td> <td data-bbox="1169 622 1394 656"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="635 667 1161 701">Εργαστηριακές ασκήσεις</td> <td data-bbox="1169 667 1394 701">10</td> </tr> <tr> <td data-bbox="635 712 1161 745">Συγγραφή εργασίας (εργασιών)</td> <td data-bbox="1169 712 1394 745"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="635 757 1161 790">Άσκηση πεδίου ή εκπόνηση μελέτης (project)</td> <td data-bbox="1169 757 1394 790"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="635 801 1161 835">Μελέτη & ανάλυση βιβλιογραφίας</td> <td data-bbox="1169 801 1394 835"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="635 846 1161 880">Εκπαιδευτική εκδρομή</td> <td data-bbox="1169 846 1394 880"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="635 891 1161 925">Σεμινάρια</td> <td data-bbox="1169 891 1394 925"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="635 936 1161 969">Αυτοτελής Μελέτη</td> <td data-bbox="1169 936 1394 969">134</td> </tr> <tr> <td data-bbox="635 981 1161 1014" style="text-align: center;">Σύνολο Μαθήματος</td> <td data-bbox="1169 981 1394 1014" style="text-align: center;">150</td> </tr> </tbody> </table>	<i>Δραστηριότητα</i>	<i>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</i>	Διαλέξεις	36	Ασκήσεις Πράξεις		Εργαστηριακές ασκήσεις	10	Συγγραφή εργασίας (εργασιών)		Άσκηση πεδίου ή εκπόνηση μελέτης (project)		Μελέτη & ανάλυση βιβλιογραφίας		Εκπαιδευτική εκδρομή		Σεμινάρια		Αυτοτελής Μελέτη	134	Σύνολο Μαθήματος	150
	<i>Δραστηριότητα</i>	<i>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</i>																					
	Διαλέξεις	36																					
	Ασκήσεις Πράξεις																						
	Εργαστηριακές ασκήσεις	10																					
	Συγγραφή εργασίας (εργασιών)																						
	Άσκηση πεδίου ή εκπόνηση μελέτης (project)																						
	Μελέτη & ανάλυση βιβλιογραφίας																						
	Εκπαιδευτική εκδρομή																						
	Σεμινάρια																						
	Αυτοτελής Μελέτη	134																					
Σύνολο Μαθήματος	150																						
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	<p>Γραπτή τελική εξέταση (100%)</p> <p>Περιλαμβάνει:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ανάλυση ρόλων και ενδιαφερομένων μερών σε σύντομη μελέτη περίπτωσης - Ερωτήσεις ανάπτυξης δοκιμίων - Συγκριτική αξιολόγηση στοιχείων θεωρίας <p>Τα κριτήρια αξιολόγησης γίνονται γνωστά στους φοιτητές κατά τη διάρκεια των μαθημάτων και αναγράφονται στο σύστημα ηλεκτρονικής εκπαίδευσης, καθώς και στα θέματα της γραπτής τελικής εξέτασης</p>																						

(5) ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΔΙΔΑΚΤΙΚΑ ΣΥΓΓΡΑΜΜΑΤΑ/ ΑΡΘΡΑ

- Κοτζαϊβάζογλου, Ι και Δ. Πασχαλούδης (2020) Οργανωσιακή Επικοινωνία, Η Επικοινωνία για Επιχειρήσεις και Οργανισμούς. Αθήνα: Πατάκης.
- Judge, T.A. and Piccolo, R. F. (2004). Transformational and Transactional Leadership: A Meta-Analytic Test of Their Relative Validity. *Journal of Applied Psychology*, Vol. 89(5): 755-768.
- Kaplan, A.M. and M. Haenlein (2010). *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media*. Business Horizons, Vol. 53(1): 59-68.
- Kotzavazoglou, I. (2017). Communicating and developing relationships through Facebook: the case of Greek organisations. *International Journal of Technology Marketing*, Vol. 12(4): 375-388.
- Yukl, G. (1999). An evaluation of conceptual weaknesses in transformational and charismatic leadership theories. *Leadership Quarterly*, Vol. 10(2), 285–305.
- Μαντώ Ι. Ξύγγη (2012). Δημόσιες Σχέσεις, Εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα.

ΠΡΟΣΘΕΤΗ ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Ασπρίδης, Γ, Τσέλιος, Δ. και Ρωσσίδης, Γ. (2018). *Επιχειρησιακές Επικοινωνίες*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
- [Adler](#), R., [Rodman](#), G. and [du Pre](#), A. (2013). *Understanding Human Communication*, 12th ed. New York: Oxford University Press.
- Argenti, P.A. (2023). *Corporate Communication*, 8th edition. Boston, Massachusetts: McGrawHill.
- Boveé C.L., Thill, J.V. (2020). *Επιχειρησιακή Επικοινωνία* (γενική επιμέλεια: Ι. Κοτζαϊβάζογλου). Κύπρος: Broken Hill Publishers.
- Hahn, T.H. (2014). *The Art of Communicating*. HarperOne.
- Guffey, M.E. and Loewy, D. (2017) *Business Communication: Process and Product*, 9th Edition. International: South-Western College Pub.
- Locker, K. and Kaczmarek, S. (2022). *Business Communication: Building Critical*, 6th Edition. Skills, International: McGraw Hill.
- Hoyle, L. H. (2002). *Event Marketing: How to successfully promote events, festivals, conventions, and expositions*. John Wiley & Sons, Inc.
- [The New Rules of Marketing and PR: How to Use Social Media, Online Video, Mobile Applications, Blogs, News Releases, and Viral Marketing to Reach Buyers Directly](https://www.amazon.com/New-Rules-Marketing-Podcasting-Newsjacking-dp-1119854288/dp/1119854288/ref=dp_ob_title_bk) (2022) by David Meerman Scott. 8th edition https://www.amazon.com/New-Rules-Marketing-Podcasting-Newsjacking-dp-1119854288/dp/1119854288/ref=dp_ob_title_bk
- [Cases in Public Relations Management \(2nd Edition\)](https://www.amazon.com/Cases-Public-Relations-Management-Activism/dp/0415517710) External link: [open_in_new](https://www.amazon.com/Cases-Public-Relations-Management-Activism/dp/0415517710) by Patricia Swann (2014) <https://www.amazon.com/Cases-Public-Relations-Management-Activism/dp/0415517710>
- List of PR free e- books: <https://www.goodreads.com/shelf/show/public-relations>

ΣΥΝΑΦΗ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΑ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ

- Journal of Communication
- European Journal of Communication
- Mass Communication and Society
- Corporate Communications: An International Journal
- Corporate Reputation Review
- International Journal of Media Management
- Journal of Communication Management
- Journal of Contingencies and Crisis Management
- Journal of Change Management
- Public Relations Journal
- Public Opinion Quarterly, Public Relations Review
- Journal of Public Relations Research
- International Journal of Public Opinion Research
- Journal of Leadership Studies
- Leadership Quarterly

13. ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΡΓΩΝ

(1) ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	Επιστημών Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΤΜΗΜΑ	Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Μεταπτυχιακό		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΕ0376	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	A', B'
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΡΓΩΝ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Διαλέξεις, ασκήσεις πράξης, εκμάθηση εργαλείων	3	6	
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ:	ΕΠΙΛΟΓΗΣ		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΟΧΙ		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνικά		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	https://openeclasse.uom.gr/courses/INTER1102		

(2) ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<p>Το συγκεκριμένο μάθημα επιδιώκει να προετοιμάσει τους μεταπτυχιακούς φοιτητές για μια επαγγελματική σταδιοδρομία σε ένα ευρύ φάσμα έργων, προσφέροντας τους την αναγκαία κατανόηση τόσο των πτυχών που σχετίζονται με τον ανθρώπινο παράγοντα όσο και των τεχνικών απαιτήσεων που απαιτούνται για την επιτυχή διαχείριση έργων, καθώς και των οργανωτικών και στρατηγικών πτυχών. Κατά τη διάρκεια του μαθήματος, οι μεταπτυχιακοί φοιτητές καθοδηγούνται μέσω βασικών εννοιών στη διοίκηση έργων και των συμπεριφορικών δεξιοτήτων που απαιτούνται για την επιτυχημένη εκκίνηση, καθοδήγηση και ολοκλήρωση ενός έργου σε κερδοσκοπικούς και μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς.</p> <p>Οι επιτυχημένοι διαχειριστές έργων διαχειρίζονται επιδέξια τους πόρους, τα χρονοδιαγράμματα, τους κινδύνους και το εύρος των έργων για να επιτύχουν τα επιθυμητά αποτελέσματα. Κατά τη διάρκεια αυτού του μαθήματος, οι μεταπτυχιακοί φοιτητές εξερευνούν τη διοίκηση έργων με πρακτική προσέγγιση μέσω μελετών περιπτώσεων και ασκήσεων στην αίθουσα. Επίσης, αναλύονται οι προκλήσεις που προκύπτουν κατά τη διαχείριση του έργου και ο τρόπος αντιμετώπισης των κινδύνων μέσω σωστού σχεδιασμού στις αρχικές φάσεις μιας νέας πρωτοβουλίας.</p> <p>Το πρόγραμμα καλύπτει βασικές αρχές της διοίκησης έργων, συμπεριλαμβανομένης της ολοκλήρωσης έργου, της διαχείρισης του φυσικού αντικείμενου του έργου, της διαχείρισης του χρόνου και του κόστους έργου, της διαχείρισης της ποιότητας, των εκτιμήσεων του ανθρώπινου δυναμικού, των επικοινωνιών, της διαχείρισης κινδύνων και της διαχείρισης προμηθειών.</p> <p>Τέλος, αξίζει να σημειωθεί ότι το μάθημα σχεδιάστηκε σύμφωνα με το πρότυπο PMBOK 6th και 7th guide του Project Management Institute (PMI) και αποτελεί προπαρασκευαστικό βήμα για όσους επιθυμούν τη μελλοντική επαγγελματική πιστοποίηση από το PMI (https://www.pmi.org/).</p> <p>Το πρόγραμμα αυτό θα αναπτύσσεται ισορροπημένα μεταξύ διαλέξεων και διαλόγων. Οι διάλογοι θα ξεκινούν από τη μελέτη πραγματικών προβλημάτων (case studies), και η ενεργή συμμετοχή των φοιτητών θα είναι απαραίτητη. Επιπλέον, ένα μέρος του μαθήματος (3 διαλέξεις) περιλαμβάνει διδασκαλία της διοίκησης έργων χρησιμοποιώντας εξειδικευμένο λογισμικό (π.χ. Microsoft Project).</p>

Γενικοί στόχοι μαθήματος. Οι μεταπτυχιακοί φοιτητές πρόκειται να:

- Κατανοήσουν τις έννοιες του σχεδιασμού και της οργάνωσης έργου, του προϋπολογισμού και του ελέγχου και των κύκλων ζωής του έργου. Να αναγνωρίσουν ζητήματα σε ένα ρεαλιστικό σενάριο έργου. Να δημιουργήσουν μια πρόταση έργου. Να δημιουργήσουν την εφαρμογή ενός προτεινόμενου σχεδίου.
 - Να μάθουν έννοιες που σχετίζονται με την οργανωτική ροή εργασίας, συμπεριλαμβανομένης της διαδικασίας στελέχωσης, των στοιχείων σχεδιασμού έργου και των περιεχομένων του σχεδίου έργου και των επικοινωνιών του έργου.
 - Μάθουν αρκετές βασικές τεχνικές προγραμματισμού έργων, όπως WBS, CPM, PERT, GANTT CHARTS και προγραμματισμός περιορισμένων πόρων.
 - Κατανοήσουν τις σχετικές έννοιες των οργανωτικών μορφών, την επίλυση συγκρούσεων και θέματα που σχετίζονται με την ηγεσία και τη διαχείριση εργασιών σε περιβάλλον έργου.
 - Βελτιώσουν τις δεξιότητες γραπτής και προφορικής επικοινωνίας μέσω επίσημων εργασιών γραφής και ομαδικών συζητήσεων.
- Εξοικειωθούν με το Microsoft Project στην εκτέλεση απλών εργασιών διοίκησης έργου.

Γενικές Ικανότητες

Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και κριτικής σκέψης των φοιτητών μέσω συζητήσεων, ασκήσεων και εργασιών στα πλαίσια του μαθήματος

(3) ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Αυτό το μάθημα σχεδιάστηκε με σκοπό να καλύψει κάθε πτυχή του κύκλου ζωής των έργων, από την αρχική φάση του προγραμματισμού μέχρι τον έλεγχο και την ολοκλήρωση τους, περνώντας από την αξιολόγηση των αναγκών του έργου και τη διαχείριση του προϋπολογισμού και των κινδύνων. Το μάθημα είναι πλήρες και εξειδικευμένο, αλλά παράλληλα σχεδιάστηκε με γνώμονα την ευκολία παρακολούθησης από φοιτητές με διάφορα εκπαιδευτικά υπόβαθρα και επαγγελματικές εμπειρίες.

Ανεξάρτητα από το αν προέρχετε από τον τομέα της διοίκησης, της τεχνολογίας, της οικονομίας ή από οποιοδήποτε άλλο εκπαιδευτικό υπόβαθρο, αυτό το πρόγραμμα προσφέρει τη δυνατότητα να κατανοήσετε τη διοίκηση έργων από τη βάση της και να αποκτήσετε εμπειρίες που μπορούν να εφαρμοστούν σε διάφορους επαγγελματικούς τομείς.

Κάθε εβδομαδιαία διάλεξη αναλύει ένα σημαντικό κομμάτι της διοίκησης έργων και παρέχει πρακτικές γνώσεις και εφαρμόσιμες δεξιότητες. Από την αξιολόγηση των αναγκών του έργου και τη δημιουργία χρονοδιαγράμματος έως την διαχείριση του προϋπολογισμού και των κινδύνων, θα εξοικειωθείτε με όλες τις σημαντικές διαδικασίες.

Αξίζει να σημειωθεί ότι το μάθημα περιλαμβάνει και την εκμάθηση του λογισμικού MS-Project, ένα απαραίτητο εργαλείο για τη διοίκηση έργων σε πολλούς οργανισμούς.

Ετοιμαστείτε να εξερευνήσετε τον κόσμο της διοίκησης έργων και να αποκτήσετε τις δεξιότητες που απαιτούνται για μια επιτυχημένη σταδιοδρομία σε αυτόν τον σημαντικό τομέα.

Πρόγραμμα εβδομαδιαίων διαλέξεων

- 1 Εγκαθίδρυση θεμελιωδών αρχών.
- 2 Αξιολόγηση των αναγκών του έργου. Παροχή επιχειρηματικής αξίας.
- 3 Ανάπτυξη του πεδίου εφαρμογής του έργου
- 4 Δημιουργία του χρονοδιαγράμματος έργου
- 5 Ανάπτυξη του προϋπολογισμού του έργου και συμμετοχή ενδιαφερομένων. Προσδιορισμός των κινδύνων του έργου
- 6 Προγραμματισμός και προμήθεια πόρων.
- 7 Ανάπτυξη της Ομάδας Έργου. Διαμοιρασμός πληροφοριών.
- 8 Μέτρηση και έλεγχος της απόδοσης του έργου.
- 9 Έλεγχος αποτελεσμάτων εργασίας και κλείσιμο του έργου
- 10 Διοίκηση Έργων με το MS-Project (1)
- 11 Διοίκηση Έργων με το MS-Project (2)
- 12 Διοίκηση Έργων με το MS-Project (3)

(4) ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ.	Πρόσωπο με πρόσωπο	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη εκπαιδευτικής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας open eclass	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	60
	Ασκήσεις Πράξης που εστιάζουν στην εφαρμογή μεθοδολογιών και ανάλυση μελετών περίπτωσης σε μικρότερες ομάδες φοιτητών	50
	Αυτοτελής Μελέτη	50
	Σύνολο Μαθήματος	160
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	<p>Ατομική εργασία και τελική αξιολόγηση Οι υποχρεώσεις των φοιτητών περιλαμβάνουν:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Υποβολή ατομικής εργασίας που αφορά στην λεπτομερή σχεδίαση και οργάνωση της υλοποίησης ενός έργου επιλογής τους. Η εργασία θα υποβληθεί τμηματικά (2 παραδοτέα) σε προκαθορισμένες ημερομηνίες 2. Συμμετοχή στις τελικές γραπτές εξετάσεις <p>Η συνολική αξιολόγηση των φοιτητών θα βασιστεί στη συμμετοχή τους στην εκπαιδευτική διαδικασία και στην ποιότητα των εργασιών (βαρύτητα 70%) και στην επίδοσή τους στην τελική γραπτή εξέταση (βαρύτητα 30%).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Τελική αξιολόγηση (30%): <p>Η τελική αξιολόγηση του μαθήματος θα πραγματοποιηθεί με γραπτή εξέταση. Οι γραπτές εξετάσεις του μαθήματος περιλαμβάνουν ερωτήσεις πολλαπλών επιλογών, προσφέροντας έτσι μια ευχάριστη και αποτελεσματική δοκιμασία για τους μεταπτυχιακούς φοιτητές. Η δομή αυτών των ερωτήσεων τους επιτρέπει να επιλέγουν από μια ποικιλία απαντήσεων, προσφέροντας τους την ευκαιρία να επιδείξουν τις γνώσεις τους στον τομέα της διοίκησης έργων με άνεση και αυτοπεποίθηση. Έτσι, οι μεταπτυχιακοί φοιτητές μπορούν να αναδείξουν τις ικανότητές τους και να διαπιστώσουν την πρόοδο που έχουν σημειώσει στο μάθημα</p>	

	<p>με μια εξέταση που είναι σχεδιασμένη για να τους ενθαρρύνει και να τους βοηθήσει να επιτύχουν.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ατομική Εργασία (70%) <p>Απαιτήσεις εργασίας</p> <p>Παραδοτέο #1 Για ένα έργο της επιλογής σας (κατά προτίμηση μικρού μεγέθους) να δημιουργήσετε το Τεχνικό Δελτίο (charter, statement of work, responsibility matrix, communication plan matrix κλπ), τη δήλωση του φυσικού αντικειμένου (Περιγραφή φυσικού αντικειμένου, Παραδοτέα έργου, Κριτήρια αποδοχής για τους στόχους του έργου κλπ) που περιλαμβάνει το σύνολο των πληροφοριών που απαιτούνται ώστε ο project manager να μπορεί να σχεδιάσει το έργο.</p> <p>Παραδοτέο #2 Με βάση το τεχνικό δελτίο του έργου που παραδώσατε στο 1ο παραδοτέο της Εργασίας, προχωρήστε στο λεπτομερή σχεδιασμό του έργου που θα πρέπει να περιλαμβάνει τα ακόλουθα: Διαχείριση αντικειμένου εργασιών (Scope Management), Δομική ανάλυση έργου (Work Breakdown Structure), Εκτίμηση χρόνων και τεχνολογικών περιορισμών, Κατασκευή διαγράμματος Gantt και δικτύου του έργου, Κατάλογος πόρων και ανάθεση πόρων σε εργασίες, Προϋπολογισμός έργου Σχέδιο επικοινωνίας, Σχέδιο εσωτερικής διασφάλισης ποιότητας (Quality management plan), Σχέδιο διαχείρισης κινδύνου (Risk management plan). Επίσης είναι υποχρεωτικό να χρησιμοποιηθεί λογισμικό διοίκησης έργων, για την ποσοτική διαχείριση.</p> <p>Αυτές οι απαιτήσεις σας παρέχουν την ευκαιρία να αποκτήσετε πρακτικές δεξιότητες στη διοίκηση έργων, ενώ είναι σχεδιασμένες έτσι ώστε να είναι κατανοητές και εφικτές ανεξάρτητα από το προηγούμενο σας υπόβαθρο. Πρόκειται για μια ευκαιρία να αναπτύξετε πρακτικές δεξιότητες στον χώρο της διοίκησης έργων.</p>
--	--

(5) ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

<p>- Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:</p> <p>Απαραίτητη βιβλιογραφία:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Project Management Institute. (2017). A guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK guide) (6th ed.). Project Management Institute. • Σημειώσεις διαλέξεων του διδάσκοντα στο https://openeclass.uom.gr/courses/INTER1102 <p>Επιπρόσθετη βιβλιογραφία:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kerzner, H. (2017). Project management: A systems approach to planning, scheduling, and controlling (12th ed.). John Wiley & Sons. • Wysocki, R. K. (2019). Effective Project Management: Traditional, Agile, Extreme, Hybrid (8th ed). Indianapolis: John Wiley and Sons. <p>- Συναφή επιστημονικά περιοδικά:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Project Management Journal • International Journal of Project Management <p>- Websites:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Columbia University - Project Management Resources: http://www.columbia.edu/~jm2217/ • Επίσημο website του Microsoft Project 2010: http://www.microsoft.com/project/en/us/project-

[professional-2010.aspx](#)

Επιστημονικοί / Επαγγελματικοί Οργανισμοί:

- Project Management Institute (PMI): <http://www.pmi.org/>
- Association for Project Management (APM): <http://www.apm.org.uk/>
- International Project Management Association (IPMA): <http://www.ipma.ch/>

14. ΟΡΓΑΝΩΣΙΑΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΛΛΑΓΩΝ

(1) ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	Επιστημών Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΤΜΗΜΑ	Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Μεταπτυχιακό		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΕ0204-1	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Α', Β'
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΟΡΓΑΝΩΣΙΑΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΛΛΑΓΩΝ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Διαλέξεις, Εργασία, Παρουσίαση	3	6	
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ:	Ειδίκευσης γενικών γνώσεων (Επιλογής)		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	Δεν υπάρχουν		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	https://www.uom.gr/mba/neo-programma-spydon		

(2) ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<p>Στο πλαίσιο του μαθήματος, οι φοιτητές αναμένεται να:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Αποκτήσουν τη δυνατότητα ως στελέχη επιχειρήσεων και οργανισμών, να αναπτύξουν τις διοικητικές τους ικανότητες και δεξιότητες, ώστε να αντιμετωπίζουν τις νέες προκλήσεις του περιβάλλοντος • Κατανοούν την πολυπλοκότητα της οργανωσιακής ζωής και να αντιμετωπίζουν τις οργανώσεις ως κοινωνικές, ιστορικές και ψυχολογικές κατασκευές. • Αναλύουν τη σύνθετη φύση της συμπεριφοράς των ανθρώπων και των ομάδων στις οργανώσεις. • Επιλύουν σύνθετα προβλήματα και να λαμβάνουν ορθές αποφάσεις τόσο σε στρατηγικό όσο και σε λειτουργικό επίπεδο, να καθοδηγούν τους υφισταμένους τους, να ενεργοποιούν τους συνεργάτες τους και να επικοινωνούν αποτελεσματικά με όλους τους συμμετόχους (stakeholders). • Είναι σε θέση, αναπτύσσοντας δεξιότητες εισαγωγής οργανωσιακών αλλαγών, να πείσουν για τη χρησιμότητα των προτάσεων και νεωτεριστικών ιδεών τους, ώστε να γίνουν αποδεκτές και εφαρμόσιμες. • Είναι σε θέση πρώτα να «περάσουν» και κατόπιν να υλοποιήσουν αποτελεσματικά στην ομάδα, στο τμήμα και στη διεύθυνση τις οργανωσιακές αλλαγές που προτείνει η διοίκηση. • Εξηγήσουν πώς η συμπεριφορά ατόμων και ομάδων σε μια οργάνωση επηρεάζεται από τον πολιτισμό, τις αντιλήψεις και τα συναισθήματα και πώς αυτό έχει επιπτώσεις στην απόδοση. Αυτό θα διευκρινιστεί μέσα από μια σειρά παραδειγμάτων και την αναλυτική εξέταση μικρών μελετών. • Γίνουν αποτελεσματικοί στη διαχείριση των ομάδων και την ανάπτυξη των σχέσεων εντός των ομάδων. Αυτό θα γίνει με την ανάθεση ομαδικών εργασιών. • Κατανοήσουν τη σημασία της ανθρώπινης συμπεριφοράς στις οργανωτικές σχέσεις, μέσω συζητήσεων και ανάθεσης ρόλων.

Γενικές Ικανότητες

Με την ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές /τριες (τόσο μέσα από τη διδασκαλία όσο και από τη συμμετοχή στις εργασίες, τη μελέτη case studies, τις παρουσιάσεις από στελέχη, τις συζητήσεις στο πλαίσιο των διαλέξεων, τη χρήση εργαλείων αυτό-διάγνωσης, των ομαδικών δραστηριοτήτων κλπ) θα αποκτήσουν τις παρακάτω γενικές ικανότητες:

- Ικανότητα λήψης αποφάσεων που αφορούν το επιστημονικό πεδίο της οργανωσιακής συμπεριφοράς.
- Ικανότητα να δώσουν λύσεις σε πρακτικά προβλήματα που απαντώνται στο χώρο εργασίας και αφορούν τον ανθρώπινο παράγοντα.
- Ικανότητα δημιουργικής γνώσης, κριτικής σκέψης και αποτελεσματικής λύσης προβλημάτων.
- Ικανότητα ερμηνείας της συμπεριφοράς των ατόμων και των ομάδων μέσα στον οργανισμό.
- Ικανότητα καλύτερου σχεδιασμού των οργανωσιακών πολιτικών, διαδικασιών και πρακτικών του οργανισμού.
- Ικανότητα διαχείρισης της οργανωσιακής αλλαγής.
- Ικανότητα παρακίνηση των εργαζομένων.
- Ικανότητα επικοινωνίας με τις εργασιακές ομάδες.
- Ικανότητα εντοπισμού του κατάλληλου ηγετικού στυλ ανά περίπτωση.
- Ικανότητα σχεδιασμού των κατάλληλων πολιτικών και πρακτικών αποτελεσματικής διαχείρισής των εργαζομένων.

(3) ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. Η οργανωσιακή συμπεριφορά και η σημασία της για τις σύγχρονες επιχειρήσεις
2. Οργανωσιακή συμπεριφορά και παρακίνηση των εργαζομένων
3. Ο ρόλος της ηγεσίας
4. Επιχειρησιακές ομάδες και ομαδική εργασία
5. Επικοινωνία, συγκρούσεις και διαπραγματεύσεις
6. Οργανωσιακή δομή και εξουσία
7. Λήψεις Αποφάσεων
8. Η φύση της οργανωσιακής αλλαγής
9. Οργανωσιακή κουλτούρα και αλλαγή
10. Τα μοντέλα συστημάτων αλλαγής
11. Μέλλουσες κατευθύνσεις και προκλήσεις για τις αλλαγές
12. Παρουσιάσεις εργασιών και συζήτηση επί αυτών

(4) ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Πρόσωπο με πρόσωπο και εξ' αποστάσεως διαλέξεις, προσκεκλημένοι ομιλητές/τριες, μελέτες περίπτωσης, video, ομαδικά tasks, αυτοδιαγνωστικά τεστ.	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	<ul style="list-style-type: none">• Χρήση power point• Διδασκαλία μέσω πλατφόρμας εξ' αποστάσεως εκπαίδευσης.• Υποστήριξη μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class για την ανάρτηση του εκπαιδευτικού υλικού, των εργασιών και της επικοινωνίας με/ανακοινώσεων προς τους φοιτητές/τριες.• Χρήση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39
	Άσκηση	26
	Διαδραστική διδασκαλία	25
	Συγγραφή εργασίας	30
	Παρουσίαση εργασίας	20
	Μελέτη	30
	Σύνολο Μαθήματος	170
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	<p>Η συνολική βαθμολογία απαρτίζεται από το άθροισμα τριών συνιστωσών:</p> <ul style="list-style-type: none">• Γραπτή εξέταση με ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής και ερωτήσεις σύντομης απάντησης, 5 μονάδες• Ομαδική εργασία, 4 μονάδες• Συμμετοχή στην τάξη, 1 μονάδα <p>Σκοπός αξιολόγησης: Ο έλεγχος κατανόησης των βασικών στοιχείων του μαθήματος.</p> <p>Κριτήρια αξιολόγησης: Η ορθότητα, η πληρότητα, η σαφήνεια και η κριτική αξιολόγηση των απαντήσεων.</p>	

(5) ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική

- Bateman, T. και Snell, S. (2016), Διοίκηση Επιχειρήσεων, Εκδόσεις ΤΖΙΟΛΑ.
- Daft, R.L. (2005), Οργανωσιακή θεωρία και σχεδιασμός, Εκδόσεις Κλειδάριθμος
- Greenberg, J. and Baron, R.A. (2013), Οργανωσιακή ψυχολογία και συμπεριφορά, Εκδόσεις Gutenberg - Γιώργος & Κώστας Δαρδανός
- Mullins, L. και Christy, G. (2014), Μάνατζμεντ και Οργανωσιακή Συμπεριφορά, Εκδόσεις Utoria.
- Robbins, S. and Judge, T. (2018). Οργανωσιακή Συμπεριφορά: Βασικές Έννοιες και Σύγχρονες Προσεγγίσεις. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
- Senior, B. and Swailes, S. (2017) Οργανωσιακή Αλλαγή, Nicosia: Εκδόσεις Πασχαλίδης –BROKEN HILL PUBLISHERS LTD
- Schermerhorn, J. (2018), Εισαγωγή στο Management, Εκδόσεις Broken Hill.
- Uhl-Bien, M., Schermerhorn, J. και Osborn, R. (2015), Οργανωσιακή Συμπεριφορά, Broken Hill Publishers LTD.
- Βακόλα, Μ. και Νικολάου, Ι. (2019), Οργανωσιακή ψυχολογία και συμπεριφορά, Εκδόσεις ROSILI, 2η έκδοση
- Γαλανάκης, Μ. (2012), Εργασιακή ψυχολογία, Εκδόσεις Σταμούλη Γεωργόπουλος, Α., Μαρούδας, Λ. και Πολυχρονίου, Π. (2019), Σύγχρονο Μάνατζμεντ, Εκδόσεις ΜΠΕΝΟΥ.
- Θεοδωράτος, Ε. (2004), Διοίκηση και οργανωτική συμπεριφορά, Εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα
- Χυτήρης, Λ. (2017), Οργανωσιακή Συμπεριφορά, Εκδόσεις ΜΠΕΝΟΥ, Αθήνα.
- Greenberg, J. and Baron, R. (2013). Οργανωσιακή Ψυχολογία και Συμπεριφορά. Αθήνα: Εκδόσεις Gutenberg.

Ξενόγλωσση

- Leoussis N. (2012), Winning in Business and Politics: The Strategic Delta. Philosophy and Praxis in Modern Decision Making. Libra Publishing
- Bass, B. and Bass, R. (2008), The Bass Handbook of Leadership: Theory, Research, and Managerial Applications, Free Press.
- Rahim, A. (2011), Managing conflict in organizations (4th Ed.), Transaction Publisher, New Brunswick, New Jersey.
- Bevan, R. (2011). Changemaking: Tactics and Resources for Managing Organizational Change. CreatSpace.
- Bridges, W. and Bridges, S. (2009). Managing Transitions: Making the Most of Change. Da Capo Press.
- Mullins, L.J. (2016). Management and Organizational Behavior (11th Ed). Pearson

Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- Academy of Management Journal
- Academy of Management Review
- British Journal of Industrial Relations
- European Management Journal
- Group and Organization Management
- International Journal of Public Sector Management
- International Journal of Training and Development
- International Studies of Management & Organization
- Journal of Applied Management Studies
- Journal of Applied Psychology
- Journal of Behavioral Decision Making
- Journal of International Management
- Journal of Management
- Journal of Management Development
- Journal of Occupational & Organizational Psychology
- Journal of Organizational Behavior
- Leadership Quarterly
- Organizational Behavior and Human Decision Processes
- Personnel Psychology
- Research in Personnel & Human Resource Management
- Strategic Management Journal

15. ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑ ΚΑΙ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ

(1) ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	Επιστημών Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΤΜΗΜΑ	Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Μεταπτυχιακό		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΕ0379	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Α' ή Β'
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑ ΚΑΙ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Διαλέξεις, Εργασία, Παρουσίαση	3	6	
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Ειδίκευσης		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	Όχι		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνικά		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	Όχι		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	eclass		

(2) ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<p>Η εξέλιξη των τιμών σε μια αγορά είναι αποτέλεσμα ενός μηχανισμού ο οποίος τροφοδοτείται από τις διαταραχές που πλήττουν μια οικονομία και της συνεπακόλουθης επενδυτικής δραστηριότητας. Σε ένα τέτοιο περιβάλλον η λειτουργία της πραγματικής οικονομίας και η δομική ανάπτυξη των εταιρειών δέχονται σημαντικές πιέσεις. Η αύξηση της εταιρικής μόχλευσης, η φύση της πληροφορίας και η αποτύπωση της αβεβαιότητας στην επενδυτική συμπεριφορά αποτελούν βασικές διαστάσεις της παρατηρούμενης μεταβλητότητας. Σκοπός του μαθήματος είναι η κατανόηση του τρόπου που η πληροφορία καθώς και η δραστηριότητα των επενδυτών επηρεάζουν τις τιμές.</p> <p>Λέξεις κλειδιά: Πληροφορία, επενδυτική συμπεριφορά, εταιρική διακυβέρνηση.</p>
Γενικές Ικανότητες
<p>Δίνεται η δυνατότητα στο φοιτητή:</p> <ul style="list-style-type: none"> να αναγνωρίζει καταστάσεις χειραγώγησης στην αγορά, να αναγνωρίζει και να ποσοτικοποιεί τα αποτελέσματα i) διαταραχών (π.χ. COVID-19, γεωπολιτικά γεγονότα) και ii) των διαφορετικών επενδυτικών στρατηγικών, να διοχετεύει στοχευμένα τα συμπεράσματα της ανάλυσης προς όφελος της εταιρικής λειτουργίας, να κατανοεί την επίδραση των συμπεριφορών χαρακτηριστικών των managers στην αποτελεσματικότητα της εταιρικής διακυβέρνησης.

(3) ΠΕΡΙΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

<ul style="list-style-type: none"> Σημασία της πληροφορίας και της φήμης στις σύγχρονες αγορές Χειραγώγηση και επενδυτική συμπεριφορά. Θεωρία ετερογενών χρηματοοικονομικών αγορών. Εταιρική διακυβέρνηση και συμπεριφορική ανάλυση. <p>Στόχος</p> <p>Εξοικείωση με τα βασικά εργαλεία της σύγχρονης εφαρμοσμένης χρηματοοικονομικής τόσο σε επίπεδο εταιρείας όσο και σε επίπεδο αγοράς, έτσι ώστε ο φοιτητής να γίνει επιστημονικά ανεξάρτητος και να μπορεί:</p> <ul style="list-style-type: none"> να αναγνωρίζει καταστάσεις χειραγώγησης στην αγορά, να αναγνωρίζει και να ποσοτικοποιεί τα αποτελέσματα i) διαταραχών (π.χ. COVID-19, γεωπολιτικά γεγονότα, φυσικές καταστροφές) και ii) των διαφορετικών επενδυτικών στρατηγικών, να διοχετεύει στοχευμένα τα συμπεράσματα της ανάλυσης προς όφελος της εταιρικής λειτουργίας, να κατανοεί την επίδραση των συμπεριφορών χαρακτηριστικών των managers στην

αποτελεσματικότητα της εταιρικής διακυβέρνησης.

(4) ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	ΠΡΟΣΩΠΟ ΜΕ ΠΡΟΣΩΠΟ ΚΑΙ ΕΞ' ΑΠΟΣΤΑΣΕΩΣ ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	<p>Χρησιμοποιείται η ηλεκτρονική πλατφόρμα τηλεκπαίδευσης Open-e-Class για την υποστήριξη της οργάνωσης του μαθήματος. Εκεί αναρτώνται όλες οι διαφάνειες, τα παραδείγματα, οι μελέτες περίπτωσης, επιστημονικά άρθρα κ.α. που συνδέονται με το μάθημα</p> <p>Χρησιμοποιείται η παραπάνω πλατφόρμα, όπως και το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο για την επικοινωνία με τους φοιτητές</p> <p>Προτείνονται ιστοσελίδες σχετικές με το αντικείμενο και τις επιμέρους ενότητες του μαθήματος.</p> <p>Χρησιμοποιείται το υλικό από αυτές τις ιστοσελίδες στην κατανόηση του μαθήματος και στην παρουσίαση βέλτιστων πρακτικών και παραδειγμάτων.</p>	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39 ώρες
	Εργαστηριακή Άσκηση	26 ώρες
	Διαδραστική διδασκαλία	25 ώρες
	Συγγραφή εργασίας	30 ώρες
	Παρουσίαση εργασίας	20 ώρες
	Μελέτη	20 ώρες
	Σύνολο Μαθήματος	160 ώρες
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	<ul style="list-style-type: none">• Τελικές γραπτές εξετάσεις.• Εργασία με συμμετοχή 40% στον τελικό βαθμό.	

(5) ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:

- *Stock-Markets Psychology*, by K-E. Warneryd, 2001, Edward Elgar Publishing.
- *Stock Markets, Speculative Bubbles and Economic Growth*, by M. Binswanger, 1999, Edward Elgar Publishing.
- *Safeguarding Financial Stability*, by G. J., Schinasi, 2006, IMF.
- *Why Stock Markets Crash*, By D. Sornette, 2003, Princeton University Press.

- Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- *Economic Modelling*
- *European Journal of Finance*
- *Journal of Behavioral and Experimental Finance*
- *Journal of Finance*
- *Journal of Financial Stability*
- *Journal of Evolutionary Economics*
- *Review of Economic Dynamics*

16. ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ/ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

(1) ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	Επιστημών Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΤΜΗΜΑ	Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Μεταπτυχιακό		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΕ0308-2	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Α΄, Β΄
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ/ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Διαλέξεις, Εργασία, Παρουσίαση	3	6	
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ:	Ειδικού Υποβάθρου, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	Όχι		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	Όχι		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	-		

(2) ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<p>Στο μάθημα θα αναλυθούν έννοιες των Πληροφοριακών Συστημάτων καθώς και έννοιες και εφαρμογές του ΗΕ, όπως επιχειρηματικά μοντέλα ΗΕ, υπηρεσίες υποστήριξης ΗΕ, στρατηγικές υλοποίησης ΗΕ, και πλατφόρμες δημιουργίας ηλεκτρονικών καταστημάτων (e-shop). Οι φοιτητές θα αποκτήσουν κατάλληλες δεξιότητες και γνώσεις για να μπορούν:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Να διακρίνουν του διαφορετικούς τύπους πληροφοριακών συστημάτων που πρέπει να υιοθετηθούν από τις σύγχρονες επιχειρήσεις. 2. Να πραγματοποιούν αναλύσεις Επιχειρηματικής Ευφυΐας χρησιμοποιώντας σύγχρονες πλατφόρμες όπως Tableau, PowerBI κλπ. 3. Περιγράφουν χρήσεις καινοτόμων τεχνολογιών (π.χ. Τεχνητή Νοημοσύνη, Μεγάλα Δεδομένα, Υπολογιστική Νέφος, Διαδίκτυο των Αντικειμένων) στις σύγχρονες επιχειρήσεις. 4. Να σχεδιάζουν και να υλοποιούν σύγχρονα επιχειρηματικά μοντέλα του ηλεκτρονικού εμπορίου. 5. Να δημιουργούν ηλεκτρονικά καταστήματα (eshops) με χρήση σύγχρονων υποδομών υπολογιστικής νέφους (cloud computing). 6. Να αξιοποιούν εργαλεία αναλυτικής του διαδικτύου (web analytics tools) ώστε να βελτιώνουν τις διαδικτυακές επιχειρηματικές δραστηριότητες 7. Να δημιουργούν διαφημιστικές εκστρατείες με χρήση δημοφιλών πλατφορμών όπως Facebook, Google, κλπ.
Γενικές Ικανότητες
<ul style="list-style-type: none"> • Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις • Εργασία σε διεθνές περιβάλλον • Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον • Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής • Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

(3) ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

<p>Στις σημερινές επιχειρήσεις σε περιβάλλοντα δικτύου και στις παγκόσμιες αγορές, οι μάνατζερς θα πρέπει να γνωρίζουν να χρησιμοποιούν και να διοικούν την πληροφοριακή τεχνολογία. Η κατανόηση της αξίας και χρήσης της τεχνολογίας στα πληροφοριακά συστήματα για τις επιχειρησιακές λειτουργίες, για τη λήψη αποφάσεων και την απόκτηση στρατηγικού πλεονεκτήματος καθώς και η ανάπτυξη λύσεων των επιχειρησιακών προβλημάτων με την χρήση πληροφοριακών συστημάτων είναι ο στόχος του μαθήματος αυτού. Εξετάζεται επίσης η συνδρομή των πληροφοριακών συστημάτων στην ανάπτυξη και επιτυχία των δραστηριοτήτων της επιχειρήσεως, καθώς</p>

και η αναδυόμενη δραστηριότητα του ηλεκτρονικού εμπορίου. Το ηλεκτρονικό εμπόριο μετασχηματίζει τον χώρο των επιχειρήσεων. Οι διευθυντές χρειάζεται να γνωρίζουν τρόπους για επέκταση των επιχειρήσεων τους σε αυτό τον γεμάτο προκλήσεις πεδίο. Οι σημερινοί διευθυντές θα πρέπει να μπορούν να εκμεταλλευτούν αυτή τη νέα τεχνολογία αποκτώντας ανταγωνιστικό πλεονέκτημα απέναντι στον ανταγωνισμό. Οι φοιτητές θα γνωρίσουν τύπους ηλεκτρονικού εμπορίου, στρατηγικές και εφαρμογές. Θα μπορούν να προσδιορίσουν τις βασικές συνιστώσες για επιτυχημένα συστήματα ηλεκτρονικού εμπορίου. Θα κατανοήσουν πως μια ηλεκτρονική επιχείρηση μπορεί να προσελκύσει πελάτες στο Ίντερνετ.

(4) ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	ΠΡΟΣΩΠΟ ΜΕ ΠΡΟΣΩΠΟ ΚΑΙ ΕΞ' ΑΠΟΣΤΑΣΕΩΣ ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	<ul style="list-style-type: none"> - OpenClass για διαμοιρασμό του εκπαιδευτικού υλικού και επικοινωνία των φοιτητών και των διδασκόντων - DataCamp ως πλατφόρμα ασύγχρονης εκπαίδευσης στην χρήση νέων τεχνολογιών (π.χ., Τεχνητή Νοημοσύνη) από τις σύγχρονες επιχειρήσεις. Στους φοιτητές θα δοθεί δωρεάν πρόσβαση για ένα εξάμηνο. - Google Cloud Platform για εκπαίδευση στις υπηρεσίες φιλοξενίας καταστήματος ηλεκτρονικού εμπορίου. - Prestashop ως ανοικτό λογισμικό ηλεκτρονικού εμπορίου για εκπαίδευση στην δημιουργία ηλεκτρονικού καταστήματος - Google Analytics ως πλατφόρμα αναλυτικής του διαδικτύου για εκπαίδευση στην κατανόηση της συμπεριφοράς των χρηστών στο διαδίκτυο - Tableau ως πλατφόρμα για εκπαίδευση στις αναλύσεις επιχειρηματικής ευφυΐας. Στους φοιτητές θα δοθεί δωρεάν άδεια χρήσης στο Tableau Desktop για ένα χρόνο 	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	15
	Ασύγχρονη παρακολούθηση εκπαιδευτικού υλικού μέσω DataCamp	34
	Διαδραστική διδασκαλία στην χρήση της πλατφόρμας Επιχειρηματικής Ευφυΐας Tableau	9
	Διαδραστική διδασκαλία στην δημιουργία ηλεκτρονικού καταστήματος	9
	Διαδραστική διδασκαλία στη χρήση του Google Analytics	3
	Εκπόνηση μελέτης	80
	Σύνολο Μαθήματος	150
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	<p>Η αξιολόγηση του μαθήματος πραγματοποιείται με γραπτή εξέταση στο τέλος του εξαμήνου και εργασίες με ποσοστό:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Τελική γραπτή εξέταση 60% - Παρακολούθηση εκπαιδευτικού υλικού στο DataCamp 10% - Γραπτή θεωρητική εργασία 30% 	

(5) ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:

- E. Turban et al. *Ηλεκτρονικό Εμπόριο: Εργαλεία διοίκησης και αξιοποίησης κοινωνικών δικτύων. Broken Hill (2020)*
- «Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης στην Πράξη» (Kroenke D., Boyle R.J), Εκδ. Broken Hill, ISBN-978-9963-274-04-8, 2017

Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- *International Journal of Electronic Commerce*
- *Electronic Commerce Research*
- *Information Systems Journal*

17. ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

(1) ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	Επιστημών Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΤΜΗΜΑ	Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Μεταπτυχιακό		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΕΟ318	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Α' , Β'
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ:	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Διαλέξεις, Εργασία, Παρουσίαση	3	6	
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ:	Μάθημα Επιλογής		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	Όχι		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	Όχι		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	https://openeclass.uom.gr/courses/MBA103		

(2) ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

<p>Μαθησιακά Αποτελέσματα</p> <p>Στόχος του παρόντος μαθήματος είναι να χτίσει τις γνώσεις, στάσεις, δεξιότητες και ικανότητες των φοιτητών/τριών στα γνωστικά αντικείμενα που άπτοντα της προβολής και διαφήμισης και να εστιάσουν σε συγκεκριμένες πτυχές και επιμέρους τεχνικές, οι οποίες υιοθετούνται από τους σύγχρονους διαφημιστές.</p> <p>Με την ολοκλήρωση του κύκλου των διαλέξεων, οι φοιτητές/τριες θα είναι σε θέση:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Να αναγνωρίζουν και να περιγράφουν τις ακόλουθες έννοιες: διαφημιστική ιδέα, διαφημιστικό περίγραμμα, διαφημιστική περίληψη, ιεραρχική κλιμάκωση των αποτελεσμάτων της διαφήμισης, προωθητικό μείγμα, ολοκληρωμένη επικοινωνιακή στρατηγική μάρκετινγκ, αποτελεσματικότητα της διαφήμισης και επιλογή διαφημιστικών μέσων, διαφήμιση στα κοινωνικά μέσα και τις μηχανές αναζήτησης, βελτιστοποίηση των μηχανών αναζήτησης. - Να εφαρμόζουν τις κατάλληλες τεχνικές για την ανάπτυξη σύγχρονων επικοινωνιακών εκστρατειών, που θα λαμβάνουν υπόψη τους το συνεχώς μεταβαλλόμενο πολιτικό, οικονομικό, κοινωνικό-πολιτισμικό, τεχνολογικό και φυσικό περιβάλλον βάσει της μεθόδου PESTLE και θα χρησιμοποιούν τα σύγχρονα επικοινωνιακά εργαλεία. - Να προσδιορίζουν τους διαφημιστικούς στόχους ενός διαφημιστικού πλάνου με τη χρήση της μεθόδου SMART. - Να εργάζονται σε ομάδα για την ανάπτυξη ενός ολοκληρωμένου διαφημιστικού πλάνου, το οποίο θα λαμβάνει υπόψη του επιχειρησιακούς παράγοντες και παράγοντες του εξωτερικού μικρο και μακρο περιβάλλοντος. - Να παρουσιάζουν μία εργασία δημοσίως και να απαντούν με αξιώσεις στα ερωτήματα που τίθενται από το κοινό. - Να μπορούν να λάβουν μέρος σε μία δημόσια συζήτηση για τον ρόλο της προβολής και της διαφήμισης στην ανάπτυξη μίας επιχείρησης αναπτύσσοντας ισχυρά επιχειρήματα και απόψεις.
--

Γενικές Ικανότητες

Το μάθημα «**Προβολή & Διαφήμιση**» αποσκοπεί να εφοδιάσει τους/τις φοιτητές/τριες με τις ακόλουθες γενικές ικανότητες:

- Ομαδική εργασία μέσα από τη συμμετοχή τους στην εργασία του μαθήματος.
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης μέσα από τη λύση case studies και την ανάπτυξη ενός διαφημιστικού πλάνου για γνωστό καταναλωτικό προϊόν.
- Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών αναζήτησης κλαδικών μελετών, βιβλίων και επιστημονικών ερευνών.
- Σχεδιασμό και διαχείριση ενός διαφημιστικού έργου.
- Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής μέσα από τη συμμετοχή στην παρουσίαση της εργασίας και την κατάθεση ερωτημάτων στους υπόλοιπους συμμετέχοντες/φοιτητές.
- Λήψη αποφάσεων λόγω των επιλογών που πρέπει να πραγματοποιήσουν στο πλαίσιο σχεδιασμού του διαφημιστικού πλάνου.
- Ικανότητα προσαρμογής στο μεταβαλλόμενο πολιτικό, οικονομικό, κοινωνικό-πολιτισμικό, τεχνολογικό και φυσικό περιβάλλον.
- Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον μέσα από τη συζήτηση σχετικών διαφημιστικών εκστρατειών πράσινου μάρκετινγκ.
- Σεβασμός στη διαφορετικότητα μέσα από τη συζήτηση σχετικών διαφημιστικών εκστρατειών ενάντια στα έμφυλα και λοιπά στερεότυπα.
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης μέσα από την ελεύθερη συμμετοχή των φοιτητών/τριών σε ασκήσεις δημιουργικότητας και κατανόησης.

(3) ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Το μάθημα «**Προβολή & Διαφήμιση**» αναλύει την ιστορική εξέλιξη της διαφήμισης και αναδεικνύει τις νέες τάσεις που αναδιαμορφώνουν το ρόλο της στο σύγχρονο επικοινωνιακό περιβάλλον. Προσεγγίζει τη διαφήμιση ως ένα από τα βασικά στοιχεία του προωθητικού μείγματος (δηλ. διαφήμιση, δημόσιες σχέσεις, δημοσιότητα, προσωπικές πωλήσεις, προώθηση πωλήσεων, χορηγίες, εκθέσεις, εκδηλώσεις και άμεσο μάρκετινγκ) και παρουσιάζει τις στρατηγικές που εξασφαλίζουν τη βέλτιστη συνεργασία τους. Δίνει έμφαση στα βασικά δημιουργικά στοιχεία μίας διαφήμισης (απεικόνιση, κείμενο, περίγραμμα, συναισθήματα, πρωταγωνιστές) και στο ρόλο που διαδραματίζουν στην τελική αποτελεσματικότητα της διαφήμισης. Μέσα από την παράθεση πραγματικών επιχειρηματικών περιπτώσεων μελετά την ανάπτυξη ενός ολοκληρωμένου διαφημιστικού πλάνου που ικανοποιεί τα κριτήρια της ολοκληρωμένης επικοινωνιακής στρατηγικής μάρκετινγκ (Integrated Marketing Communications). Παρουσιάζει διαδοχικά τα νέα ψηφιακά μέσα προβολής και διαφήμισης, τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά αυτών, καθώς και τα καινοτόμα μοντέλα εφαρμογής τους, όπως το ιογενές μάρκετινγκ, το συνεργατικό μοντέλο (affiliation), advergaming, gamification, κ.ά. Πληθώρα νέων ειδησεογραφικών ιστοτόπων (γενικών και εξειδικευμένων) κατακλύζουν το διαδίκτυο, νέα μέσα, τρόποι και μορφές επικοινωνίας εμφανίζονται, οι συνήθειες ενημέρωσης και «κατανάλωσης μέσων» των αναγνωστών αλλάζουν. Οι αλλαγές αυτές έχουν ανοίξει νέες προοπτικές, ευκαιρίες και προκλήσεις και αντίστοιχα έχουν επηρεάσει συνολικά τη στρατηγική επικοινωνίας οργανισμών και εταιρειών σε επίπεδο στόχων, μέσων, προϋπολογισμού και μέτρησης των αποτελεσμάτων της. Ιδιαίτερη σημασία δίνεται στην παρουσίαση των διαφόρων μορφών διαδικτυακής διαφήμισης και διαφήμισης σε κινητές συσκευές με παραδείγματα εφαρμογών για κάθε περίπτωση. Επιπλέον, εκπαιδεύει τους μεταπτυχιακούς φοιτητές στις νέες μορφές προβολής και επικοινωνίας που εκφράζονται μέσα από τα κοινωνικά μέσα (Social Media) και τις μηχανές αναζήτησης (π.χ. Google AdWords και Search Engine Optimization).

(4) ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	ΠΡΟΣΩΠΟ ΜΕ ΠΡΟΣΩΠΟ ΚΑΙ ΕΞ' ΑΠΟΣΤΑΣΕΩΣ ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας eclass. Πραγματοποίηση συμμετοχικών ασκήσεων με τη χρήση του λογισμικού radlet.	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	40 ώρες
	Ασκήσεις	15 ώρες
	Διαδραστική διδασκαλία	25 ώρες
	Συγγραφή εργασίας	40 ώρες
	Παρουσίαση εργασίας	20 ώρες
	Μελέτη	20 ώρες
	Σύνολο Μαθήματος	160
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	Η βαθμολογία του μαθήματος στηρίζεται στις τελικές εξετάσεις και την εργασία. Η βαρύτητα στη βαθμολογία είναι η ακόλουθη: <ul style="list-style-type: none">• Τελική εξέταση: 50%• Εργασία: 50% (40% κείμενο και 10% παρουσίαση)	

(5) ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:

Προτεινόμενο Σύγγραμμα

Γ.Χ. Ζώτος (2018), Διαφήμιση, Σχεδιασμός, Ανάπτυξη, Αποτελεσματικότητα, 5η έκδοση, Θεσσαλονίκη: University Press.

Συμπληρωματική Βιβλιογραφία

- G.E. Belch & M. A. Belch (2018), Διαφήμιση και Προώθηση, 10η έκδοση, Αθήνα: Εκδόσεις Τζιόλα.
- Συλλογικό έργο (2009), Μάρκετινγκ και Διαφήμιση μέσω της Google, Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη.
- N.A. Christakis, και J.H. Fowler (2011), Συνδεδεμένοι, Αθήνα: Κάτοπτρο.
- J. Jarvis (2011), Τι θα έκανε η Google, Αθήνα: Μεταίχμιο.
- I.E. Τηλικίδου-Στογιάννη (2003), Μεταμοντέρνο Μάρκετινγκ: Ανασκόπηση, Θεσσαλονίκη: University Studio Press.
- Λ. Χατζηθωμάς (2008), Το χιούμορ στην Τηλεοπτική Διαφήμιση, Θεσσαλονίκη: University Studio Press.
- Μ. Χαϊρετάκης (2010), ΜΜΕ, Διαφήμιση, Κατανάλωση, Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις University Studio Press.
- F.K. Beard, (2007), Humor in the Advertising Business: Theory, Practice and Wit, Rowman & Littlefield Pub. Inc.
- S. Brown (1999), Postmodern Marketing, International Thomson Business Press.
- Evans, D. and McKee (2010), Social Media Marketing: The next generation of business engagement, John Wiley & Sons.
- C.S. Gulas and M.G. Weinberger (2006). Humor in advertising: A comprehensive analysis, Armock, NY: M.E. Sharpe.

Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- ✓ Journal of Advertising
- ✓ Journal of Advertising Research
- ✓ International Journal of Advertising
- ✓ Journal of Marketing Communications
- ✓ Journal of Marketing
- ✓ Journal of the Academy of Marketing Science
- ✓ European Journal of Marketing
- ✓ Journal of Consumer Research

18. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

(1) ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	Επιστημών Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΤΜΗΜΑ	Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Μεταπτυχιακό		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΕ0307	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Α' , Β'
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Διαλέξεις, Εργασία, Παρουσίαση	3	6	
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Ειδικού υπόβαθρου / Επιλογής		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	Όχι		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	Όχι		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	https://openeclass.uom.gr/courses/INTER1108 http://compus.uom.gr/MBA106/index.php		

(2) ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<p>Το μάθημα αποσκοπεί στο να:</p> <p>Να παρέχει μια συνολική επισκόπηση των διαδικασιών που συντελούν στην κατανόηση, δημιουργία και μεταφορά αξίας όσον αφορά τις ανταγωνιστικές αγορές</p> <p>Να εξοπλίσει με την κατάλληλη ορολογία και εννοιολογία καθώς και με τα απαραίτητα εκείνα αναλυτικά εργαλεία που αφορούν τις στρατηγικές αποφάσεις μάρκετινγκ όταν αυτές λαμβάνονται σε δυναμικές ή ακόμα και σταθερές αγορές</p> <p>Να βοηθήσει στην κατανόηση του τοπίου των βιομηχανιών μέσω της ανάλυσης των περιπτώσεων, των καλύτερων πρακτικών, των παραδειγμάτων και των εμπειρογνομώνων που εκφράζουν τις εμπειρίες τους από την αγορά.</p> <p>Τελειώνοντας, ο στόχος της σειράς 13 μαθημάτων-συναντήσεων είναι να εισάγει τους εκπαιδευόμενους στη διατύπωση εμπορικής στρατηγικής και στην ανάπτυξη ενός τυπικού προγράμματος μάρκετινγκ. Για τον λόγο αυτό χρησιμοποιούνται, πλαίσια, έννοιες, παραδείγματα, πρότυπα, και τεχνικές από τον τομέα της στρατηγικής και του μάρκετινγκ. Η παιδαγωγική μέθοδος είναι βασισμένη σε προφορικό διάλογο (δηλ. διαλέξεις, συζητήσεις, ομιλίες) και στις ασκήσεις με συνοδεία έντυπου υλικού π.χ. cases</p> <p>Η εγγραφή των φοιτητών στην ιστοσελίδα του μαθήματος είναι απαραίτητη παλαιότερα compus.uom.gr και πλέον openeclass.uom.gr . Εκεί βρίσκει κανείς διάφορα πακέτα άρθρων, τις διαλέξεις σε μορφή pdf, καθώς και υλικό και οδηγίες για την εκπόνηση των εργασιών.</p>

Γενικές Ικανότητες

Το μάθημα είναι σχεδιασμένο με στόχο: α) να χτίσει ένα θεωρητικό περίγραμμα της Στρατηγικής Μάρκετινγκ και β) να βοηθήσει στην καλύτερη κατανόηση των διαδικασιών και των εφαρμογών του γνωστικού αντικείμενου της Στρατηγικής Μάρκετινγκ.

Ο μεταπτυχιακός φοιτητής συνεισφέρει με τον τρόπο αυτό στην ενίσχυση του ομαδικού πνεύματος στην τάξη εξοικειώνοντας τον εαυτό του παράλληλα σε θέματα ομαδικού συντονισμού και αποπεράτωσης ενός έργου, παράλληλα ενισχύει το υπόβαθρο των μεταπτυχιακών φοιτητών σε θέματα λήψης αποφάσεων που αφορούν την ανάλυση των βασικών διαστάσεων ήτοι της Ζήτησης, (Καταναλωτών και Πελατών), της Αγοράς και Βιομηχανίας, του Ανταγωνισμού και των Πόρων της Επιχείρησης. Ιδιαίτερα κατανοεί την τεχνική δυνατότητα υποστήριξης των στρατηγικών αποφάσεων μάρκετινγκ μέσα από μια ιεραρχική διαδικασία ανάλυσης δεδομένων, προσδιορισμού στόχων και στρατηγικών και προγραμμάτων Μάρκετινγκ (Προγράμματα Προϊόντος, Διανομής, Προβολής και Τιμολόγησης). Επίσης υποστηρίζονται η παραγωγή νέων ερευνητικών ιδεών και την περιγραφή των νέων τάσεων χρήσης ψηφιακών τεχνολογιών στη διαδικασία καθορισμού των Στρατηγικών Μάρκετινγκ. Οι περιπτώσεις μελέτης και τα παραδείγματα αλλά και οι ασκήσεις υποστηρίζουν την αυτόνομη και ομαδική εργασία, την κριτική επαγωγική σκέψη και τον διάλογο.

(3) ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. Το μάθημα διδάσκεται σε 13 συναντήσεις των 2,5 ωρών. Η προετοιμασία των μεταπτυχιακών φοιτητών είναι απαραίτητη.

2. Στη διάθεση των φοιτητών του μαθήματος θα υπάρχει ένα ολοκληρωμένο πακέτο προαιρετικών άρθρων σχετικών με θέματα της ύλης του μαθήματος. Τα άρθρα διανέμονται κατά την διάρκεια των διαλέξεων.

3. Ηλεκτρονική ενημέρωση. Η δια αποστάσεως ενημέρωση καθώς και επικοινωνία των φοιτητών με τον διδάσκοντα ολοκληρώνεται με τη βοήθεια της ιστοσελίδας του διδάσκοντα και κυρίως μέσω της εφαρμογής του ηλεκτρονικού λογισμικού εκπαίδευσης.

Οι φοιτητές αναμένεται να είναι εξοικειωμένοι με τη διδακτέα ύλη που θα αναλύεται σε κάθε διάλεξη του μαθήματος. Στόχος κάθε διάλεξης είναι η αποτελεσματικότερη κατανόηση και εμπάθυνση της διδακτέας ύλης.

Η προετοιμασία αφορά και τα θέματα συζήτησης των Cases όταν αυτά ενσωματώνονται στην διάλεξη της ημέρας. Στην περίπτωση αυτή σε κάθε συνάντηση, δύο ομάδες φοιτητών θα είναι υπεύθυνες για το ξεκίνημα της συζήτησης του Case, υποδυόμενες δύο αντίστοιχες ομάδες Συμβούλων Επιχειρήσεων, οι οποίοι απαντούν σε ερωτήσεις που θέτουν οι υπόλοιποι συμμετέχοντες.

Ο διδάσκων τελικά συντονίζει και υποκινεί ολόκληρη την τάξη, προκειμένου να αναδειχθούν οι βασικές έννοιες του Case.

Ομάδες φοιτητών (έως 3 μέλη) θα αναπτύξουν ένα ετήσιο σχέδιο MKT για κάποιο υπάρχον προϊόν ή υπηρεσία. Η κάθε ομάδα μπορεί να επιλέξει τη συγκεκριμένη επιχείρηση και μάρκα του προϊόντος για το οποίο θα αναπτυχθεί το σχέδιο MKT. Μέχρι την 3η εβδομάδα των μαθημάτων η κάθε ομάδα θα πρέπει να υποβάλλει μια συγκεκριμένη πρόταση (proposal) για την επιλογή της.

Επίσης ο κάθε φοιτητής θα αναλάβει την γραπτή ανάλυση ενός case ή άρθρου που θα δοθεί από τον διδάσκοντα π.χ. το case Παραρτήματος. Η βιβλιογραφία και αρθρογραφία να είναι σύγχρονη και να εμπλουτίζει το case όσον αφορά την ερμηνεία και υποστήριξη των απόψεών σας σχετικά με τον Σχεδιασμό Στρατηγικών Μάρκετινγκ. Συστήνεται για λόγους επίκαιρης και γρήγορης αναζήτησης των πηγών αναφορών, η χρήση των ηλεκτρονικών πηγών που διαθέτει η Βιβλιοθήκη του Πανεπιστημίου.

(4) ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	ΠΡΟΣΩΠΟ ΜΕ ΠΡΟΣΩΠΟ, ΕΞ ΑΠΟΣΤΑΣΕΩΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ									
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Χρήση Η/Υ, πολυμεσικών εφαρμογών και χρήσης Διαδικτύου (πλατφόρμες εκπαιδευτικού υλικού και επικοινωνίας, comprus & openeclass κ.ά)									
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου								
	Διαλέξεις	39 ώρες								
	Ασκήσεις στο eclass	5 ώρες								
	Συγγραφή εργασιών και βελτιώσεις	15 ώρες								
	Σύνολο Μαθήματος	59 ώρες								
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	<p>Η διαδικασία</p> <p>Οι διδάσκοντες ακολουθούν μεθόδους παραδόσεων των θεωρητικών εννοιών με την χρήση παραδειγμάτων καθώς και της μελέτης περιπτώσεων (case studies) προς ανάλυση συγκεκριμένων θεμάτων. Η συμμετοχή και η ανταλλαγή απόψεων θεωρούνται αναγκαίες για την επίτευξη των εκπαιδευτικών στόχων. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην προετοιμασία και παρουσίαση εργασιών, γιατί η αποτελεσματικότητα της μάθησης με αυτενέργεια του μεταπτυχιακού φοιτητή/τριας θεωρείται αναμφισβήτητη.</p> <p>Αξιολόγηση</p> <table><tr><td>Συμμετοχή:</td><td>5%</td></tr><tr><td>Case (εκπαιδευτικό):</td><td>10%</td></tr><tr><td>Εξετάσεις:</td><td>50%</td></tr><tr><td>Ομαδική εργασία (MarketingPlan):</td><td>35%</td></tr></table> <p>Οι μεταπτυχιακοί φοιτητές/τριες υποστηρίζονται από την ασύγχρονη πλατφόρμα openeclass όσον αφορά την περιγραφή του τρόπου ανάπτυξης εργασιών, των διαλέξεων και της παρακολούθησής τους, των ανακοινώσεων σχετικά με θέματα όπως εξετάσεις, την ύλη εξετάσεων κ.ά</p>		Συμμετοχή:	5%	Case (εκπαιδευτικό):	10%	Εξετάσεις:	50%	Ομαδική εργασία (MarketingPlan):	35%
Συμμετοχή:	5%									
Case (εκπαιδευτικό):	10%									
Εξετάσεις:	50%									
Ομαδική εργασία (MarketingPlan):	35%									

(5) ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:

- Σιώμκος Γ. (2018), *Στρατηγική Μάρκετινγκ* Εκδοτικός Οργανισμός Broken Hill Publ. Ltd, Κύπρος.

- Ενδεικτική Βιβλιογραφία

1. The Blue Ocean Strategy - by W. Chan Kim & Renee Mauborgne
2. The 22 Immutable Laws of Marketing - by Al Ries & Jack Trout
3. Epic Content Marketing: - by Joe Pulizzi
4. Blue Ocean Shift - by W. Chan Kim & Renee Mauborgne
5. Purple Cow: Transform Your Business by Being Remarkable - by Seth Godin
6. The Pizza Guide to Digital Marketing - by Christian Farioli
7. Top of Mind - by John Hall
8. Positioning - by Al Ries & Jack Trout
9. Permission Marketing - by Seth Godin
10. Quantum Marketing - by Raja Rajamannar
11. What Customers Crave - by Nicholas J. Webb
12. Marketing Plan Template & Example - by Alex Genadinik
13. Digital Marketing Strategy - by Simon Kingsnorth
14. Marketing Strategy: The Thinking Involved - by Mark E. Hill

- Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- *Journal of Strategic Marketing*
- *Marketing Management Journal*
- *Journal of Global Marketing*
- *Journal of Business Strategies*
- *Journal of International Marketing*
- *Industrial Marketing Management*

19. ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

(1) ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	Επιστημών Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΤΜΗΜΑ	Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Μεταπτυχιακό		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΕΟ206	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Α΄, Β΄
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Διαλέξεις, Εργασία, Παρουσίαση	3	6	
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ:	Ειδικού υπόβαθρου / Επιλογής		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	Όχι		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	Όχι		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	https://openeclass.uom.gr/courses/INTER1108/		

(2) ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<p>Το μάθημα μελετά και αναλύει τον καταναλωτή ως “αποφασίζοντα”. Έμφαση δίδεται στις στρατηγικές επιπτώσεις των ψυχολογικών και κοινωνικών επιδράσεων που δέχεται ο καταναλωτής στη διάρκεια της διαδικασίας λήψης αποφάσεων. Η κατανόηση της συμπεριφοράς του καταναλωτή χρησιμοποιείται από τα σύγχρονα στελέχη του μάρκετινγκ στο σχεδιασμό στρατηγικών προγραμμάτων μάρκετινγκ καθώς και στον επιτυχημένο σχεδιασμό και προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών.</p> <p>Οι ενότητες που εξετάζονται στο μάθημα περιλαμβάνουν: την διαδικασία λήψης αποφάσεων, την επεξεργασία πληροφοριών, την αντίληψη, την προσήλωση στην μάρκα, την ανάμιξη με το προϊόν, την μέτρηση και αλλαγή στάσεων, τις διαπροσωπικές επιδράσεις στην συμπεριφορά του καταναλωτή, την αγοραστική συμπεριφορά και επιλογή καταστήματος, και τέλος τις εφαρμογές τμηματοποίησης της αγοράς, την τοποθέτηση και προβολή προϊόντων.</p>
Γενικές Ικανότητες
<p>Σκοπός του μαθήματος</p> <p>Το μάθημα είναι σχεδιασμένο με στόχο: α) να χτίσει ένα θεωρητικό περίγραμμα της συμπεριφοράς του καταναλωτή και β) να βοηθήσει στην καλύτερη κατανόηση του καταναλωτή και των εφαρμογών του γνωστικού αντικείμενου της συμπεριφοράς καταναλωτή στη στρατηγική διοίκηση μάρκετινγκ.</p> <p>Ο μεταπτυχιακός φοιτητής/τρια συνεισφέρει με τον τρόπο αυτό στην ενίσχυση του ομαδικού πνεύματος στην τάξη εξοικειώνοντας τον εαυτό του παράλληλα σε θέματα ομαδικού συντονισμού και αποπεράτωσης ενός έργου, παράλληλα ενισχύει το υπόβαθρο των μεταπτυχιακών φοιτητών/τριών σε θέματα λήψης αποφάσεων που αφορούν την ανάλυση Ζήτησης και πιο συγκεκριμένα την Συμπεριφορά Καταναλωτή και την παραγωγή νέων ερευνητικών ιδεών και την περιγραφή των νέων τάσεων χρήσης ψηφιακών τεχνολογιών στη διαδικασία ερμηνείας της καταναλωτικής συμπεριφοράς.</p>

(3) ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

α) Κατά τη διάρκεια του μαθήματος προβλέπεται και ενθαρρύνεται η πρακτική προσέγγιση διαφόρων ενοτήτων και θεμάτων από στελέχη επιχειρήσεων που σχετίζονται άμεσα με το αντικείμενο της Συμπεριφοράς του Καταναλωτή και της Στρατηγικής Μάρκετινγκ λόγω της θέσης που κατέχουν στον επαγγελματικό τους χώρο. Ιδιαίτερη βαρύτητα θα δοθεί κατά τη διάρκεια των μαθημάτων στην ανάπτυξη και ανάλυση Μελετών Περιπτώσεων - Διερεύνησης Προβλημάτων (Case Studies). Κάθε συνάντηση θα περιλαμβάνει Ανάλυση Περίπτωσης, συζήτηση, ερωτήσεις καθώς και άλλα άμεσα θέματα που ενδιαφέρουν την τάξη.

Οι φοιτητές καλούνται να είναι προετοιμασμένοι σε κάθε συνάντηση για να συζητήσουν την Ανάλυση Περίπτωσης (case study) της εβδομάδος. Η ανάθεση της Ανάλυσης Περίπτωσης (case study) προς συζήτηση θα γίνεται τουλάχιστον μια εβδομάδα πριν την ορισθείσα προς συζήτηση ημερομηνία.

β) Η συστηματική και ενεργή παρακολούθηση και η συμμετοχή στις συζητήσεις του μαθήματος είναι απαραίτητη. Ποιοτικά σχόλια βελτιώνουν και προωθούν την κατανόηση εννοιών και δεδομένων καταστάσεων.

γ) Η τελική γραπτή εξέταση θα καλύπτει όλη την ύλη του μαθήματος (εκτός αν ανακοινωθεί διαφορετικά) και θα περιλαμβάνει τα εξής: Ερωτήσεις πολλαπλών επιλογών, Σύντομες ή/και εκτενέστερες εκθέσεις (essays), μία ή και περισσότερες Αναλύσεις Περιπτώσεων (case studies).

δ) Η κάθε ανάλυση-παρουσίαση της δομής εργασίας πρέπει να είναι σε μορφή αρχείου ppt. Οι παρουσιάσεις έχουν προγραμματισθεί για τις εβδομάδες 8, 9, 10.

ε) Η ομαδική εργασία στην τελική της μορφή πρέπει να είναι δακτυλογραφημένη (σελίδες κειμένου, 1 1/2 διάστιχο, Times New Roman 12, 3000-5000 λέξεις) με όσες επιπλέον σελίδες με πίνακες, σχεδιαγράμματα κρίνεται απαραίτητο από την ομάδα. Η παράδοσή της είναι προγραμματισμένη για την εβδομάδα 12.

στ) Πρόσθετες πληροφορίες για την εκπόνηση των εργασιών στα αρχεία «οδηγίες συγγραφής Ομαδικής Εργασίας» και «Οδηγίες παρουσίασης Δομής Ομαδικής Εργασίας» που θα τα βρείτε στη θέση Έγγραφα / help-ergasies / OMADIKH_ergasia

ζ) Η εγγραφή των φοιτητών στην ιστοσελίδα του μαθήματος είναι απαραίτητη openeclass.uom.gr. Εκεί θα βρείτε διάφορα πακέτα άρθρων, τις διαλέξεις σε μορφή pdf, καθώς και υλικό και οδηγίες για την εκπόνηση των εργασιών.

(4) ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ.	ΠΡΟΣΩΠΟ ΜΕ ΠΡΟΣΩΠΟ & ΕΞ ΑΠΟΣΤΑΣΕΩΣ	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Χρήση Η/Υ, πολυμεσικών εφαρμογών και χρήσης Διαδικτύου (πλατφόρμα openeclass κ.ά)	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39 ώρες
	Ασκήσεις στο eclass	5 ώρες
	Συγγραφή εργασιών και βελτιώσεις	15 ώρες
	Σύνολο Μαθήματος	59 ώρες

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	<p>Η διαδικασία</p> <p>Οι διδάσκοντες ακολουθούν μεθόδους παραδόσεων των θεωρητικών εννοιών με την χρήση παραδειγμάτων καθώς και της μελέτης περιπτώσεων (case studies) προς ανάλυση συγκεκριμένων θεμάτων. Η συμμετοχή και η ανταλλαγή απόψεων θεωρούνται αναγκαίες για την επίτευξη των εκπαιδευτικών στόχων. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην προετοιμασία και παρουσίαση εργασιών, γιατί η αποτελεσματικότητα της μάθησης με αυτενέργεια του μεταπτυχιακού φοιτητή/τριας θεωρείται αναμφισβήτητη.</p> <p>Αξιολόγηση σπουδαστών</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Παρουσίαση της δομής της εργασίας (10%) 2. Συγγραφή και παρουσίαση ομαδικής εργασίας (40%) 3. Τελικές εξετάσεις (50%) <p>Οι μεταπτυχιακοί φοιτητές/τριες υποστηρίζονται από την ασύγχρονη πλατφόρμα openeclass όσον αφορά την περιγραφή του τρόπου ανάπτυξης εργασιών, των διαλέξεων και της παρακολούθησής τους, των ανακοινώσεων σχετικά με θέματα όπως εξετάσεις, την ύλη εξετάσεων κ.ά</p>
----------------------------	---

ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:

Ενδεικτική Βιβλιογραφία

- Σιώμκος Γ. (2016), *Συμπεριφορά Καταναλωτή*, Εκδοτικός Οργανισμός Λιβάνη ΑΒΕ, Αθήνα..
- Σιώμκος Γ. (2011), *Συμπεριφορά Καταναλωτή & Στρατηγική Μάρκετινγκ*, Εκδόσεις Α. Σταμούλης (3η έκδοση).
- Μπάλτας, Γ. & Παπασταθοπούλου Πολίνα (2011) *Συμπεριφορά Καταναλωτή: Αρχές – Στρατηγικές – Εφαρμογές*, Εκδόσεις Rosili, Αθήνα
- Churchill, G.A. (1995) *Marketing Research: Methodological Foundation*, Dryden Press, USA (6th).
- Hawkins, D.I., R.J. Best & K.A. Coneyth(2004) *Consumer Behavior Building Marketing Strategy*, McGraw-Hill/Irwin (9 ed.), ISBN: 0072865490
- Peter J.P. & J.C. Olson (2004), *Consumer Behaviour & Marketing Strategy*, International edition (7th), NY, USA: McGraw-Hill/Irwin (7th ed.).
- Peter P.J., Olson J., Grunert G.K., 1999, *Consumer Behavior and Marketing Strategy*, European Edition, McGraw Hill
- Schiffman L., Bednall D., Cowley E., O’Cass A., Watson J., Kanuk L., 2001, *Consumer Behavior*, 2nd Edition, Prentice Hall.
- Solomon M., Bamossy G., Askegaard S., 2002, *Consumer Behavior: A European Perspective*, 2nd Edition, Financial Times, Prentice Hall.
- Solomon M.R. 2002, *Consumer Behavior*, International Edition, Prentice Hall
- Solomon, M. R. (1996) *Consumer Behavior*, Prentice Hall, International Editions, Εκδόσεις Σταμούλη ΑΕ, Αθήνα.

Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- *Advances in Consumer Research*
- *Journal of Consumer Behaviour*
- *Journal of Consumer Psychology*
- *Journal of Consumer Research*
- *Psychology and Marketing*

20. ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΒΕΛΤΙΩΣΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΑΝΘΡΩΠ. ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ

(1) ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	Σχολή Επιστημών Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΤΜΗΜΑ	Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Μεταπτυχιακό		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΕΟ317	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Α΄ ή Β΄
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΒΕΛΤΙΩΣΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΑΝΘΡΩΠ. ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Διαλέξεις, Εργασία, Παρουσίαση	3	6	
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Ειδίκευσης		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΚΑΝΕΝΑ		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	ΕΛΛΗΝΙΚΗ		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

(2) ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<p>Στα πλαίσια του μαθήματος οι φοιτητές μέσω των διαλέξεων:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Αναγνωρίζουν, περιγράφουν, προσδιορίζουν και αναλύουν εξειδικευμένα θέματα που αφορούν τη Διοίκηση Ολικής Ποιότητας όπως η Ανθρώπινη πλευρά της Ποιότητας, τα Περιβαλλοντικά πρότυπα (ISO 14001 και EMAS), Επιθεωρήσεις Συστημάτων Ποιότητας, και Αξιοπιστία - Μέσω της εργασίας του μαθήματος αναλύουν και συνθέτουν μέσα από τη χρήση βιβλιογραφικών πηγών σύγχρονα θέματα που σχετίζονται με τη ΔΟΠ - Τέλος αντιλαμβάνονται και κατανοούν τη σημασία και τη σπουδαιότητα της ΔΟΠ στην αύξηση της ικανοποίησης των αναγκών του εσωτερικού και εξωτερικού πελάτη, στην βελτιστοποίηση των διεργασιών παραγωγής προϊόντων ή υπηρεσιών και το ρόλο των συστημάτων ποιότητας στη αποτελεσματικότητα και αποδοτικότητα του οργανισμού.
Γενικές Ικανότητες
<ul style="list-style-type: none"> - Οι φοιτητές στα πλαίσια του μαθήματος αναζητούν βιβλιογραφικές πηγές και πληροφορίες που αφορούν σύγχρονα θέματα της ΔΟΠ. - Δουλεύουν και συνεργάζονται μέσα σε ομάδες για την εκπόνηση των εργασιών του μαθήματος - Ζητείται από τους φοιτητές να τεκμηριώσουν τα αποτελέσματα της βιβλιογραφικής επισκόπησης αλλά και των συμπερασμάτων και προτάσεων που προκύπτουν από τις εργασίες τους. - Μέσω της συζήτησης και της εμπλοκής στις διαλέξεις οι φοιτητές έχουν τη δυνατότητα να εκφράσουν ελεύθερα τις απόψεις τους και να παράγουν μέσω του διαλόγου την ικανότητα της ενεργητικής ακοής αλλά και της κριτικής σκέψης.

(3) ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Σκοπός του μαθήματος είναι η εξοικείωση των φοιτητών με τις έννοιες της αξιοπιστίας, των συστημάτων περιβαλλοντικής διαχείρισης (ISO14001, EMAS, ISO 26000), των ελέγχων ποιότητας, του ρόλου του επιθεωρητή ποιότητας, της σχέσης ποιότητας και δυνατότητας αξιοποίησης του ανθρώπινου δυναμικού μέσω της εφαρμογής συστήματα ποιότητας και σύγχρονα εργαλεία ποιότητας.

1. Αξιοπιστία

- Ορισμοί αξιοπιστίας
- Χαρακτηριστικά Αξιοπιστίας
- Τεχνικές Αξιοπιστίας Αξιοπιστίας
- Δεδομένα αξιοπιστίας

2. Ποιότητα και Περιβάλλον

- Περιβαλλοντικά Θέματα και προτεραιότητες
- Περιβαλλοντική διαχείριση και έλεγχος – EMAS
- Περιβαλλοντικά Πρότυπα – ISO 14001, ISO 26000

3. Επιθεώρηση Συστημάτων Ποιότητας

- Περιγραφή και Ανάλυση των κύριων Προτύπων
- Είδη Ποιοτικού Ελέγχου – Ρόλος Επιθεωρητή/ Ελεγκτή Ποιότητας
- Προετοιμασία και Διαχείριση Επιθεωρήσεων
- Επιθεώρηση Εκτέλεση και Αξιολόγηση

4. Σύγχρονα Εργαλεία Ποιότητας

- Six Sigma
- Lean Six Sigma

5. Ποιότητα και Αξιοποίηση Ανθρώπινου Δυναμικού

- Διαχείριση Ανθρώπινου Δυναμικού (Διαχείριση Προσωπικού)
- Συμμετοχή Εργαζομένων
- Εκπαίδευση και Κατάρτιση Εργαζομένων
- Αξιολόγηση Απόδοσης και Αναγνώριση Εργαζομένων
- Ικανοποίηση και Αναβάθμιση της ποιότητας ζωής των εργαζομένων
- Επιχειρηματική ηθική

(4) ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	ΠΡΟΣΩΠΟ ΜΕ ΠΡΟΣΩΠΟ, ΕΞ ΑΠΟΣΤΑΣΕΩΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Χρήση νέων τεχνολογιών (παρουσιάσεις ppt, χρήση εκπαιδευτικών videos), υλικό στη βάση eclass για την βελτίωση της αμεσότητας και την καλύτερη κατανόηση του περιεχομένου του μαθήματος από τους φοιτητές.	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39 ώρες
	Εργαστηριακή Άσκηση	26 ώρες
	Διαδραστική διδασκαλία	25 ώρες
	Συγγραφή εργασίας	30 ώρες
	Παρουσίαση εργασίας	20 ώρες
	Μελέτη	20 ώρες
	Σύνολο Μαθήματος	160 ώρες
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	<ul style="list-style-type: none">- Γραπτή εργασία- Παρουσίαση γραπτής εργασίας στην τάξη- Τελικές εξετάσεις με ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής, ανάπτυξης και ανάλυση μελέτης περίπτωσης	

(5) ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Προτεινόμενη Βιβλιογραφία

- Dale, B & Cooper, C and Wilkinson, A. (1997) "Managing Quality & Human Resources. A guide to Continuous Improvement." Blackwell
- Dale, B & Cooper, C (1992) Total Quality & Human Resources. An Executives guide. Blackwell
- John Chopin (1991) Quality Through People. IFS Publications, UK
- Βελτίωση Ποιότητας. Γ. Τσιότρας, 1995, Εκδόσεις Μπένου
- Pfeffer J. (1994) Competitive advantage through people. Harvard Business School Press, Boston, MA
- Vouzas, F. (2004), "HR utilization and quality improvement: the reality and the rhetoric: the case of Greek industry", The TQM Magazine, Vol. 16 No. 2, pp. 12535
- Vouzas, F. and Gotazamani, K. (2005), "Best practices of selected Greek organizations on their road to business excellence: the contribution of the new ISO 9000:2000 series of standards", The TQM Magazine, Vol. 17 No. 3, pp. 25966
- Wilkinson, A., Allen, P. and Snape, E. (1991), "TQM and the management of labour", Employee Relations, Vol. 13 No. 1, pp. 2431
- Wright, P.M., McMahan, G.C., McCormick, A. and Sherman, W.S. (1998), "Strategy, core competence, and HR involvement as determinants of HR effectiveness and refinery performance", Human Resource Management, Vol. 37 No. 1, pp. 1729

21. ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΚΙΝΗΤΡΩΝ, ΑΜΟΙΒΩΝ ΚΑΙ ΣΤΑΔΙΟΔΡΟΜΙΑΣ

(1) ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	Επιστημών Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΤΜΗΜΑ	Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Μεταπτυχιακό		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΕΟ314	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Α' , Β'
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΚΙΝΗΤΡΩΝ, ΑΜΟΙΒΩΝ ΚΑΙ ΣΤΑΔΙΟΔΡΟΜΙΑΣ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ:	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Διαλέξεις, Εργασία, Παρουσίαση	3	6	
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ:	Ειδικού υποβάθρου		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΚΑΝΕΝΑ		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	ΕΛΛΗΝΙΚΗ ή/και ΑΓΓΛΙΚΗ		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	https://openeclass.uom.gr/courses/UNI220/		

(2) ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<p>Σκοπός του μαθήματος είναι η γνώση και εφαρμογή τεχνικών στη Διοίκηση Ανθρώπινων Πόρων συμμετέχοντας σε διαδραστική διδασκαλία με στελέχη επιχειρήσεων εξειδικευμένα σε εφαρμογές της Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού.</p> <p>Πιο συγκεκριμένα, με την ολοκλήρωση του μαθήματος αναμένεται ότι οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα ενισχύσουν την</p> <ul style="list-style-type: none"> • εξειδικευμένη γνώση στη Διοίκηση Ανθρώπινων Πόρων (ΔΑΠ) που να βασίζεται σε επιστημονικές εξελίξεις και εφαρμογές στη Διοίκηση Επιχειρήσεων και ειδικότερα στη <i>παρακίνηση εργαζομένων</i> με πρόσκληση για διαδραστική διδασκαλία στελέχους αναγνωρισμένου κύρους και μεγάλης εμπειρίας. • εξειδικευμένη γνώση στη Διοίκηση Ανθρώπινων Πόρων (ΔΑΠ) που να βασίζεται σε επιστημονικές εξελίξεις και εφαρμογές στη Διοίκηση Επιχειρήσεων και ειδικότερα σε <i>σύγχρονα συστήματα ανταμοιβών</i> των εργαζομένων με πρόσκληση για διαδραστική διδασκαλία στελέχους αναγνωρισμένου κύρους και μεγάλης εμπειρίας. • εξειδικευμένη γνώση στη Διοίκηση Ανθρώπινων Πόρων (ΔΑΠ) που να βασίζεται σε επιστημονικές εξελίξεις και εφαρμογές στη Διοίκηση Επιχειρήσεων και ειδικότερα σε <i>σύγχρονα συστήματα ανάπτυξης των εργαζομένων και διαχείριση ταλέντων</i> με πρόσκληση για διαδραστική διδασκαλία στελέχους αναγνωρισμένου κύρους και μεγάλης εμπειρίας.
Γενικές Ικανότητες
<p>Ανάπτυξη γενικών ικανοτήτων των φοιτητών</p> <ul style="list-style-type: none"> • να επιλέγουν τις κατάλληλες μεθόδους ανάλυσης με βάση τον ερευνητικό σχεδιασμό, τη φύση των δεδομένων και τα ερευνητικά ερωτήματα που σχετίζονται με αυτά • παραγωγή νέων ερευνητικών ιδεών • να αναγνωρίζουν τα προβλήματα που απαιτούν αντιμετώπιση μέσω εφαρμογής • αυτόνομη εργασία • ομαδική εργασία • εργασία σε διεθνές περιβάλλον • άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής • Προαγωγή της ελεύθερης και επαγωγικής σκέψης • Παραγωγή νέων ερευνητικών ιδεών

Ανάπτυξη Δεξιοτήτων των φοιτητών

- Να είναι σε θέση να αξιολογούν σύγχρονες επιστημονικές έρευνες της ΔΑΠ, με έμφαση συστήματα ανταμοιβών, κινήτρων και σταδιοδρομίας εργαζομένων.
- Ενίσχυση των επικοινωνιακών δεξιοτήτων με παρουσίαση ατομικών εργασιών σε κοινό
- Να εφαρμόζουν σύγχρονες θεωρίες και πρακτικές παρακίνησης, ανταμοιβής και ανάπτυξης σταδιοδρομίας των εργαζομένων της ΔΑΠ με κριτικό τρόπο στις μελέτες τους και στην εργασία τους

(3) ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΤΟΥ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. Παρακίνηση Εργαζομένων
2. Εφαρμογές Συστημάτων Παρακίνησης Εργαζομένων, Case Vegafactor.com
3. Σύγχρονες μέθοδοι επιλογής προσωπικού, Στέλεχος ICAP
4. Επαγγελματική Συνέντευξη Role Play, Στέλεχος Kleemann
5. Διαχείριση Ταλέντων : Επιλογή, Ανάπτυξη, Διατήρηση
6. Διαχείριση Ταλέντων και Ανάπτυξη Σταδιοδρομίας Προσωπικού, Netflix Case
7. Τεχνικές Αξιολόγησης Προσωπικού, Στέλεχος Human Value
8. Εφαρμογές Αξιολόγησης Προσωπικού σε Ελληνικές ΜΜΕ, Στέλεχος Human Value
9. Εφαρμογή Συστημάτων Ανταμοιβών, Στέλεχος Human Value
10. Σύγχρονα Συστήματα Ανταμοιβών, Walmart vs Costco case
11. Διαχείριση σταδιοδρομίας και Coaching
12. Διαχείριση σταδιοδρομίας και Mentoring

(4) ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ.	<ul style="list-style-type: none">• Δια ζώσης διδασκαλία ή/και εξ' αποστάσεως εκπαίδευση. Διαδραστική διδασκαλία με χρήση case study• Πρόσκληση μανατζερ στην αίθουσα για workshops και εφαρμογές• Παρουσίαση ατομικών εργασιών μέσα στην αίθουσα• Χρησιμοποιούνται το Power Point στη διδασκαλία και το email και Open Class στην επικοινωνία.• Όλο το εκπαιδευτικό υλικό, όπως διαφάνειες παραδόσεων, άρθρα και cases σχετικά με τα μαθήματα αναρτώνται στο openeclass
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	<ul style="list-style-type: none">• https://openeclass.uom.gr/• Στατιστικό πακέτο SPSS• Στατιστικό πακέτο SmartPLS

ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	<i>Δραστηριότητα</i>	<i>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου (ώρες)</i>
	Διαλέξεις και Τελική Εξέταση	36=3= 39 ώρες
	Μελέτη και ανάλυση βιβλιογραφίας/ 3 ώρες μελέτης για κάθε ώρα παράδοσης	36 X 3= 108
	Συγγραφή εργασιών	20 ώρες
	Σύνολο Μαθήματος	167 ώρες
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	<ul style="list-style-type: none"> • Εξέταση όλης της ύλης με ερωτήσεις σύντομης απάντησης (60% του βαθμού) • 2 γραπτές εργασίες (20%) • Δημόσια Παρουσίαση των εργασιών με PowerPoint (10%) • Συμμετοχή στην παράδοση του μαθήματος. Οι φοιτητές καλούνται να απαντήσουν σε ερωτήσεις κρίσεως κατά τη διάρκεια των διαλέξεων (10%) • Τα κριτήρια αξιολόγησης του μαθήματος είναι προσβάσιμα στους φοιτητές στη πλατφόρμα του Πανεπιστημίου openeclass. 	

(5) ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Βιβλιογραφία:

Milkovich, G. and Newman J. (2008) Compensation, 9th ed., New York, McGraw-Hill

Harvard Business Review Cases

Παρουσιάσεις προσκεκλημένων ομιλητών-στελεχών

Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

Human Resource Management, Leadership Quarterly, Personnel Review, International Journal of Human Resource Management, European Management Journal, Journal of Management Studies European Management Review, International Journal of Manpower.

22. ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ ΛΗΨΗΣ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ

(1) ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	Επιστημών Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΤΜΗΜΑ	Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Μεταπτυχιακό		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΕ0205	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Α', Β'
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ ΛΗΨΗΣ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ:	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Διαλέξεις, Εργασία, Παρουσίαση	3	6	
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ:	Ειδικού υπόβαθρου/ Επιλογής		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	Όχι		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνικά		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	Όχι		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	Στο e-Class		

(2) ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<p>Σκοπός του μαθήματος είναι η παρουσίαση διαφόρων τύπου πληροφοριακών συστημάτων και τεχνικών που βοηθούν στη λήψη αποφάσεων στο πολύπλοκο επιχειρηματικό περιβάλλον. Θα παρουσιαστούν παραδείγματα από διάφορα είδη Συστημάτων Υποστήριξης Αποφάσεων για την επίλυση προβλημάτων σε στρατηγικό, τακτικό ή καθημερινό επιχειρησιακό επίπεδο. Επίσης η εκμάθηση ειδικού λογισμικού για την εξοικείωση με μεθόδους πολυκριτήριας ανάλυσης αποφάσεων και εφαρμογή τους σε δεδομένα τα οποία προκύπτουν από το χώρο των επιχειρήσεων, του χρηματιστηρίου, του μάρκετινγκ, της έρευνας αγοράς κλπ. Τέλος θα γίνει και μία εισαγωγή στα έμπειρα συστήματα και το λογικό προγραμματισμό με την Prolog.</p>
Γενικές Ικανότητες
<ul style="list-style-type: none"> • Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών • Λήψη αποφάσεων • Αυτόνομη εργασία • Ομαδική εργασία • Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών

(3) ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

<ol style="list-style-type: none"> 1. Εισαγωγή στα Συστήματα Υποστήριξης Αποφάσεων και τα Συστήματα Επιχειρηματικής Ευφυΐας 2. Συστήματα Διαχείρισης Επιχειρησιακών Πόρων 3. Γεωγραφικά Συστήματα Πληροφοριών, Συστήματα Υποστήριξης Ομαδικών Αποφάσεων, Συστήματα διαχείρισης βάσεων δεδομένων και μοντέλων 4. Ευφυή Συστήματα Υποστήριξης Αποφάσεων 5. Διαχείριση Γνώσης 6. Εισαγωγή στα Νευρωνικά Δίκτυα 7. Εισαγωγή στα Έμπειρα Συστήματα και στην Prolog (I) 8. Προγραμματισμός με Prolog (II) 9. Προγραμματισμός με Prolog (III) 10. Εισαγωγή στην πολυκριτήρια μεθοδολογία αποφάσεων – εφαρμογή μεθοδολογ. TOPSIS με το MS Excel. 11. Πολυκριτήρια μεθοδολογία AHP – εφαρμογή με το MS Excel και το Expert Choice 12. Πολυκριτήρια μεθοδολογία PROMETHEE – εφαρμογή με το MS Excel και το Visual PROMETHEE

(4) ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ.	ΠΡΟΣΩΠΟ ΜΕ ΠΡΟΣΩΠΟ, ΕΞ ΑΠΟΣΤΑΣΕΩΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Εκτεταμένη, το μάθημα γίνεται σε εργαστήριο	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Εργαστηριακές Ασκήσεις	150
	Συγγραφή εργασίας	40
	Μελέτη & ανάλυση βιβλιογραφίας	10
	Σύνολο Μαθήματος	200
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	<p>Η αξιολόγηση του μαθήματος γίνεται στο τέλος του εξαμήνου, στο εργαστήριο. Οι φοιτητές καλούνται να αναπτύξουν ασκήσεις σε MS Excel και/ή Visual PROMETHEE, Expert Choice, PROLOG και παραδίδουν στο τέλος της εξέτασης ένα φάκελο που περιέχει τα αρχεία με τις απαντήσεις τους. Οι φοιτητές ενημερώνονται κατά τη διάρκεια του μαθήματος για την διαδικασία της αξιολόγησής τους και είναι ελεύθεροι να δουν το αρχείο που παρέδωσαν μετά το πέρας της εξετάσεως, ύστερα από συνεννόηση με τον διδάσκοντα. Επίσης λαμβάνεται υπόψη στην τελική βαθμολογία και η επίδοσή τους σε εργασία που αναλαμβάνουν κατά τη διάρκεια του εξαμήνου.</p>	

(5) ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:

- Γιάννης Σίσκος, «Μοντέλα Αποφάσεων», Εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών, Αθήνα, 2008.
- Νικόλαος Ματσατσίνης, «Συστήματα Υποστήριξης Αποφάσεων», Εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών, Αθήνα, 2010.
- Max Bramer, "Logic Programming with Prolog", Springer, US, 2005
- W.F. Clocksin, C.S.Mellish, "Programming in Prolog", Springer-Verlag, Berlin Heidelberg, 2003. (5th ed.)
- F. Burstein, C. Holsapple, (Eds.), "Handbook on Decision Support Systems 1: Basic Themes", Springer-Verlag, Berlin Heidelberg, 2008.
- F. Burstein, C. Holsapple, (Eds.), "Handbook on Decision Support Systems 2: Variations", Springer-Verlag, Berlin Heidelberg, 2008
- Jason Papathanasiou and Nikolaos Ploskas. "Multiple Criteria Decision Aid. Methods, Examples and Python Implementations". Series: Springer Optimization and Its Applications, Volume 136, hardcover ISBN: 978-3-319-91646-0, 190 pages, Springer 2018.

- Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- European Journal of Operational Research (Elsevier)
- Decision Support Systems (Elsevier)
- International Journal of Multicriteria Decision Making (Inderscience)
- Operational Research (Springer)