



Γενική Γραμματεία
Διά Βίου Μάθησης
& Νέας Γενιάς

Οδηγός
Σπουδών

**Ειδικότητα : Στέλεχος Εμπορίας,
Διαφήμισης και Προώθησης
Προϊόντων (Marketing)**

Κωδικός: 22-01-08-1



Ι.Ε.Κ.

Ινστιτούτο
Επαγγελματικής
Κατάρτισης

Έκδοση: Α΄, Απρίλιος 2017

Περιεχόμενα

1. Γενικές Πληροφορίες.....	3
1.1. Ονομασία Ειδικότητας.....	3
1.2. Ομάδα Προσανατολισμού	3
1.3. Προϋποθέσεις εγγραφής.....	3
1.4. Διπλώματα – Βεβαιώσεις – Πιστοποιητικά.....	3
1.5. Διάρκεια Σπουδών	4
1.6. Εθνικό Πλαίσιο Προσόντων	4
1.7. Πιστωτικές Μονάδες	4
1.8. Σχετική Νομοθεσία	4
2. Σύντομη Περιγραφή Επαγγελματικών Δραστηριοτήτων (Προφίλ Επαγγέλματος).....	5
3. Αναλυτική Περιγραφή των Μαθησιακών Αποτελεσμάτων (Απαραίτητες Γνώσεις, Δεξιότητες και Ικανότητες για τη συγκεκριμένη ειδικότητα).....	6
3.1. Γενικές Γνώσεις, Δεξιότητες και Ικανότητες.....	6
3.2. Επαγγελματικές Γνώσεις, Δεξιότητες και Ικανότητες	7
4. Αντιστοιχίσεις Ειδικότητας.....	8
5. Κατατάξεις.....	8
6. Πρόγραμμα Κατάρτισης	9
6.1.Ωρολόγιο Πρόγραμμα	9
6.2. Αναλυτικό Πρόγραμμα	10
Μαθήματα	10
Α΄ Εξάμηνο – Ώρες-Μαθησιακά Αποτελέσματα – Περιεχόμενο.....	10
Β΄ Εξάμηνο – Ώρες-Μαθησιακά Αποτελέσματα – Περιεχόμενο.....	18
Γ΄ Εξάμηνο – Ώρες-Μαθησιακά Αποτελέσματα – Περιεχόμενο	26
Δ΄ Εξάμηνο – Ώρες-Μαθησιακά Αποτελέσματα – Περιεχόμενο.....	36
Πρακτική Άσκηση ή Μαθητεία	45
7. Μέθοδοι Διδασκαλίας, Μέσα Διδασκαλίας, Εξοπλισμός, Εκπαιδευτικό Υλικό	46
8. Προδιαγραφές Εργαστηρίων & Εργαστηριακός Εξοπλισμός	47
9. Οδηγίες για τις εξετάσεις Προόδου και Τελικές	48
10.Οδηγίες για τις Εξετάσεις Πιστοποίησης.....	49
11.Υγιεινή και Ασφάλεια κατά τη διάρκεια της Κατάρτισης.....	49
12. Προσόντα Εκπαιδευτών.....	50
13. Παραπομπές	54

1. Γενικές Πληροφορίες

Ο παρών Οδηγός Σπουδών αφορά στην ειδικότητα «**Στέλεχος Εμπορίας, Διαφήμισης και Προώθησης Προϊόντων (Marketing)**» της αρχικής επαγγελματικής κατάρτισης που παρέχεται στα Ινστιτούτα Επαγγελματικής Κατάρτισης (Ι.Ε.Κ.) του Ν. 4186/2013 «Αναδιάρθρωση της Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης και λοιπές διατάξεις» (Φ.Ε.Κ. Α' 193/17-9-2013), όπως εκάστοτε ισχύει, σε αποφοίτους δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης και αποφοίτους Σ.Ε.Κ.

1.1. Ονομασία Ειδικότητας

«**Στέλεχος Εμπορίας, Διαφήμισης και Προώθησης Προϊόντων (Marketing)**»

1.2. Ομάδα Προσανατολισμού

Η ειδικότητα ανήκει στον Τομέα: «**Διοίκησης και Οικονομίας**»

και στην Ομάδα Προσανατολισμού: «**Διοίκησης και Οικονομίας**».

1.3. Προϋποθέσεις εγγραφής

Προϋπόθεση εγγραφής των ενδιαφερομένων στην ειδικότητα «**Στέλεχος Εμπορίας, Διαφήμισης και Προώθησης Προϊόντων (Marketing)**» των Ι.Ε.Κ., είναι να είναι κάτοχοι απολυτηρίων τίτλων, δομών της μη υποχρεωτικής δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, ως ακολούθως : Γενικό Λύκειο (ΓΕΛ), Τεχνικό Επαγγελματικό Λύκειο (ΤΕΛ), Ενιαίο Πολυκλαδικό Λύκειο (ΕΠΛ), Τεχνικό Επαγγελματικό Εκπαιδευτήριο (ΤΕΕ) Β' Κύκλου σπουδών, Επαγγελματικό Λύκειο (ΕΠΑΛ), Επαγγελματική Σχολή (ΕΠΑΣ), Σχολή Επαγγελματικής Κατάρτισης (ΣΕΚ). Οι γενικές προϋποθέσεις εγγραφής στα ΙΕΚ ρυθμίζονται στην Υ.Α. 5954 «Κανονισμός Λειτουργίας Ινστιτούτων Επαγγελματικής Κατάρτισης (ΙΕΚ) που υπάγονται στη Γενική Γραμματεία Διά Βίου Μάθησης (Γ.Γ.Δ.Β.Μ.)».

1.4. Διπλώματα - Βεβαιώσεις - Πιστοποιητικά

Οι απόφοιτοι της ειδικότητας «**Στέλεχος Εμπορίας, Διαφήμισης και Προώθησης Προϊόντων (Marketing)**» μετά την επιτυχή ολοκλήρωση της κατάρτισής τους στο Ι.Ε.Κ., λαμβάνουν Βεβαίωση Επαγγελματικής Κατάρτισης (Β.Ε.Κ.) και μετά την επιτυχή συμμετοχή τους στις εξετάσεις πιστοποίησης αρχικής επαγγελματικής κατάρτισης που διενεργεί ο Ε.Ο.Π.Π.Ε.Π. λαμβάνουν **Δίπλωμα Επαγγελματικής Ειδικότητας Εκπαίδευσης και Κατάρτισης επιπέδου 5**. Οι απόφοιτοι των ΙΕΚ οι οποίοι πέτυχαν στις εξετάσεις πιστοποίησης αρχικής επαγγελματικής κατάρτισης που διενεργεί ο Ε.Ο.Π.Π.Ε.Π. μέχρι την έκδοση του διπλώματος λαμβάνουν Βεβαίωση Πιστοποίησης Επαγγελματικής Κατάρτισης.

1.5. Διάρκεια Σπουδών

Η φοίτηση στα Ι.Ε.Κ. είναι πέντε (5) συνολικά εξαμήνων, επιμερισμένη σε τέσσερα (4) εξάμηνα θεωρητικής και εργαστηριακής κατάρτισης συνολικής διάρκειας έως 1.200 διδακτικές ώρες ειδικότητας, σύμφωνα με τα εγκεκριμένα προγράμματα σπουδών και σε ένα εξάμηνο Πρακτικής Άσκησης ή Μαθητείας, συνολικής διάρκειας 960 ωρών.

1.6. Εθνικό Πλαίσιο Προσόντων

Το «Εθνικό Πλαίσιο Προσόντων» κατατάσσει τους τίτλους σπουδών που αποκτώνται στη χώρα σε 8 Επίπεδα. Το Δίπλωμα Επαγγελματικής Ειδικότητας, Εκπαίδευσης και Κατάρτισης που χορηγείται στους αποφοίτους ΙΕΚ μετά από πιστοποίηση, αντιστοιχεί στο 5^ο από τα 8 επίπεδα.

Οι υπόλοιποι τίτλοι σπουδών που χορηγούν τα ελληνικά εκπαιδευτικά ιδρύματα κατατάσσονται στα εξής επίπεδα:

- Επίπεδο 1: Απολυτήριο Δημοτικού.
- Επίπεδο 2: Απολυτήριο Γυμνασίου.
- Επίπεδο 3: Πτυχίο Επαγγελματικής Ειδικότητας που χορηγούν οι Σχολές Επαγγελματικής Κατάρτισης (ΣΕΚ).
- Επίπεδο 4: Απολυτήριο Γενικού Λυκείου. Πτυχίο ΕΠΑΣ. Απολυτήριο Επαγγελματικού Λυκείου και Πτυχίο Επαγγελματικής Ειδικότητας που χορηγείται στους αποφοίτους της Γ' τάξης των ΕΠΑΛ.
- Επίπεδο 5: Πτυχίο Επαγγελματικής Ειδικότητας Εκπαίδευσης και Κατάρτισης που χορηγείται στους αποφοίτους της Τάξης Μαθητείας των ΕΠΑ.Λ. μετά από πιστοποίηση.
- Επίπεδο 6: Πτυχίο Ανώτατης Εκπαίδευση (Πανεπιστημίου και ΤΕΙ).
- Επίπεδο 7: Μεταπτυχιακό Δίπλωμα Ειδίκευσης.
- Επίπεδο 8: Διδακτορικό Δίπλωμα.

1.7. Πιστωτικές Μονάδες

Θα συμπληρωθεί όταν εκπονηθεί το εθνικό σύστημα πιστωτικών μονάδων για την επαγγελματική εκπαίδευση και κατάρτιση.

1.8. Σχετική Νομοθεσία

1. Ν. 3879/2010 «Ανάπτυξη της Δια Βίου Μάθησης και λοιπές διατάξεις» (Φ.Ε.Κ. Α' 163 /21-09-2010), όπως εκάστοτε ισχύει.
2. Ν. 4186/2013 «Αναδιάρθρωση της Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης και λοιπές διατάξεις» (Φ.Ε.Κ. Α' 193/17-9-2013), όπως εκάστοτε ισχύει.
3. Υ.Α. 5954(Φ.Ε.Κ. Β'1807/2-7-2014) «Κανονισμός Λειτουργίας Ινστιτούτων Επαγγελματικής Κατάρτισης (Ι.Ε.Κ.) που υπάγονται στη Γενική Γραμματεία Δια Βίου Μάθησης (Γ.Γ.Δ.Β.Μ.)».

2. Σύντομη Περιγραφή Επαγγελματικών Δραστηριοτήτων (Προφίλ Επαγγέλματος)

Επαγγελματικό περίγραμμα ειδικότητας

Ο απόφοιτος των ΙΕΚ ειδικότητας «**Στέλεχος Εμπορίας, Διαφήμισης και Προώθησης Προϊόντων (Marketing)**» με τις εξειδικευμένες γνώσεις και δεξιότητες που έχει αποκτήσει κατά την εκπαίδευσή του, εφαρμόζει την επιστήμη και τις τεχνικές του Marketing για να υλοποιήσει αποτελεσματικά τα προγράμματα και τις αποφάσεις των ανωτέρων στελεχών που αναφέρονται στο σχεδιασμό και ανάπτυξη προϊόντων, στην προώθηση και προβολή τους καθώς και στην επιλογή και ανάπτυξη των δικτύων διανομής και διάθεσης των προϊόντων. Απασχολείται σε Τμήματα ή Διευθύνσεις της εμπορικής λειτουργίας, των επιχειρήσεων του δημοσίου ή ιδιωτικού τομέα.

Τομείς Απασχόλησης

Το Στέλεχος Εμπορίας, Διαφήμισης και Προώθησης Προϊόντων (Marketing) απασχολείται κατά κανόνα σε Τμήματα ή Διευθύνσεις της εμπορικής λειτουργίας, των επιχειρήσεων του δημοσίου ή ιδιωτικού τομέα και σε διαφημιστικές εταιρείες. Ειδικότερα, το Στέλεχος Εμπορίας, Διαφήμισης και Προώθησης Προϊόντων (Marketing), μπορεί να εργαστεί είτε ως μισθωτός είτε ως ελεύθερος επαγγελματίας σε:

- Εμπορικές και βιομηχανικές επιχειρήσεις
- Εταιρείες παροχής υπηρεσιών (ξενοδοχεία, τουριστικά γραφεία, εταιρείες τηλεπικοινωνιών, νοσοκομεία, εκπαιδευτήρια, εταιρείες consulting, κ.ά.)
- Τράπεζες
- Δημόσιες επιχειρήσεις και οργανισμούς
- Μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς
- Διαφημιστικές εταιρείες, εταιρείες δημοσίων σχέσεων, ερευνών αγοράς και δημοσκοπήσεων
- Media shops
- Εφημερίδες και περιοδικά, ραδιόφωνο, τηλεόραση
- Εταιρείες web design και e-commerce

Επαγγελματικά Προσόντα

Τα ειδικά επαγγελματικά προσόντα του αποφοίτου της ειδικότητας συνίστανται στα ακόλουθα:

- χειρίζεται εξοπλισμό γραφείου σύγχρονης τεχνολογίας
- πραγματοποιεί έρευνες marketing (συλλέγει, μελετά και επεξεργάζεται τα πρωτογενή στοιχεία και πληροφορίες που αφορούν τον καταναλωτή, τον προμηθευτή, τον ανταγωνισμό, τους μεσολαβητές, τα διαφημιστικά μέσα και την αποτελεσματικότητά τους κλπ)
- αναλύει την κίνηση της αγοράς και προβλέπει τον όγκο πωλήσεων
- πραγματοποιεί ελέγχους σχετικούς με τις πωλήσεις, τους πωλητές και τις μεθόδους πωλήσεων
- συμμετέχει στις διαδικασίες σχεδιασμού, εισαγωγής και ανάπτυξης νέου προϊόντος στην αγορά
- συγκεντρώνει στοιχεία για τις πωλήσεις, το κέρδος και τις επενδύσεις

- συμμετέχει στη διαδικασία τιμολόγησης του προϊόντος
- συνεργάζεται με τους ειδικούς για τη διαφήμιση, προβολή και προώθηση των προϊόντων
- εφαρμόζει τεχνικές προώθησης των πωλήσεων
- εφαρμόζει πρακτικές δημοσίων σχέσεων για την προώθηση του κύρους του οργανισμού
- πραγματοποιεί πωλήσεις τελικού προϊόντος.

Επαγγελματικά Καθήκοντα

Τα επαγγελματικά καθήκοντα του αποφοίτου της ειδικότητας είναι τα ακόλουθα:

- Υποστηρίζει ή/και διαχειρίζεται τη Διοικητική λειτουργία του Οργανισμού.
- Εφαρμόζει την επιστήμη και τις τεχνικές του Marketing για να υλοποιήσει αποτελεσματικά τα προγράμματα και τις αποφάσεις των ανωτέρων στελεχών που αναφέρονται στο σχεδιασμό και ανάπτυξη προϊόντων.
- Εφαρμόζει την επιστήμη και τις τεχνικές του Marketing για να υλοποιήσει αποτελεσματικά τα προγράμματα και τις αποφάσεις των ανωτέρων στελεχών που αναφέρονται στην προώθηση και προβολή τους.
- Εφαρμόζει την επιστήμη και τις τεχνικές του Marketing για να υλοποιήσει αποτελεσματικά τα προγράμματα και τις αποφάσεις των ανωτέρων στελεχών που αναφέρονται στην επιλογή και ανάπτυξη των δικτύων διανομής και διάθεσης των προϊόντων.
- Υποστηρίζει ή/και διαχειρίζεται την επικοινωνία του Οργανισμού.

3. Αναλυτική Περιγραφή των Μαθησιακών Αποτελεσμάτων (Απαραίτητες Γνώσεις, Δεξιότητες και Ικανότητες για τη συγκεκριμένη ειδικότητα)

3.1. Γενικές Γνώσεις, Δεξιότητες και Ικανότητες

Οι **γενικές γνώσεις** συνίστανται στις ακόλουθες:

- συλλέγει, μελετά και επεξεργάζεται τα πρωτογενή στοιχεία και πληροφορίες που αφορούν τον καταναλωτή, τον προμηθευτή, τον ανταγωνισμό, τους μεσολαβητές, τα διαφημιστικά μέσα και την αποτελεσματικότητά τους κλπ
- αναλύει την κίνηση της αγοράς
- πραγματοποιεί ελέγχους σχετικούς με τις πωλήσεις, τους πωλητές και τις μεθόδους πωλήσεων
- συμμετέχει στις διαδικασίες σχεδιασμού, εισαγωγής και ανάπτυξης νέου προϊόντος στην αγορά
- συμμετέχει στη διαδικασία τιμολόγησης του προϊόντος
- συνεργάζεται με τους ειδικούς για τη διαφήμιση, προβολή και προώθηση των προϊόντων
- εφαρμόζει τεχνικές προώθησης των πωλήσεων
- εφαρμόζει πρακτικές δημοσίων σχέσεων για την προώθηση του κύρους του οργανισμού.

Οι **γενικές δεξιότητες και ικανότητες** του αποφοίτου της εν λόγω ειδικότητας είναι οι κάτωθι:

- Οργανωτικότητα.
- Επικοινωνία.
- Αρχές προώθησης και πώλησης προϊόντων

- Κοινωνική αντίληψη.
- Διαχείριση χρόνου.
- Ομαδική εργασία.
- Ενεργός ακρόαση.
- Λήψη αποφάσεων και πρωτοβουλιών για το εμπορικό τμήμα.
- Κριτική ικανότητα.
- Τακτοποίηση και κατηγοριοποίηση πληροφοριών.
- Φαντασία.
- Δημιουργικότητα.
- Καλή μνήμη.
- Ευελιξία κατηγοριοποίησης.

3.2. Επαγγελματικές Γνώσεις, Δεξιότητες και Ικανότητες

Οι βασικές και ειδικές επαγγελματικές γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες συνίστανται στις ακόλουθες:

- Βασικές αρχές επικοινωνίας.
- Βασικές αρχές μάρκετινγκ.
- Αρχές δημιουργικής γραφής.
- Αρχές διαπροσωπικής επικοινωνίας.
- Αρχές μαζικής επικοινωνίας.
- Γνώση προγραμμάτων επεξεργασίας κειμένων.
- Ηθική στα μέσα επικοινωνίας.
- Αισθητική στα μέσα επικοινωνίας.
- Μέθοδοι επικοινωνιακής έρευνας.
- Τυπικές γνώσεις διάγνωσης αναγκών πελατών.
- Βασικές γνώσεις διαπραγματεύσεων.
- Τεχνικές παραγωγής.
- Τεχνικές παρουσιάσεων.
- Δημόσιες σχέσεις.

4. Αντιστοιχίσεις Ειδικότητας

Η ειδικότητα «**Στέλεχος Εμπορίας, Διαφήμισης και Προώθησης Προϊόντων (Marketing)**» είναι αντιστοιχη με τις κάτωθι ειδικότητες της επαγγελματικής εκπαίδευσης και κατάρτισης:

ΤΕΕ Β΄ κύκλου	
ΤΟΜΕΑΣ	ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ
ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ	ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ
ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ	ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ
ΕΠΑΛ	
ΤΟΜΕΑΣ	ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ	ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ
ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ	ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ
ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ	ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ
ΕΠΑΣ	
ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΩΝ ΚΑΘΗΚΟΝΤΩΝ	
ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΘΗΚΟΝΤΩΝ	
ΤΕΛ	
ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ	ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ
ΙΕΚ	
ΕΙΔΙΚΟΣ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ(MARKETING) (παλαιά ειδικότητα βάσει ν.2009/1992)	

5. Κατατάξεις

Στην ειδικότητα «**Στέλεχος Εμπορίας, Διαφήμισης και Προώθησης Προϊόντων (Marketing)**» δικαιούνται να εγγραφούν στο Γ΄ εξαμήνο κατάρτισης (ως κατάταξη) απόφοιτοι ΤΕΛ, ΤΕΕ Β΄ κύκλου, ΕΠΑΛ και ΕΠΑΣ κάτοχοι Πτυχίου των εξής ειδικοτήτων:

ΤΕΕ Β΄ κύκλου	
ΤΟΜΕΑΣ	ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ
ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ	ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ
ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ	ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ
ΕΠΑΛ	
ΤΟΜΕΑΣ	ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ	ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ
ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ	ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ
ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ	ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ
ΕΠΑΣ	
ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΩΝ ΚΑΘΗΚΟΝΤΩΝ	
ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΘΗΚΟΝΤΩΝ	
ΤΕΛ	
ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ	ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

6. Πρόγραμμα Κατάρτισης

6.1.Ωρολόγιο Πρόγραμμα

Το ωρολόγιο πρόγραμμα της ειδικότητας «Στέλεχος Εμπορίας, Διαφήμισης και Προώθησης Προϊόντων (Marketing)» με παρουσίαση των εβδομαδιαίων ωρών θεωρίας (Θ), εργαστηρίων (Ε) και συνόλου (Σ) αυτών ανά μάθημα και εξάμηνο είναι το κάτωθι:

Α/Α	ΕΞΑΜΗΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΑ	Α			Β			Γ			Δ		
		Θ	Ε	Σ	Θ	Ε	Σ	Θ	Ε	Σ	Θ	Ε	Σ
1	ΓΕΝΙΚΗ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ Ι, ΙΙ	4		4	4		4						
2	ΔΙΚΑΙΟ Ι, ΙΙ	2		2	3		3						
3	ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΜΑΘΗΜΑΤΙΚΑ Ι,ΙΙ	2		2	2		2						
4	ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ Ι,ΙΙ	2		2	2		2						
5	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ Ι,ΙΙ	2		2	2		2						
6	ΤΕΧΝΙΚΗ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ	2		2									
7	MARKETING	3		3									
8	ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΣΤΗΝ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ		3	3		3	3		3	3		3	3
9	ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ				2		2						
10	ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ				2		2						
11	ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ							2		2			
12	ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΚΕΙΜΕΝΟΥ (Η/Υ)								2	2			
13	ΕΡΕΥΝΑ MARKETING							2		2			
14	ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ -ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΑ ΜΕΣΑ							2		2			
15	MARKETING ΛΙΑΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ- ΧΟΝΔΡΕΜΠΟΡΙΟΥ ΚΑΙ ΦΥΣΙΚΗΣ ΔΙΑΝΟΜΗΣ							2		2			
16	ΔΙΟΙΚΗΣΗ -ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ							2		2			
17	ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ							2		2			
18	ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ & ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ MARKETING (MARKETING PLAN)							3		3			
19	ΜΕΘΟΔΟΙ ΚΑΙ ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΠΡΟΒΛΕΨΕΩΝ MARKETING										3		3
20	ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΑΜΕΣΟΥ MARKETING- ΠΡΟΩΘΗΣΕΩΝ- ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ										2		2
21	ΣΥΓΧΡΟΝΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΓΡΑΦΕΙΟΥ										2		2
22	ΔΙΕΘΝΕΣ MARKETING										2		2
23	MARKETING ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ										2		2
24	ΔΙΟΙΚΗΣΗ MARKETING										2		2
25	ΛΟΓΙΣΤΙΚΑ ΦΥΛΛΑ (SPREAD SHEETS - Η/Υ)											2	2
26	ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ										2		2
ΣΥΝΟΛΟ		17	3	20	17	3	20	15	5	20	15	5	20

6.2. Αναλυτικό Πρόγραμμα

Μαθήματα

Α' Εξάμηνο – Ώρες-Μαθησιακά Αποτελέσματα – Περιεχόμενο

Μάθημα: Γενική Λογιστική Ι,ΙΙ (Α'εξ.)

Ώρες μαθήματος/εβδομάδα (Θ, Ε, Σ): 4,0,4

Σκοπός - Μαθησιακά Αποτελέσματα

Το συγκεκριμένο μάθημα έχει ως σκοπό να εισάγει τους καταρτιζόμενους στις βασικές αρχές της Γενικής Λογιστικής προκειμένου να καταστούν ικανοί να αξιοποιήσουν τις αρχές αυτές στην τήρηση και λειτουργία του λογιστικού τμήματος μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού. Είναι δε μάθημα βασικής κατάρτισης με το οποίο οι καταρτιζόμενοι αποκτούν τις βασικές γνώσεις - ικανότητες - δεξιότητες για την ειδικότητά τους.

Περιεχόμενο του Μαθήματος :

Εισαγωγή στην έννοια της επιχείρησης και τη λογιστική

- Ορισμός Επιχείρησης - Οικονομικής μονάδας και οικονομικής οντότητας
- Ορισμός - Διακρίσεις της λογιστικής

Λογιστικά βιβλία και στοιχεία

- Κατηγορίες βιβλίων σύμφωνα με τα Ελληνικά Λογιστικά Πρότυπα (Ε.Λ.Π.)
- Μέθοδοι τήρησης βιβλίων (απλογραφική και διπλογραφική μέθοδος)

Ο προσδιορισμός και η εμφάνιση της οικονομικής κατάστασης - περιουσίας της επιχείρησης

- Η έννοια της απογραφής
- Η περιουσία
- Ο ισολογισμός
- Η Λογιστική ισότητα. Έννοια και μεταβολές αυτής.

Οι μεταβολές των στοιχείων της οικονομικής κατάστασης της επιχείρησης και η παρακολούθησή τους

- Διακρίσεις μεταβολών
- Παρακολούθηση των μεταβολών των στοιχείων των οικονομικών καταστάσεων με διαδοχικούς ισολογισμούς

Οι λογαριασμοί

- Έννοια των λογαριασμών
- Γραφική απεικόνιση των λογαριασμών
- Άνοιγμα, λειτουργία, κλείσιμο του λογαριασμού (Γενικό και Αναλυτικό Καθολικό)
- Κατηγορίες λογαριασμών
- Διάκριση και λειτουργία των λογαριασμών ανάλογα με τη φύση ή το περιεχόμενό τους
- Καταχώρηση λογιστικών γεγονότων στο ημερολόγιο σύμφωνα με τη διπλογραφική μέθοδο.
- Μεταφορά των λογιστικών γεγονότων από το ημερολόγιο στα καθολικά (Γενικό και Αναλυτικά Καθολικά) και σύνταξη Ισοζυγίων

Τα λογιστικά σφάλματα και η διόρθωσή τους

- Ανακάλυψη λογιστικών σφαλμάτων
- Διόρθωση των λογιστικών σφαλμάτων

Μάθημα: Δίκαιο Ι,ΙΙ (Α΄εξ.)

Ώρες μαθήματος/εβδομάδα (Θ, Ε, Σ): 2,0,2

Σκοπός - Μαθησιακά Αποτελέσματα

Το συγκεκριμένο μάθημα έχει ως σκοπό να εισάγει τους καταρτιζόμενους στην έννοια και τις αρχές του Αστικού και του Εμπορικού Κώδικα, προκειμένου να καταστούν ικανοί να αξιοποιήσουν τις αρχές αυτές και να τις εφαρμόσουν, ως εργαζόμενοι, σε μια εταιρεία ή σε έναν οργανισμό καθώς και στο κοινωνικό σύνολο του οποίου αποτελούν μέλη. Είναι δε μάθημα βασικής κατάρτισης με το οποίο οι καταρτιζόμενοι αποκτούν τις βασικές γνώσεις - ικανότητες - δεξιότητες για την ειδικότητά τους.

Περιεχόμενο του Μαθήματος:

Αστικό Δίκαιο

- Έννοια του δικαίου
- Διαίρεση του δικαίου- γενικές αρχές
- Πηγές του δικαίου
- Νόμος, Έθιμο, Χρονική έκταση και ερμηνεία των κανόνων δικαίου
- Υποκείμενα δικαίου
- Περί φυσικών και νομικών προσώπων
- Περί του δικαιώματος
- Περί δικαιοπραξιών
- Περί αντιπροσωπεύσεως
- Περί παραγραφής και αποσβεστικής προθεσμίας
- Περί της καλής πίστης και των συναλλακτικών ηθών
- Ενοχικό δίκαιο

Εμπράγματο δίκαιο

Εμπορικό Δίκαιο

- Εισαγωγή στο εμπορικό δίκαιο
- Εμπορικές πράξεις
- Οι έμποροι
- Τα εμπορικά βιβλία
- Εμπορική και βιομηχανική ιδιοκτησία
- Πιστωτικοί τίτλοι
- Γραμμάτιο σε διαταγή
- Τραπεζική επιταγή

Μάθημα: Οικονομικά Μαθηματικά I,II (Α΄εξ.)

Ώρες μαθήματος/εβδομάδα(Θ, Ε, Σ): 2,0,2

Σκοπός - Μαθησιακά Αποτελέσματα

Το συγκεκριμένο μάθημα έχει ως σκοπό να εισάγει τους καταρτιζόμενους στις βασικές έννοιες των οικονομικών μαθηματικών, προκειμένου να καταστούν ικανοί να αξιοποιήσουν τις γνώσεις αυτές σε στοιχειώδη προβλήματα στην καθημερινή λειτουργία των επιχειρήσεων ή των οργανισμών, στους οποίους θα εργαστούν με το πέρας των σπουδών τους. Είναι δε μάθημα βασικής κατάρτισης με το οποίο οι καταρτιζόμενοι αποκτούν τις βασικές γνώσεις - ικανότητες - δεξιότητες για την ειδικότητά τους.

Περιεχόμενο του Μαθήματος:

Εισαγωγικές έννοιες

- Έννοια Οικονομικών μαθηματικών
- Βραχυπρόθεσμες και μακροπρόθεσμες οικονομικές πράξεις. Απλός και σύνθετος τόκος.
- Περιεχόμενο των μαθηματικών των επιχειρήσεων

Περί ποσών – ποσοστών

- Είδη ποσών
- Ποσά ανάλογα, ποσά αντίστροφα
- **Απλή μέθοδος των τριών, σύνθετη μέθοδος των τριών, ποσοστά**

- Βασικές έννοιες, ορισμοί
- Εύρεση του ποσού, του αρχικού ποσού, του τόσο τοις % ή τοις %
- Προβλήματα ποσοστών

Περί μερισμού

- Μερισμός σε μέρη ανάλογα
- Αριθμοί ανάλογοι προς άλλους και αντιστρόφως ανάλογοι

Προβλήματα μερισμού

- Μερισμός αριθμού Μ σε μέρη ανάλογα
- Μερισμός σε μέρη ανάλογα ακεραίων και κλασματικών αριθμών

Προβλήματα εταιρείας

- Μερισμός κέρδους ή ζημιάς ανάλογα προς τα κεφάλαια συμμετοχής
- Μερισμός κέρδους ή ζημιάς ανάλογα προς τους χρόνους συμμετοχής
- Μερισμός κέρδους ή ζημιάς ανάλογα προς τα κεφάλαια και τους χρόνους συμμετοχής
- Προβλήματα μερισμού εταιρείας

Περί απλού τόκου

- Υπολογισμός του απλού τόκου όταν ο χρόνος εκφράζεται σε διαφορετικές μονάδες
- Υπολογισμός τόκου πολλών κεφαλαίων

Προεξόφληση

- Υπολογισμός προεξοφλήματος όταν είναι γνωστή η ονομαστική αξία
- Υπολογισμός προεξοφλήματος όταν είναι γνωστή η παρούσα αξία
- Προβλήματα προεξοφλήσεως

Περί ισοδύναμων γραμματίων

- Εύρεση της ονομαστικής αξίας του ενιαίου γραμματίου

Μάθημα: Στατιστική Ι,ΙΙ (Α΄εξ.)

Ώρες μαθήματος/εβδομάδα (Θ, Ε, Σ): 2,0,2

Σκοπός - Μαθησιακά Αποτελέσματα

Το συγκεκριμένο μάθημα έχει ως σκοπό να εισάγει τους καταρτιζόμενους στις βασικές έννοιες της περιγραφικής στατιστικής, προκειμένου να καταστούν ικανοί να αξιοποιήσουν τις γνώσεις αυτές σε στοιχειώδεις εφαρμογές στην καθημερινή λειτουργία των επιχειρήσεων ή των οργανισμών στους οποίους θα εργαστούν, με το πέρας των σπουδών τους. Είναι δε μάθημα βασικής κατάρτισης με το οποίο οι καταρτιζόμενοι αποκτούν τις βασικές γνώσεις - ικανότητες - δεξιότητες για την ειδικότητά τους.

Περιεχόμενο του Μαθήματος:

Εισαγωγή

- Τι είναι στατιστική, χρησιμότητα, πεδία εφαρμογής
- Στατιστικός πληθυσμός
- Έννοια στατιστικής μεταβλητής – Διακρίσεις αυτής

Συλλογή στατιστικών στοιχείων

- Πηγές συλλογής στατιστικών στοιχείων
- Μέθοδοι συλλογής στατιστικών στοιχείων
- Δειγματοληπτική μέθοδος
- Επεξεργασία στατιστικών στοιχείων

Παρουσίαση στατιστικών στοιχείων

- Στατιστικοί πίνακες, διαγράμματα, γραφικές παραστάσεις

Εμπειρικές κατανομές συχνοτήτων μιας μεταβλητής

- Ασυνεχείς και συνεχείς κατανομές συχνοτήτων

Μέτρα θέσεως

- Μέσος αριθμητικός
- Ιδιότητες μέσου αριθμητικού
- Μέσος γεωμετρικός
- Διάμεσος
- Τεταρτημόρια
- Επικρατούσα τιμή

Μέτρα διασποράς

- Το εύρος μεταβολής
- Το ημιενδοτεταρτημοριακό εύρος
- Μέση απόκλιση
- Τυπική απόκλιση και διακύμανση

Μάθημα: Διοίκηση Επιχειρήσεων I,II (Α΄εξ.)

Ώρες μαθήματος/εβδομάδα (Θ, Ε, Σ): 2,0,2

Σκοπός - Μαθησιακά Αποτελέσματα

Το συγκεκριμένο μάθημα έχει ως σκοπό να εισάγει τους καταρτιζόμενους στις βασικές έννοιες της Διοικητικής των επιχειρήσεων και των οργανισμών, προκειμένου να καταστούν ικανοί να αξιοποιήσουν τις γνώσεις αυτές σε στοιχειώδεις λειτουργίες μιας επιχείρησης όπως η οργάνωση, η διεύθυνση, ο έλεγχος και ο προγραμματισμός. Είναι δε μάθημα βασικής κατάρτισης με το οποίο οι καταρτιζόμενοι αποκτούν τις βασικές γνώσεις - ικανότητες - δεξιότητες για την ειδικότητά τους.

Περιεχόμενο του Μαθήματος:

Χαρακτηριστικά γνωρίσματα της σύγχρονης επιχείρησης

- Στοιχεία και μέρη της επιχείρησης
- Η επιχείρηση ως οργανισμός
- Κύρια μέρη, συστατικά της Επιχείρησης
- Διακρίσεις των οικονομικών οργανισμών
- Στόχοι και δομή μιας επιχείρησης
- Παράγοντες που επηρεάζουν τη λειτουργία μιας επιχείρησης
- Διακρίσεις των επιχειρήσεων (Δομικά σχήματα οργανισμών)
- Νομικές μορφές των επιχειρήσεων
- Κοινωνικοοικονομικά σχήματα ή συνασπισμοί επιχειρήσεων
- Πολυεθνικές επιχειρήσεις
- Οι τάξεις μεγέθους των επιχειρήσεων (επιχειρήσεις μικρές - μεγάλες)
- Λειτουργίες στον επιχειρησιακό χώρο (Επιχειρηματική, Τεχνικο-παραγωγική, Διαχειριστική, Διοικητική)

Η ενεργοποίηση των επιχειρήσεων – οργανισμών

- Έννοια και περιεχόμενο της Οργάνωσης και Διοίκησης
- Η σημασία της οργάνωσης και διοίκησης για την αποτελεσματικότητα των επιχειρήσεων - οργανισμών
- Η εξέλιξη της επιστήμης της Οργάνωσης και Διοίκησης
- Οι βασικές αρχές και λειτουργίες της Διοίκησης
- Τα διοικητικά στελέχη (managers) και ο ρόλος τους στα διάφορα επίπεδα διοίκησης
- Η σχέση διοίκησης - εκτέλεσης
- Οι σύγχρονες τάσεις της οργάνωσης και διοίκησης
- Η σημασία της οργάνωσης και διοίκησης (Management) για την αποτελεσματικότητα των επιχειρήσεων-οργανισμών.
- Η έννοια της αποτελεσματικότητας
- Η σημασία του Management για την αποτελεσματικότητα της επιχείρησης

Η λειτουργία του προγραμματισμού και η λήψη αποφάσεων

- Προγραμματισμός (σημασία και αναγκαιότητα ύπαρξής του)
- Καθορισμός σκοπών και στόχων (M.B.O.)
- Στρατηγική και πολιτική της επιχείρησης
- Επεξεργασία και ανάπτυξη σχεδίων
- Η ανάπτυξη των διαδικασιών
- Η λήψη των αποφάσεων
- Προσέγγιση του προβλήματος που ζητά λύση
- Διεργασίες που οδηγούν στη διατύπωση λύσεων
- Η ικανοποιητική και οι εναλλακτικές λύσεις
- Μέθοδοι και τεχνικές λήψεως αποφάσεων

Μάθημα: Τεχνική Συναλλαγών (Α΄εξ.)

Ώρες μαθήματος/εβδομάδα(Θ, Ε, Σ):2,0,2

Σκοπός - Μαθησιακά Αποτελέσματα

Το συγκεκριμένο μάθημα έχει ως σκοπό να εισάγει τους καταρτιζόμενους στις βασικές έννοιες της τεχνικής των συναλλαγών μεταξύ των επιχειρήσεων και των οργανισμών, προκειμένου να καταστούν ικανοί να αξιοποιήσουν τις γνώσεις αυτές σε στοιχειώδεις συναλλαγές μιας επιχείρησης στο οικονομικό κύκλωμα. Είναι δε μάθημα βασικής κατάρτισης με το οποίο οι καταρτιζόμενοι αποκτούν τις βασικές γνώσεις - ικανότητες - δεξιότητες για την ειδικότητά τους.

Περιεχόμενο του Μαθήματος:

Εισαγωγή στην τεχνική των συναλλαγών

- Αντικείμενο και χρησιμότητα της τεχνικής των συναλλαγών
- Οικονομική δράση του ανθρώπου και τα αίτια δημιουργίας της

Εμπόριο - εμπόρευμα - εμπορικές αγοραπωλησίες

- Διακρίσεις του εμπορίου
 - Περιορισμοί του εμπορίου
 - Εμπορική αγοραπωλησία
 - Υποχρεώσεις και δικαιώματα πωλητή - αγοραστή
- #### **Συμπληρωματικοί όροι αγοραπωλησίας**
- Προσδιορισμός ποσότητας και ποιότητας
 - Συσκευασία, χρόνος - τόπος παράδοσης
 - Προσδιορισμός τιμής πώλησης
 - Αιτίες που επηρεάζουν τις τιμές – Διάκριση αγοραπωλησίας

Ανταγωνισμός

- Θεμιτός – αθέμιτος ανταγωνισμός

Εμπορικά επαγγέλματα

Πίστη - πίστωση - πιστωτικοί τίτλοι

Συγκοινωνία

Χρηματιστήρια

- Διακρίσεις χρηματιστηρίων
- Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών

Βιομηχανία

- Διακρίσεις βιομηχανιών

Μορφές χρηματοδοτήσεων

Τράπεζες

Μάθημα: Marketing (Α΄εξ.)

Ώρες μαθήματος/εβδομάδα (Θ, Ε, Σ): 3,0,3

Σκοπός - Μαθησιακά Αποτελέσματα

Το συγκεκριμένο μάθημα έχει ως σκοπό να εισάγει τους καταρτιζόμενους στις βασικές έννοιες του Marketing, προκειμένου να καταστούν ικανοί να αξιοποιήσουν τις γνώσεις αυτές στην ανάλυση του περιβάλλοντος, στην ανάλυση της αγοράς, στα προϊόντα ή τις υπηρεσίες, στην τιμολογιακή πολιτική και στα κανάλια διανομής που παράγει, εφαρμόζει και χρησιμοποιεί μια επιχείρηση της οποίας θα αποτελούν μέλη του ανθρωπίνου δυναμικού, με την αποφοίτησή τους. Είναι δε μάθημα βασικής κατάρτισης με το οποίο οι καταρτιζόμενοι αποκτούν τις βασικές γνώσεις - ικανότητες - δεξιότητες για την ειδικότητά τους.

Περιεχόμενο του Μαθήματος:

Ο ρόλος του marketing στην σύγχρονη οικονομία

- Βασικές έννοιες και λειτουργίες του marketing
- Η κριτική γύρω από το ρόλο του marketing με επίκεντρο την παραγωγή, το προϊόν, την πώληση, την αγορά
Το περιβάλλον ανάπτυξης του marketing
- Παράγοντες στο Μάκρο-περιβάλλον της επιχείρησης
- Παράγοντες στο Μίκρο-περιβάλλον της επιχείρησης

Η αγορά

- Η αγορά και το περιβάλλον της
- Ο καταναλωτισμός
- Αγοραστικές συνήθειες που σχετίζονται με τον πληθυσμό
- Η κοινωνιολογία και το marketing

Το προϊόν

- Ο κύκλος ζωής προϊόντων
- Συσκευασία και ετικέτα προϊόντος
- Η σηματοποίηση του προϊόντος

Η τιμολόγηση

- Ο καθορισμός της τιμής
- Όροι τιμολόγησης
- Στρατηγικές και τύποι τιμολόγησης

Τα δίκτυα διανομής

- Φύση των δικτύων διανομής

Μάθημα: Πρακτική Εφαρμογή στην ειδικότητα (Α΄εξ.)

Ώρες μαθήματος/εβδομάδα (Θ, Ε, Σ): 0,3,3

Σκοπός – Μαθησιακά Αποτελέσματα

Σκοπός της πρακτικής εφαρμογής στην ειδικότητα του Μάρκετινγκ, είναι να βοηθήσει τους σπουδαστές να κατανοήσουν στην πράξη και να αποκτήσουν σαφή αντίληψη του περιεχομένου και της φιλοσοφίας του «Μάρκετινγκ» και του περιβάλλοντος στο οποίο αυτό δραστηριοποιείται. Να κατανοήσουν την σπουδαιότητα και τη σημασία του Μάρκετινγκ και των επιμέρους λειτουργιών του. Να βοηθήσει τους σπουδαστές στην εξοικείωση με τις μεθόδους και τις τεχνικές του. Να τους εισάγει στη σκέψη, στην εξέλιξη και στην πρακτική του Μάρκετινγκ. Να γνωρίσουν τις λειτουργίες του και τη σχέση του με όλες τις υπόλοιπες λειτουργίες της επιχείρησης και να μπορούν να επιλύουν απλά και συχνά προβλήματα όπως αντιμετωπίζονται καθημερινά από στελέχη Μάρκετινγκ πρώτης γραμμής.

Με την ολοκλήρωση του μαθήματος της πρακτικής εφαρμογής της ειδικότητας ο σπουδαστής θα είναι πιο εξοικειωμένος με το επιχειρησιακό περιβάλλον στο οποίο θα εργαστεί.

Για την πρακτική εφαρμογή στην ειδικότητα προτείνεται ανάθεση εκπόνησης εργασιών από τον υπεύθυνο/η καθηγητή /τρια είτε υπό τη μορφή σχεδίου (project) είτε υπό τη μορφή μελέτης περίπτωσης (case study), που αποτελούν για την ειδικότητα αποδεδειγμένα αποτελεσματικές μεθόδους εκπαίδευσης στελεχών Μάρκετινγκ. Οι σπουδαστές θα εξετάζουν πραγματικά θέματα - προβλήματα από τον επιχειρησιακό χώρο και θα παρουσιάζουν τα συμπεράσματά τους με τη χρήση Ms PowerPoint ή άλλου προγράμματος παρουσίασης.

Στόχος είναι να γίνει εφαρμογή των θεωρητικών γνώσεων που έχουν αποκτηθεί. Επιπλέον μια ενότητα των εργαστηριακών παραδόσεων θα στοχεύει στον προγραμματισμό της σταδιοδρομίας των σπουδαστών μέσα από απλές εφαρμογές διαχείρισης χρόνου, σύνταξης βιογραφικού σημειώματος κ.ά.

Προτείνονται επίσης εκπαιδευτικές επισκέψεις σε επιχειρήσεις (παραγωγικές) διαφορετικών κλάδων στα τμήματα Μάρκετινγκ καθώς και σε επαγγελματικούς φορείς όπως επιμελητήρια, Υπουργεία, Δ.Ο.Υ., ΓΓΠΣ κ.ά..

Η πρακτική εφαρμογή στην ειδικότητα αφορά σε ανάθεση εργασίας Α΄ εξαμήνου με σκοπό την έμπρακτη χρήση και τον εμπλουτισμό των γνώσεων που αποκόμισε ο σπουδαστής σε κάθε εξάμηνο. Η εργασία παραδίδεται στο τέλος του εξαμήνου και μπορεί να έχει τη μορφή γραπτού κειμένου ή έργου – κατασκευής. Σε κάθε εξάμηνο ορίζεται ο υπεύθυνος καθηγητής, στον οποίο αναφέρεται ο σπουδαστής και παραδίδεται τελικώς η εργασία. Ο υπεύθυνος καθηγητής εποπτεύει τη διαδικασία και διευκολύνει το σπουδαστή παρέχοντας πηγές αλλά και διευκρινίσεις σχετικές με το θέμα και τη μορφή της εργασίας. Είναι δε μάθημα εξειδίκευσης με το οποίο οι καταρτιζόμενοι αποκτούν και εφαρμόζουν τις ειδικές επαγγελματικές γνώσεις -ικανότητες- δεξιότητες για την ειδικότητά τους.

Ενδεικτικές θεματικές για την εκπόνηση εργασιών είναι οι εξής:

- ❖ Λειτουργίες, στόχοι, δομή της επιχείρησης και το περιβάλλον
- ❖ Νομικές μορφές επιχειρήσεων, λογιστικά βιβλία, τηρούμενοι λογαριασμοί
- ❖ Περιουσία και οικονομική κατάσταση επιχείρησης. Ενεργητικό-Παθητικό. Υποχρεώσεις επιχείρησης (Βραχυχρόνιες-Μακροχρόνιες)
- ❖ Διακρίσεις εμπορίου (Λιανικό- Χονδρικό)
- ❖ Η αγορά και οι αγοραστικές συνήθειες
- ❖ Κατηγορίες, Λειτουργίες, Μίγμα Μάρκετινγκ
- ❖ Σχεδιασμός μιας έρευνας Μάρκετινγκ
- ❖ Οργάνωση για τον προγραμματισμό και ανάπτυξη νέων προϊόντων και λόγοι αποτυχίας , Επιλογή εμπορικού σήματος
- ❖ Εισαγωγή νέων προϊόντων στην αγορά
- ❖ Τιμολόγηση νέου προϊόντος
- ❖ Επιλογή δικτύων διανομής
- ❖ Προγραμματισμός και έλεγχος πωλήσεων

Β' Εξάμηνο – Ώρες-Μαθησιακά Αποτελέσματα – Περιεχόμενο

Μάθημα : Γενική Λογιστική Ι, ΙΙ (Β' εξ.)

Ώρες μαθήματος/εβδομάδα (Θ, Ε, Σ): 4,0,4

Σκοπός - Μαθησιακά Αποτελέσματα

Το συγκεκριμένο μάθημα έχει ως σκοπό να εισάγει τους καταρτιζόμενους στις μεθόδους τήρησης Λογιστικών Βιβλίων και Σύνταξης Οικονομικών Καταστάσεων και στον υπολογισμό του Αποτελέσματος Χρήσης με βάση τις αρχές του Ε.Γ.Λ.Σ. προκειμένου να καταστούν ικανοί να αξιοποιήσουν τις αρχές αυτές στην τήρηση και λειτουργία του λογιστικού τμήματος μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού. Είναι δε μάθημα βασικής κατάρτισης με το οποίο οι καταρτιζόμενοι αποκτούν τις βασικές γνώσεις - ικανότητες - δεξιότητες για την ειδικότητά τους.

Περιεχόμενο του Μαθήματος:

Λογιστικά συστήματα

- Κλασσικό σύστημα
- Συγκεντρωτικό σύστημα
- Σύστημα Ημερολογίου - Καθολικού
- Έννοια και λειτουργία των λογαριασμών των Ε.Λ.Π (Ελληνικά Λογιστικά Πρότυπα)
- Ενεργητικό, Παθητικό, Έσοδα, Έξοδα (Οργανικά και Έκτακτα)

Αποσβέσεις

- Έννοια - Λειτουργία - Μέθοδοι Αποσβέσεων
- Εγγραφές Αποσβέσεων

Αποτίμηση περιουσιακών στοιχείων σύμφωνα με τα Ε.Λ.Π.

- Αποτίμηση παγίων
- Αποτίμηση συμμετοχών και χρεογράφων
- Αποτίμηση αποθεμάτων
- Αποτίμηση απαιτήσεων, υποχρεώσεων και λοιπών περιουσιακών στοιχείων εκφρασμένα σε ξένο νόμισμα
- Απομείωση Περιουσιακών Στοιχείων

Προσδιορισμός Αποτελέσματος Χρήσης και Σύνταξη Κατάστασης Αποτελεσμάτων Χρήσης (ΚΑΧ)

- Προσδιορισμός Μικτού Αποτελέσματος Χρήσης
- Προσδιορισμός Μερικού Αποτελέσματος Χρήσης
- Προσδιορισμός Ολικού Αποτελέσματος Χρήσης
- Προσδιορισμός Αποτελέσματος Χρήσης
- Καταχώρηση λογιστικών εγγραφών μέσω της ομάδας 8
- Σύνταξη Οικονομικών Καταστάσεων σύμφωνα με τα Ε.Λ.Π.

Λογιστική υποκαταστημάτων

- Έννοια και Βιβλία υποκαταστήματος
- Λογιστική Υποκαταστήματος

Στοιχεία αναλυτικής λογιστικής εκμεταλλεύσεως

- Λειτουργία λογαριασμών σύμφωνα με τα Ε.Λ.Π.

Μηχανογραφική τήρηση βιβλίων και στοιχείων

- Μηχανογράφηση λογιστηρίου
- Μηχανογραφική έκδοση στοιχείων και τήρηση βιβλίων

Αριθμοδείκτες

- Κατηγορίες και ανάλυση αριθμοδεικτών

Μάθημα : Δίκαιο I, II (Β΄εξ.)

Ώρες μαθήματος/εβδομάδα (Θ, Ε, Σ): 3,0,3

Σκοπός - Μαθησιακά Αποτελέσματα

Το συγκεκριμένο μάθημα έχει ως σκοπό να εισάγει τους καταρτιζόμενους στην έννοια και τις αρχές του δικαίου περί εταιρειών καθώς και του πτωχευτικού και του εργατικού δικαίου προκειμένου να καταστούν ικανοί να αξιοποιήσουν τις αρχές αυτές και να τις εφαρμόσουν ως εργαζόμενοι ή εταίροι σε μία εταιρεία ή σε έναν οργανισμό. Είναι δε μάθημα βασικής κατάρτισης με το οποίο οι καταρτιζόμενοι αποκτούν τις βασικές γνώσεις - ικανότητες - δεξιότητες για την ειδικότητα τους.

Περιεχόμενο του Μαθήματος:

Εταιρείες

Ομόρρυθμη εταιρεία

- Γενικά στοιχεία, διαδικασία σύστασης, αντικείμενο εταιρικών εισφορών, διαχείριση, λύση και εκκαθάριση ΟΕ

Ετερόρρυθμη εταιρεία

- Γενικά στοιχεία, διαδικασία σύστασης, αντικείμενο εταιρικών εισφορών, διαχείριση, λύση και εκκαθάριση ΕΕ

Συνεταιρισμός

- Γενικά στοιχεία, διαδικασία σύστασης, συνεταιριστικές μερίδες, μέλη, απώλεια ιδιότητας, διοίκηση συνεταιρισμού, διάθεση κερδών, βιβλία

Ανώνυμη εταιρεία

- Γενικά στοιχεία, διαδικασία σύστασης, αντικείμενο εταιρικών εισφορών, διαχείριση, λύση και εκκαθάριση ΑΕ
- Διοικητικά όργανα, κρατικός έλεγχος, συγχώνευση ΑΕ

Εταιρεία περιορισμένης ευθύνης & ΙΚΕ

- Γενικά στοιχεία, διαδικασία σύστασης, αντικείμενο εταιρικών εισφορών, διαχείριση, λύση και εκκαθάριση ΕΠΕ & ΙΚΕ

Πτωχευτικό δίκαιο

- Πτώχευση, χρεοκοπία

Εργατικό δίκαιο

- Πηγές, συμβάσεις εργασίας, υποχρεώσεις μισθωτού
- Μισθοδοσία
- Συνδικαλισμός
- Συλλογικές συμβάσεις εργασίας
- Διαιτησία

Μάθημα : Οικονομικά Μαθηματικά I, II (Β' εξ.)

Ώρες μαθήματος/εβδομάδα (Θ, Ε, Σ): 2,0,2

Σκοπός - Μαθησιακά Αποτελέσματα

Το συγκεκριμένο μάθημα έχει ως σκοπό να εισάγει τους καταρτιζόμενους στις προχωρημένες έννοιες των οικονομικών μαθηματικών, προκειμένου να καταστούν ικανοί να αξιοποιήσουν τις γνώσεις αυτές σε προβλήματα χρηματοδοτήσεως και ανατοκισμού στην καθημερινή λειτουργία των επιχειρήσεων ή των οργανισμών στους οποίους θα εργαστούν με το πέρας των σπουδών τους. Είναι δε μάθημα βασικής κατάρτισης με το οποίο οι καταρτιζόμενοι αποκτούν τις βασικές γνώσεις - ικανότητες - δεξιότητες για την ειδικότητά τους.

Περιεχόμενο του Μαθήματος:

Ανατοκισμός ή σύνθετος τόκος

- Εύρεση τελικής αξίας ενός κεφαλαίου με ανατοκισμό
- Εύρεση αρχικού κεφαλαίου, χρόνου και επιτοκίου στον ανατοκισμό
- Προεξόφληση με ανατοκισμό

Ράντες

- Εύρεση αρχικής αξίας ληξιπρόθεσμης ράντας
- Εύρεση αρχικής αξίας προκαταβλητέας ράντας
- Εύρεση τελικής αξίας ληξιπρόθεσμης ράντας
- Εύρεση τελικής αξίας προκαταβλητέας ράντας
- Εύρεση του όρου της ράντας
- Εύρεση του επιτοκίου και του πλήθους των όρων της ράντας

Δάνεια ενιαία

- Δάνεια ενιαία εξοφλητέα εφάπαξ
- Δάνεια ενιαία εξοφλητέα τοκοχρεωλυτικώς
- Απόσβεση ενιαίων δανείων με τη μέθοδο του σταθερού και του προοδευτικού χρεολυσίου

Ομολογιακά δάνεια

- Ομολογιακά δάνεια εξοφλητέα τοκοχρεωλυτικώς στο άρτιο
- Ομολογιακά δάνεια εξοφλητέα τοκοχρεωλυτικώς σε τιμή διαφορετική από το άρτιο

Μάθημα : Στατιστική Ι, ΙΙ (Β΄εξ.)

Ώρες μαθήματος/εβδομάδα (Θ, Ε, Σ): 2,0,2

Σκοπός - Μαθησιακά Αποτελέσματα

Το συγκεκριμένο μάθημα έχει ως σκοπό να εισάγει τους καταρτιζόμενους σε προχωρημένες έννοιες της περιγραφικής στατιστικής, προκειμένου να καταστούν ικανοί να αξιοποιήσουν τις γνώσεις αυτές σε στοιχειώδεις εφαρμογές και στην ερμηνεία φαινομένων, στην καθημερινή λειτουργία των επιχειρήσεων ή των οργανισμών στους οποίους θα εργαστούν με το πέρας των σπουδών τους. Είναι δε μάθημα βασικής κατάρτισης με το οποίο οι καταρτιζόμενοι αποκτούν τις βασικές γνώσεις - ικανότητες - δεξιότητες για την ειδικότητά τους.

Περιεχόμενο του Μαθήματος:

Ασυμμετρία – κύρτωση

- Ροπές κατανομής συχνοτήτων
- Ροπές περί την αρχή ($x=0$)
- Ροπές περί το μέσο αριθμητικό
- Κύρτωση

Παλινδρόμηση και συσχέτιση δυο μεταβλητών

- Μέθοδος Ελαχίστων τετραγώνων
- Ευθεία ελαχίστων τετραγώνων
- Μέσο τετραγωνικό σφάλμα – Δείκτης προσδιορισμού
- Καμπύλη ελαχίστων τετραγώνων – Β΄ βαθμού παραβολή
- Εκθετική παλινδρόμηση
- Συσχετισμένες μεταβλητές
- Γραμμική μεταβολή
- Συνδιακύμανση δύο μεταβλητών
- Συντελεστής συσχέτισης

Χρονολογικές σειρές

- Οι κυριότερες συνιστώσες μιας χρονολογικής σειράς

Αριθμοδείκτες

- Απλοί και σύνθετοι αριθμοδείκτες
- Ιδανικός τύπος Fisher
- Δείκτης τιμών καταναλωτή ή δείκτης κόστους ζωής

Μάθημα : Διοίκηση Επιχειρήσεων Ι, ΙΙ (Β΄ εξ.)

Ώρες μαθήματος/εβδομάδα (Θ, Ε, Σ): 2,0,2

Σκοπός - Μαθησιακά Αποτελέσματα

Το συγκεκριμένο μάθημα έχει ως σκοπό να εισάγει τους καταρτιζόμενους στις βασικές έννοιες της Διοικητικής των επιχειρήσεων και των οργανισμών, προκειμένου να καταστούν ικανοί να αξιοποιήσουν τις γνώσεις αυτές σε λειτουργίες μιας επιχείρησης όπως η οργάνωση, η διεύθυνση, ο έλεγχος και ο προγραμματισμός. Είναι δε μάθημα βασικής κατάρτισης με το οποίο οι καταρτιζόμενοι αποκτούν τις βασικές γνώσεις - ικανότητες - δεξιότητες για την ειδικότητά τους.

Περιεχόμενο του Μαθήματος:

Η λειτουργία της οργάνωσης

- Τυπική και άτυπη οργάνωση
- Βασικές αρχές οργάνωσης
- Η δομή της οργάνωσης
- Η στελέχωση της οργάνωσης

Η λειτουργία της διεύθυνσης και ο ανθρωπινός παράγοντας

- Τα χαρακτηριστικά του ατόμου
- Παρακίνηση
- Ηγεσία
- Η έννοια και η φύση της ηγεσίας
- Θεωρίες X και Y
- Η αποτελεσματική ηγεσία
- Οι εργασιακές ομάδες και η δυναμική τους
- Η επικοινωνία στους οργανισμούς - επιχειρήσεις (έννοια και σημασία)
- Τα είδη και οι τρόποι επικοινωνίας
- Αποτελεσματική επικοινωνία

Η λειτουργία του έλεγχου

- Ομαδοποίηση συστημάτων ελέγχου
- Καθιέρωση πρότυπου ελέγχου
- Μέτρηση αποτελεσμάτων και σύγκριση με τα πρότυπα
- Διόρθωση αποκλίσεων
- Αρχές, προϋποθέσεις και χαρακτηριστικά για αποτελεσματικό έλεγχο
- Ιδιότητες ελεγκτών

Μάθημα : Οικονομική των Επιχειρήσεων (Β' εξ.)

Ώρες μαθήματος/εβδομάδα (Θ, Ε, Σ): 2,0,2

Σκοπός - Μαθησιακά Αποτελέσματα

Το συγκεκριμένο μάθημα έχει ως σκοπό να εισάγει τους καταρτιζόμενους στις βασικές έννοιες της Μικροοικονομικής των επιχειρήσεων και των οργανισμών, προκειμένου να καταστούν ικανοί να αξιοποιήσουν τις γνώσεις αυτές σε στοιχειώδη θέματα λειτουργίας μιας επιχείρησης. Είναι δε μάθημα βασικής κατάρτισης με το οποίο οι καταρτιζόμενοι αποκτούν τις βασικές γνώσεις - ικανότητες - δεξιότητες για την ειδικότητά τους.

Περιεχόμενο του Μαθήματος:

Χρήση και εφαρμογές της οικονομικής των επιχειρήσεων

- Οικονομική των επιχειρήσεων και λήψη επιχειρηματικών αποφάσεων

Τεχνικές αριστοποίησης

- Αριστοποίηση
- Υποδείγματα κέρδους

Ανάλυση κινδύνων

- Ανάλυση κινδύνου της αβεβαιότητας

Θεωρία ζήτησης

- Η συνάρτηση ζήτησης
- Προσδιοριστικοί παράγοντες ζήτησης
- Ελαστικότητα ζήτησης
- Εκτίμηση της ζήτησης

Θεωρία παραγωγής

- Συντελεστές παραγωγής
- Παραγωγικότητα
- Συνολικό, μέσο, οριακό προϊόν
- Ισορροπία παραγωγής

Η αγορά

- Μορφές αγοράς
- Η θεωρία των τιμών

Τεχνικές προγνώσεων

Μέθοδοι προγνώσεων

Μάθημα : Επιχειρησιακές Επικοινωνίες (Β' εξ.)

Ώρες μαθήματος/εβδομάδα (Θ, Ε, Σ): 2,0,2

Σκοπός - Μαθησιακά Αποτελέσματα

Το συγκεκριμένο μάθημα έχει ως σκοπό να εισάγει τους καταρτιζόμενους στις βασικές έννοιες της επικοινωνίας στο εσωτερικό των επιχειρήσεων και των οργανισμών, προκειμένου να καταστούν ικανοί να αξιοποιήσουν τις γνώσεις αυτές, με το πέρας των σπουδών τους και με την ενεργή συμμετοχή τους σε μία επιχείρηση ή έναν οργανισμό. Είναι δε μάθημα βασικής κατάρτισης με το οποίο οι καταρτιζόμενοι αποκτούν τις βασικές γνώσεις - ικανότητες - δεξιότητες για την ειδικότητά τους.

Περιεχόμενο του Μαθήματος:

Έννοια και περιεχόμενο της επικοινωνίας

- Οι φάσεις της επικοινωνιακής διαδικασίας
- Οι αρχές της σωστής επικοινωνίας στους επιχειρησιακούς χώρους
- Τυπική – Άτυπη επικοινωνία
- Οριζόντια – Κάθετη επικοινωνία
- Γραπτή – Προφορική επικοινωνία

Τεχνικές της επικοινωνίας

- Η μορφή και η εμφάνιση του εγγράφου
- Η σφραγίδα και η υπογραφή του εγγράφου
- Η διακίνηση του εγγράφου
- Οι επιχειρησιακές επιστολές
- Σύνταξη επιστολών διαφόρων επιχειρησιακών θεμάτων
- Οι εκθέσεις και οι αναφορές
- Τεχνικές προφορικής επικοινωνίας
- Συνομιλία
- Συνέντευξη
- Ομιλία – διάλεξη
- Προφορική αναφορά
- Συσκέψεις
- Οργανωτικοί χάρτες
- Εταιρικά έντυπα
- Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και ο ρόλος τους στην επιχειρησιακή επικοινωνία
- Ειδή επικοινωνίας στο εσωτερικό των επιχειρήσεων

Μάθημα : Πρακτική Εφαρμογή στην ειδικότητα (Β΄εξ.)

Ώρες μαθήματος/εβδομάδα (Θ, Ε, Σ): 0,3,3

Σκοπός – Μαθησιακά Αποτελέσματα

Σκοπός της πρακτικής εφαρμογής στην ειδικότητα του Μάρκετινγκ, είναι να βοηθήσει τους σπουδαστές να κατανοήσουν στην πράξη και να αποκτήσουν σαφή αντίληψη του περιεχομένου και της φιλοσοφίας του «Μάρκετινγκ» και του περιβάλλοντος στο οποίο αυτό δραστηριοποιείται. Να κατανοήσουν την σπουδαιότητα και τη σημασία του Μάρκετινγκ και των επιμέρους λειτουργιών του. Να βοηθήσει τους σπουδαστές στην εξοικείωση με τις μεθόδους και τις τεχνικές του. Να τους εισάγει στη σκέψη, στην εξέλιξη και στην πρακτική του Μάρκετινγκ. Να γνωρίσουν τις λειτουργίες του και τη σχέση του με όλες τις υπόλοιπες λειτουργίες της επιχείρησης και να μπορούν να επιλύουν απλά και συχνά προβλήματα όπως αντιμετωπίζονται καθημερινά από στελέχη Μάρκετινγκ πρώτης γραμμής.

Με την ολοκλήρωση του μαθήματος της πρακτικής εφαρμογής της ειδικότητας ο σπουδαστής θα είναι πιο εξοικειωμένος με το επιχειρησιακό περιβάλλον στο οποίο θα εργαστεί.

Για την πρακτική εφαρμογή στην ειδικότητα προτείνεται ανάθεση εκπόνησης εργασιών από τον υπεύθυνο/η καθηγητή /τρια είτε υπό τη μορφή σχεδίου (project) είτε υπό τη μορφή μελέτης περίπτωσης (case study), που αποτελούν για την ειδικότητα αποδεδειγμένα αποτελεσματική μέθοδο εκπαίδευσης στελεχών Μάρκετινγκ. Οι σπουδαστές θα εξετάζουν πραγματικά θέματα - προβλήματα από τον επιχειρησιακό χώρο, και θα παρουσιάζουν τα συμπεράσματα τους με τη χρήση Ms PowerPoint ή άλλου προγράμματος παρουσίασης.

Στόχος είναι να γίνει εφαρμογή των θεωρητικών γνώσεων που έχουν αποκτηθεί. Επιπλέον μια ενότητα των εργαστηριακών παραδόσεων θα στοχεύει στον προγραμματισμό της σταδιοδρομίας των σπουδαστών μέσα από απλές εφαρμογές διαχείρισης χρόνου, σύνταξης βιογραφικού σημειώματος κ.ά.

Προτείνονται επίσης εκπαιδευτικές επισκέψεις σε επιχειρήσεις (παραγωγικές), διαφορετικών κλάδων στα τμήματα Μάρκετινγκ, καθώς και σε επαγγελματικούς φορείς όπως επιμελητήρια, Υπουργεία, Δ.Ο.Υ., ΓΓΠΣ κ.ά..

Η πρακτική εφαρμογή στην ειδικότητα αφορά σε ανάθεση εργασίας Β΄ εξαμήνου με σκοπό την έμπρακτη χρήση και τον εμπλουτισμό των γνώσεων που αποκόμισε ο σπουδαστής σε κάθε εξάμηνο. Η εργασία παραδίδεται στο τέλος του εξαμήνου και μπορεί να έχει τη μορφή γραπτού κειμένου ή έργου – κατασκευής. Σε κάθε εξάμηνο ορίζεται ο υπεύθυνος καθηγητής, στον οποίο αναφέρεται ο σπουδαστής και παραδίδεται τελικώς η εργασία. Ο υπεύθυνος καθηγητής εποπτεύει τη διαδικασία και διευκολύνει το σπουδαστή παρέχοντας πηγές αλλά και διευκρινίσεις σχετικές με το θέμα και τη μορφή της εργασίας. Είναι δε μάθημα εξειδίκευσης με το οποίο οι καταρτιζόμενοι αποκτούν και εφαρμόζουν τις ειδικές επαγγελματικές γνώσεις -ικανότητες- δεξιότητες για την ειδικότητά τους.

Ενδεικτικές θεματικές για την εκπόνηση εργασιών είναι οι εξής:

- ❖ Οργάνωση οικονομικών μονάδων
- ❖ Δημιουργία ανάπτυξης οργανογράμματος
- ❖ Επιλογή προσωπικού, στελέχωση επιχείρησης
- ❖ Είδη και μορφές αγοράς, Ανταγωνισμός
- ❖ Δείκτες αποδοτικότητας των αγορών
- ❖ Παγκοσμιοποίηση επιχειρήσεων
- ❖ Θεωρία παιγνίων
- ❖ Ισολογισμός, Απογραφή, Ανάλυση οικονομικών δεικτών
- ❖ Μέσα - Μορφές επικοινωνίας, Εσωτερική-εξωτερική επικοινωνία και Επικοινωνιακή στρατηγική επιχείρησης
- ❖ Σχεδιασμός μιας έρευνας Μάρκετινγκ
- ❖ Οργάνωση για τον προγραμματισμό και ανάπτυξη νέων προϊόντων και λόγοι αποτυχίας, Επιλογή εμπορικού σήματος
- ❖ Εισαγωγή νέων προϊόντων στην αγορά, Τιμολόγηση νέου προϊόντος, Επιλογή δικτύων διανομής
- ❖ Προγραμματισμός και έλεγχος πωλήσεων.

Γ' Εξάμηνο – Ώρες-Μαθησιακά Αποτελέσματα – Περιεχόμενο

Μάθημα: Έρευνα Marketing (Γ' εξ.)

Ώρες μαθήματος/εβδομάδα (Θ, Ε, Σ): 2,0,2

Σκοπός - Μαθησιακά Αποτελέσματα

Το συγκεκριμένο μάθημα έχει ως σκοπό να εισάγει τους καταρτιζόμενους στις βασικές έννοιες της Έρευνας Marketing, προκειμένου να καταστούν ικανοί να αξιοποιήσουν τις γνώσεις αυτές στην ανάλυση του περιβάλλοντος, στην ανάλυση της αγοράς με τη χρήση ερωτηματολογίου, στη συγκέντρωση πληροφοριών σχετικά με τις αντιλήψεις των καταναλωτών για τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες, την τιμολογιακή πολιτική και τα κανάλια διανομής μιας επιχείρησης της οποίας θα αποτελούν μέλη του ανθρωπίνου δυναμικού, με την αποφοίτησή τους. Είναι δε μάθημα εξειδίκευσης με το οποίο οι καταρτιζόμενοι αποκτούν και εφαρμόζουν τις ειδικές επαγγελματικές γνώσεις -ικανότητες- δεξιότητες για την ειδικότητά τους.

Περιεχόμενο του Μαθήματος:

Η αναγκαιότητα ύπαρξης συστήματος πληροφοριών marketing

- Ορισμός του συστήματος πληροφοριών marketing
- Έννοια και συστατικά του συστήματος πληροφοριών - αναγκαιότητα ύπαρξής του
- Υποσυστήματα πληροφοριών marketing
- Το σύστημα ερευνών marketing
- Διάφοροι ορισμοί της έρευνας marketing
- Περιεχόμενο και διαδικασία της έρευνας marketing
- Εμπειρία και έρευνα

Οι έρευνες marketing

- Έννοια και σημασία των ερευνών marketing
- Στοιχειοθέτηση πρωτογενών και δευτερογενών δεδομένων
- Ποσοτική έρευνα αγοράς
- Περιγραφική έρευνα αγοράς
- Έρευνα των οδών ή δικτύων διάθεσης των προϊόντων
- Έρευνα των όρων πώλησης, πολιτικής και μεθόδων πώλησης
- Έρευνα διαφημιστικών μέσων
- Η έρευνα της συμπεριφοράς του καταναλωτή (κινήτρων)
- Έρευνα της οικονομικής κατάστασης και της ευθύνης της επιχείρησης
- Έρευνα των υπάρχοντων προϊόντων και των νέων προϊόντων
- **Τεχνική έρευνας**
- Αξιοπιστία και εγκυρότητα στην έρευνα - Τελική αξιολόγηση
- Μέθοδοι συλλογής πρωτογενών στοιχείων
- Τεχνικές σχεδίασης δειγμάτων
- Προετοιμασία δεδομένων - Διεξαγωγή της έρευνας
- Δειγματοληψία
- Όργανα μέτρησης
- Αποτελέσματα έρευνας

Μάθημα: Διαφήμιση – Διαφημιστικά Μέσα (Γ' εξ.)

Ώρες μαθήματος/εβδομάδα (Θ, Ε, Σ): 2,0,2

Σκοπός - Μαθησιακά Αποτελέσματα

Το συγκεκριμένο μάθημα έχει ως σκοπό να εισάγει τους καταρτιζόμενους στις βασικές έννοιες της Διαφήμισης και της λειτουργίας των μέσων αυτής, προκειμένου να καταστούν ικανοί να αξιοποιήσουν τις γνώσεις αυτές στην εργασία τους στο τμήμα προώθησης ή σε μία διαφημιστική εταιρεία της οποίας θα αποτελούν μέλη του ανθρωπίνου δυναμικού, με την αποφοίτησή τους. Είναι δε μάθημα εξειδίκευσης με το οποίο οι καταρτιζόμενοι αποκτούν και εφαρμόζουν τις ειδικές επαγγελματικές γνώσεις - ικανότητες- δεξιότητες για την ειδικότητά τους.

Περιεχόμενο του Μαθήματος:

Η θέση της διαφήμισης στο μίγμα επικοινωνίας - Marketing

- Σύντομη αναφορά στο μίγμα προώθησης
- Η διαφήμιση ως μέσο επικοινωνίας και ο ρόλος της στην προβολή προϊόντων υπηρεσιών
- Υποκείμενα της διαφήμισης
- Διατύπωση των αντικειμενικών στόχων της διαφημιστικής εκστρατείας (τμηματοποίηση - τοποθέτηση των προϊόντων)
- Προϋπολογισμός διαφημιστικής δαπάνης - τρόποι υπολογισμού

Οργάνωση της διαφημιστικής Δραστηριότητας

- Στρατηγική για τη δημιουργία του διαφημιστικού μηνύματος – Ο τύπος AIDA.
- Έρευνες αγοράς
- Προσωπικότητα μάρκας
- Δημιουργία κοινωνικών κανόνων
- Λογική και συναισθηματική δημιουργική προσέγγιση
- Διαφήμιση υπενθύμισης
- Direct marketing
- Retail marketing
- Η τέχνη της κειμενογραφίας. Η παραγωγική διαδικασία
- Χρήσεις και χρήστες διαφήμισης
- Προϋπολογισμός Διαφημιστικών μέσων - Κόστος διαφήμισης
- Η κοινωνική διάσταση της διαφήμισης - Η διαφημιστική δεοντολογία
- Η αποτελεσματικότητα της διαφημιστικής δραστηριότητας

Τα διαφημιστικά μέσα

- Γενικά για τα διαφημιστικά μέσα
- Οι συντελεστές της διαφήμισης: Διαφημιζόμενος-διαφημιστής, διαφημιστικό μέσον
Τα μέσα που χρησιμοποιεί η διαφήμιση για την αποστολή των μηνυμάτων της.

Μάθημα: Marketing Λιανικού Εμπορίου – Χονδρεμπορίου και Φυσικής Διανομής (Γ' εξ.)

Ώρες μαθήματος/εβδομάδα (Θ, Ε, Σ): 2,0,2

Σκοπός - Μαθησιακά Αποτελέσματα

Το συγκεκριμένο μάθημα έχει ως σκοπό να εισάγει τους καταρτιζόμενους στις βασικές έννοιες του Marketing όπως αυτές εφαρμόζονται στο λιανικό και το χονδρικό εμπόριο μέσα από τα κανάλια διανομής, προκειμένου να καταστούν ικανοί να αξιοποιήσουν τις γνώσεις αυτές στην επιχείρηση της οποίας θα αποτελούν μέλη του ανθρωπίνου δυναμικού, με την αποφοίτησή τους. Είναι δε μάθημα εξειδίκευσης με το οποίο οι καταρτιζόμενοι αποκτούν και εφαρμόζουν τις ειδικές επαγγελματικές γνώσεις -ικανότητες- δεξιότητες για την ειδικότητά τους.

Περιεχόμενο του Μαθήματος:

Λιανεμπόριο

- Ιστορική επισκόπηση του λιανικού εμπορίου
- Η φύση και η σπουδαιότητά του
- Ταξινόμηση των επιχειρήσεων λιανικού εμπορίου
- Τύποι λιανοπωλητών - κατηγορίες
- Αποφάσεις διεύθυνσης λιανικών πωλήσεων
- Διεύθυνση προσωπικού λιανικών πωλήσεων
- Προγραμματισμός και έλεγχος αποθεμάτων
- Νομοθεσία που επηρεάζει το λιανικό εμπόριο
- Ασκήσεις πάνω στα θέματα της ενότητας

Χονδρεμπόριο

- Τα χαρακτηριστικά του χονδρεμπορίου - ο ρόλος του
- Η φύση του χονδρεμπορίου και η σπουδαιότητά του
- Η ανάπτυξή του
- Τύποι του χονδρεμπορίου
- Αποφάσεις που είναι αναγκαίες στο marketing χονδρεμπορίου (τιμές, προώθηση κλπ)
- Νομοθεσία που επηρεάζει το χονδρικό εμπόριο
- Οι διάφορες τάσεις στο χονδρεμπόριο
- Κατηγορίες χονδρεμπόρων
- Διεύθυνση καταστημάτων χονδρικού εμπορίου
- Ασκήσεις πάνω σε θέματα της ενότητας

Φυσική διανομή

- Η έννοια και το περιεχόμενο της φυσικής διανομής
- Ο αντικειμενικός σκοπός της φυσικής διανομής
- Η διεκπεραίωση παραγγελιών
- Η διαδικασία της αποθήκευσης
- Τα ζητήματα των αποθεμάτων
- Η μεταφορά των εμπορευμάτων
- Η οργανωτική ευθύνη για τη φυσική διανομή και τη σωστή λειτουργία της.

Μάθημα: Διοίκηση – Σχεδιασμός Πωλήσεων (Γ' εξ.)

Ώρες μαθήματος/εβδομάδα (Θ, Ε, Σ): 2,0,2

Σκοπός - Μαθησιακά Αποτελέσματα

Το συγκεκριμένο μάθημα έχει ως σκοπό να εισάγει τους καταρτιζόμενους στις βασικές έννοιες της Διοίκησης και του σχεδιασμού των πωλήσεων, όπως αυτές εφαρμόζονται στο λιανικό και το χονδρικό εμπόριο, μέσα από τα κανάλια διανομής με οδηγίες του τμήματος πωλήσεων, προκειμένου να καταστούν ικανοί να αξιοποιήσουν τις γνώσεις αυτές στην επιχείρηση της οποίας θα αποτελούν μέλη του ανθρωπίνου δυναμικού, με την αποφοίτησή τους. Είναι δε μάθημα εξειδίκευσης με το οποίο οι καταρτιζόμενοι αποκτούν και εφαρμόζουν τις ειδικές επαγγελματικές γνώσεις -ικανότητες- δεξιότητες για την ειδικότητά τους.

Περιεχόμενο του Μαθήματος:

Η διοίκηση πωλήσεων

- Οι στόχοι και οι δραστηριότητες της λειτουργίας της πώλησης
- Η δομή και οργάνωση των πωλήσεων (βάση αγοράς –βάση περιφέρειας κλπ)
- Η στρατηγική των πωλήσεων
- Μέθοδοι προσδιορισμού αριθμού πωλητών
- Καθήκοντα των πωλητών
- Τρόποι υπολογισμού των αμοιβών των πωλητών
- Προσόντα και ικανότητες των πωλητών
- Προσέλκυση υποψηφίων
- Αξιολόγηση και επιλογή
- Εκπαίδευση - Τύποι πωλητών
- Εποπτεία του δυναμικού των πωλητών
- Προσδιορισμός προτύπων (standards) πωλήσεων
- Παρακίνηση του δυναμικού των πωλητών
- Τρόποι αξιολόγησης των πωλητών

Σχεδιασμός πωλήσεων

- Μέθοδος πώλησης προσανατολισμένη στις πωλήσεις
- Μέθοδος πώλησης προσανατολισμένη στον πελάτη -Εντοπισμός υποψηφίων πελατών - αξιολόγησή τους

Η προσωπική πώληση

- Προκαταρκτική προσέγγιση
- Η προσέγγιση
- Η παρουσίαση και επίδειξη
- Εφαρμογή του τύπου AIDA (Attention -Interest Desire-Action)
- Η αντιμετώπιση και ο χειρισμός των αντιρρήσεων
- Το κλείσιμο της πώλησης
- Οι δραστηριότητες μετά την πώληση
- Ο ρόλος της διαπραγμάτευσης στην πώληση
- Διαδικασία και μορφές διαπραγμάτευσης
- Μέθοδοι διαπραγμάτευσης
- Φάσεις διαπραγμάτευσης
- Η τεχνική των ερωτήσεων
- Προσδιορισμός του προβλήματος
- Τηλεφωνική επικοινωνία
- Πότε πρέπει να γίνεται η διαπραγμάτευση
- Η τέχνη της κατάληξης σε ικανοποιητικούς όρους συναλλαγής και για τις δύο πλευρές
- Οι πελάτες "κλειδιά" και η αντιμετώπισή τους από την πλευρά του marketing
- Προγραμματισμός ανάπτυξης σχέσεων με πελάτες κλειδιά.

Μάθημα: Συμπεριφορά καταναλωτή (Γ'εξ.)

Ώρες μαθήματος/εβδομάδα (Θ, Ε, Σ): 2,0,2

Σκοπός - Μαθησιακά Αποτελέσματα

Το συγκεκριμένο μάθημα έχει ως σκοπό να εισάγει τους καταρτιζόμενους στις βασικές έννοιες της συμπεριφοράς του καταναλωτή, τους παράγοντες που την επηρεάζουν και τις κατηγορίες αγοραστικής συμπεριφοράς προκειμένου να καταστούν ικανοί να αξιοποιήσουν τις γνώσεις αυτές στην επιχείρηση της οποίας θα αποτελούν μέλη του ανθρωπίνου δυναμικού, με την αποφοίτησή τους. Είναι δε μάθημα εξειδίκευσης με το οποίο οι καταρτιζόμενοι αποκτούν και εφαρμόζουν τις ειδικές επαγγελματικές γνώσεις -ικανότητες- δεξιότητες για την ειδικότητα τους.

Περιεχόμενο του Μαθήματος:

Βασικές έννοιες της αγοραστικής συμπεριφοράς του καταναλωτή

- Κατάτμηση αγοράς και καταναλωτής
- Έννοια - ορισμός και περιεχόμενο της αγοραστικής συμπεριφοράς
- Οι πληροφορίες που διοχετεύονται στον καταναλωτή και η επίδρασή τους στη συμπεριφορά του
- **Κυριότεροι παράγοντες που επηρεάζουν τη συμπεριφορά του καταναλωτή**
- Ατομική Υπόσταση του Καταναλωτή και η επίδρασή της στις αγοραστικές αποφάσεις (ηλικία - φύλο - επάγγελμα -Οικονομικές συνθήκες - τρόπος ζωής - προσωπικότητα, χαρακτήρας)
- Οι ψυχολογικοί παράγοντες και η επίδρασή τους στην αγοραστική απόφαση
- (παρακίνηση - αντίληψη - μάθηση - στάση και διαθέσεις)
- Οι κοινωνικοί παράγοντες και η επίδρασή τους (ομάδες αναφοράς - οικογένεια - κοινωνικοί ρόλοι - κοινωνική τάξη)
- Το πολιτισμικό περιβάλλον και η καταναλωτική συμπεριφορά (κουλτούρα- εθνικότητα - κοινωνική διαστρωμάτωση)

Κατηγορίες αγοραστικής συμπεριφοράς

- Η πολύπλοκη αγοραστική συμπεριφορά
- Η αγοραστική συμπεριφορά που ελαττώνει την αμφιβολία
- Η συνηθισμένη αγοραστική συμπεριφορά
- Η αγοραστική συμπεριφορά αναζήτησης της ποικιλίας

Η διαδικασία της λήψης της αγοραστικής απόφασης

- Ο ρόλος των εμπλεκομένων στη διαδικασία αξιολόγησης και επιλογής
- Ο ρόλος της ηγετικής θέσης στη διαδικασία αξιολόγησης και επιλογής
- Ο ρόλος των σχετικών με το προϊόν πληροφοριών στη λήψη απόφασης
- "Μοντέλα φάσης" της αγοραστικής διαδικασίας

Η προστασία του καταναλωτή

- Οι τάσεις για προστασία του καταναλωτή γενικά
- Το καθεστώς και οι τάσεις της προστασίας του καταναλωτή στην Ε.Ε. και στην Ελλάδα
- Ασκήσεις πάνω στα κυριότερα θέματα των ενοτήτων του μαθήματος.

Μάθημα: Δημόσιες Σχέσεις (Γ' εξ.)

Ώρες μαθήματος/εβδομάδα (Θ, Ε, Σ): 2,0,2

Σκοπός - Μαθησιακά Αποτελέσματα

Το συγκεκριμένο μάθημα έχει ως σκοπό να εισάγει τους καταρτιζόμενους στις βασικές έννοιες των δημοσίων σχέσεων των επιχειρήσεων και των οργανισμών, προκειμένου να καταστούν ικανοί να αξιοποιήσουν τις γνώσεις αυτές, με το πέρας των σπουδών τους και με την ενεργή συμμετοχή τους στο τμήμα δημοσίων σχέσεων μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού. Είναι δε μάθημα εξειδίκευσης με το οποίο οι καταρτιζόμενοι αποκτούν και εφαρμόζουν τις ειδικές επαγγελματικές γνώσεις -ικανότητες- δεξιότητες για την ειδικότητά τους.

Περιεχόμενο του Μαθήματος:

Εισαγωγή στις δημόσιες σχέσεις

- Ο ρόλος των δημοσίων σχέσεων στη σύγχρονη επιχείρηση
- Ανάλυση του μοντέλου επικοινωνίας δημοσίων σχέσεων
- Δημόσιες σχέσεις και κοινή γνώμη
- Η σχέση της διαφήμισης με τις δημόσιες σχέσεις
- Η σχέση της προώθησης πωλήσεων με τις δημόσιες σχέσεις
- Η σχέση της προπαγάνδας με τις δημόσιες σχέσεις
- Η σχέση Ανθρωπίνων σχέσεων με τις δημόσιες σχέσεις
- Οι διάφορες ομάδες κοινού από τη σκοπιά των Δημοσίων σχέσεων
- Οι έρευνες των δημοσίων σχέσεων
- Η διαδικασία έρευνας της κοινής γνώμης

Πρακτική των δημοσίων σχέσεων

- Δημόσιες σχέσεις με προσανατολισμό την αγορά
- Ο προγραμματισμός των δημοσίων σχέσεων
- Τα στάδια του προγράμματος των δημοσίων σχέσεων
- Τα χρησιμοποιούμενα μέσα για την ανάπτυξη των δημοσίων σχέσεων
- Επιλογή μέσων για τις δημόσιες σχέσεις
- Η τηλεόραση
- Ο Τύπος
- Το ραδιόφωνο
- Ειδικές εκδηλώσεις
- Οι σύμβουλοι Δημοσίων σχέσεων
- Δελτία τύπου – συνέδρια

Ασκήσεις εφαρμογής πάνω στην ύλη του μαθήματος.

Μάθημα: Επεξεργασία Κειμένου (Η/Υ)(Γ' εξ.)

Ώρες μαθήματος/εβδομάδα (Θ, Ε, Σ): 0,2,2

Σκοπός - Μαθησιακά Αποτελέσματα

Το συγκεκριμένο μάθημα έχει ως σκοπό να εισάγει τους καταρτιζόμενους στις βασικές δυνατότητες και λειτουργίες ενός προγράμματος επεξεργασίας κειμένου – κειμενογράφου, προκειμένου οι καταρτιζόμενοι να καταστούν ικανοί να αξιοποιήσουν τις γνώσεις αυτές στην συγγραφή επιστολών, αναφορών, προσκλήσεων και στη συγχώνευση αλληλογραφίας στην επιχείρηση που θα εργαστούν ή θα διοικήσουν. Είναι δε μάθημα βασικής κατάρτισης με το οποίο οι καταρτιζόμενοι αποκτούν τις βασικές γνώσεις - ικανότητες - δεξιότητες για την ειδικότητά τους.

Περιεχόμενο του Μαθήματος:

- Εισαγωγή στο Word
- Επιλογές Διαχείρισης Εγγράφων, Προγράμματος
- Μενού
- Βασικές Λειτουργίες, Τρόπος Εργασίας
- Εισαγωγή κειμένου
- Επεξεργασία κειμένου
- Μορφοποίηση κειμένου
- Διαχείριση, Διαγραφή Κειμένου, Διάταξη
- **Εισαγωγή, Επεξεργασία, Μορφοποίηση:**
 - Παραγράφων, Σελίδων
 - Πινάκων, Στηλών, Γραμμών, Κελιών και Περιεχομένων
 - Εικόνων, Αντικειμένων, Φόντου
 - Κεφαλίδων, Υποσέλιδων, Σχολίων
- Δημιουργία, Σύνταξη Βιογραφικού, Διαμόρφωση, Διαχείριση, Στυλ
- Εκκίνηση Διαδικασίας Αλληλογραφίας
- Σύνταξη, Διόρθωση, και Ολοκλήρωση
- Διάρθρωση Εγγράφου & Οργάνωση Εγγράφου

Μάθημα: Στρατηγική & Σχεδιασμός Marketing (Marketing Plan) (Γ'εξ.)

Ώρες μαθήματος/εβδομάδα (Θ, Ε, Σ): 3,0,3

Σκοπός - Μαθησιακά Αποτελέσματα

Το συγκεκριμένο μάθημα έχει ως σκοπό να εισάγει τους καταρτιζόμενους στις βασικές έννοιες της προετοιμασίας και της συγγραφής ενός marketing plan, προκειμένου να καταστούν ικανοί να αξιοποιήσουν τις γνώσεις αυτές με το πέρας των σπουδών τους και με την ενεργή συμμετοχή τους στο τμήμα marketing και στρατηγικού σχεδιασμού μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού. Είναι δε μάθημα εξειδίκευσης με το οποίο οι καταρτιζόμενοι αποκτούν και εφαρμόζουν τις ειδικές επαγγελματικές γνώσεις -ικανότητες- δεξιότητες για την ειδικότητά τους.

Περιεχόμενο του Μαθήματος:

Στρατηγικός σχεδιασμός επιχειρήσεων

- Αποστολή της επιχείρησης
- Προσδιορισμός των στρατηγικών τομέων δραστηριότητας
- Αξιολόγηση του τρέχοντος χαρτοφυλακίου δραστηριοτήτων

Τα στάδια της διαδικασίας του στρατηγικού σχεδιασμού των τομέων δραστηριοτήτων

- Ανάλυση του εξωτερικού περιβάλλοντος (ανάλυση ευκαιριών)
- Ανάλυση του εσωτερικού περιβάλλοντος (ανάλυση των δυνατών αδυναμιών)
- Επιλογή αντικειμενικών σκοπών και στόχων της δραστηριότητας
- Διαμόρφωση στρατηγικής
- Κατάστρωση προγραμμάτων
- Υλοποίηση προγραμμάτων
- Παρακολούθηση των εξελίξεων - ανάδραση
- Έλεγχος

Η διαδικασία σχεδιασμού στρατηγικής Marketing

- Τα στάδια της διαδικασίας σχεδιασμού marketing
- Το σχέδιο marketing και η συμβολή του στο συντονισμό της λειτουργίας του marketing
- Η καταναλωτική συμπεριφορά και οι παράγοντες που την επηρεάζουν
- Η αγοραστική απόφαση και η κατανόησή της από τον επιχειρηματία
- Η γενική προσέγγιση της τμηματοποίησης
- Αγορές και περιθωριακές αγορές
- Τρόποι τμηματοποίησης της αγοράς
- Διαδικασία τμηματοποίησης
- Προσδιορισμός του προφίλ των τμημάτων αγοράς
- Προϋποθέσεις για αποτελεσματική τμηματοποίηση
- Αξιολόγηση των τμημάτων αγοράς
- Επιλογή των τμημάτων αγοράς
- Ανταγωνιστική διαφοροποίηση
- Ανάπτυξη νέου προϊόντος
- Στρατηγικές για τη φάση της ωριμότητας - παρακμής προϊόντος, τιμολογιακή πολιτική, πολιτική διανομής.

Μάθημα: Πρακτική Εφαρμογή στην ειδικότητα (Γ' εξ.)

Ώρες μαθήματος/εβδομάδα (Θ, Ε, Σ): 0,3,3

Σκοπός - Μαθησιακά Αποτελέσματα

Σκοπός του μαθήματος «Πρακτική Εφαρμογή στην ειδικότητα» , είναι να βοηθήσει τους σπουδαστές να κατανοήσουν στην πράξη και να αποκτήσουν σαφή αντίληψη του περιεχομένου και της φιλοσοφίας του «Μάρκετινγκ» και του περιβάλλοντος στο οποίο αυτό δραστηριοποιείται. Να κατανοήσουν την σπουδαιότητα και τη σημασία του Μάρκετινγκ και των επιμέρους λειτουργιών του. Να βοηθήσει τους σπουδαστές στην εξοικείωση με τις μεθόδους και τις τεχνικές του. Να τους εισαγάγει στη σκέψη, στην εξέλιξη και στην πρακτική του Μάρκετινγκ. Να γνωρίσουν τις λειτουργίες του και τη σχέση του με όλες τις υπόλοιπες λειτουργίες της επιχείρησης και να μπορούν να επιλύουν απλά και συχνά προβλήματα όπως αντιμετωπίζονται καθημερινά από στελέχη Μάρκετινγκ πρώτης γραμμής.

Με την ολοκλήρωση του μαθήματος της πρακτικής εφαρμογής της ειδικότητας ο σπουδαστής θα είναι πιο εξοικειωμένος με το επιχειρησιακό περιβάλλον στο οποίο θα εργαστεί.

Για την πρακτική εφαρμογή στην ειδικότητα προτείνεται ανάθεση εκπόνησης εργασιών από τον υπεύθυνο/η καθηγητή /τρια είτε υπό τη μορφή σχεδίου (project) είτε υπό τη μορφή μελέτης περίπτωσης (case study), που αποτελούν για την ειδικότητα αποδεδειγμένα αποτελεσματική μέθοδο εκπαίδευσης στελεχών Μάρκετινγκ. Οι σπουδαστές θα εξετάζουν πραγματικά θέματα - προβλήματα από τον επιχειρησιακό χώρο, και θα παρουσιάζουν τα συμπεράσματα τους με τη χρήση Ms PowerPoint ή άλλου προγράμματος παρουσίασης.

Στόχος είναι να γίνει εφαρμογή των θεωρητικών γνώσεων που έχουν αποκτηθεί. Επιπλέον μια ενότητα των εργαστηριακών παραδόσεων θα στοχεύει στον προγραμματισμό της σταδιοδρομίας των σπουδαστών μέσα από απλές εφαρμογές διαχείρισης χρόνου, σύνταξης βιογραφικού σημειώματος κ.ά.

Προτείνονται επίσης εκπαιδευτικές επισκέψεις σε επιχειρήσεις (παραγωγικές) διαφορετικών κλάδων στα τμήματα Μάρκετινγκ καθώς και σε επαγγελματικούς φορείς όπως επιμελητήρια, Υπουργεία, Δ.Ο.Υ., ΓΠΠΣ κ.ά..

Η πρακτική εφαρμογή στην ειδικότητα αφορά σε ανάθεση εργασίας Γ' εξαμήνου με σκοπό την έμπρακτη χρήση και τον εμπλουτισμό των γνώσεων που αποκόμισε ο σπουδαστής σε κάθε εξάμηνο. Η εργασία παραδίδεται στο τέλος του εξαμήνου και μπορεί να έχει τη μορφή γραπτού κειμένου ή έργου – κατασκευής. Σε κάθε εξάμηνο ορίζεται ο υπεύθυνος καθηγητής, στον οποίο αναφέρεται ο σπουδαστής και παραδίδεται τελικώς η εργασία. Ο υπεύθυνος καθηγητής εποπτεύει τη διαδικασία και διευκολύνει το σπουδαστή παρέχοντας πηγές αλλά και διευκρινίσεις σχετικές με το θέμα και τη μορφή της εργασίας. Είναι δε μάθημα εξειδίκευσης με το οποίο οι καταρτιζόμενοι αποκτούν και εφαρμόζουν τις ειδικές επαγγελματικές γνώσεις -ικανότητες- δεξιότητες για την ειδικότητά τους.

Ενδεικτικές θεματικές για την εκπόνηση εργασιών είναι οι εξής:

- ❖ **ΕΡΕΥΝΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ**
 - Συστήματα πληροφοριών και έρευνα Μάρκετινγκ. Έρευνα και επιλογή αγορών-στόχων, μέτρηση και πρόβλεψη ζήτησης.
- ❖ **ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ**
 - Διαφημιστικά μέσα, Μάρκετινγκ λιανικού-χονδρικού εμπορίου.
 - Σχεδιασμός διαφημιστικών προγραμμάτων και δημοσίων σχέσεων.
- ❖ **ΠΩΛΗΣΕΙΣ**
 - Σχεδιασμός της δύναμης των πωλήσεων. Συμπεριφορά καταναλωτή - Ανάλυση αγορών και αγοραστικής συμπεριφοράς καταναλωτών.
- ❖ **Marketing Plan**

- Δημιουργία σχεδίου Μάρκετινγκ (Marketing Plan). Ανάλυση υφισταμένης κατάστασης, ανάλυση ευκαιριών, επιλογή αντικειμενικών στόχων, στρατηγική Μάρκετινγκ, προγράμματα, εφαρμογή μεθόδου SWOT.

Προτείνεται η ανάθεση της εργασίας σε ομάδες (3-4 ατόμων) ή ατομικά. Η επιλογή και εκπόνηση των εργασιών να αφορά πραγματικές επιχειρήσεις (παραγωγικές) και προϊόντα ή τη δημιουργία εικονικών επιχειρήσεων και προϊόντων.

Δ' Εξάμηνο – Ώρες-Μαθησιακά Αποτελέσματα – Περιεχόμενο

Μάθημα: Μέθοδοι και τεχνικές προβλέψεων marketing (Δ' εξ.)

Ώρες μαθήματος/εβδομάδα (Θ, Ε, Σ): 3,0,3

Σκοπός - Μαθησιακά Αποτελέσματα

Το συγκεκριμένο μάθημα έχει ως σκοπό να εισάγει τους καταρτιζόμενους στις βασικές έννοιες των μεθόδων και των τεχνικών προβλέψεων στο marketing, προκειμένου να καταστούν ικανοί να αξιοποιήσουν τις γνώσεις αυτές σε στοιχειώδη θέματα του τμήματος marketing και πωλήσεων, ώστε να προβλέψουν την καταναλωτική ζήτηση που αφορά τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που προσφέρει η επιχείρηση που θα εργαστούν ή θα διοικήσουν. Είναι δε μάθημα εξειδίκευσης με το οποίο οι καταρτιζόμενοι αποκτούν και εφαρμόζουν τις ειδικές επαγγελματικές γνώσεις -ικανότητες- δεξιότητες για την ειδικότητά τους.

Περιεχόμενο του Μαθήματος:

Βασικές έννοιες στη μέτρηση της ζήτησης

- Η σκοπιμότητα εξασφάλισης προβλέψεων ζήτησης
- Είδη μετρήσεων της ζήτησης
- Συνολική και δυνητική αγορά
- Αγοραία ζήτηση (ορισμός και περιεχόμενο)
- Ζήτηση εταιρείας (ορισμός και περιεχόμενο)

Εκτίμηση της ζήτησης

- Χρήση αποτελεσμάτων έρευνας marketing
- Συνολικό δυναμικό της αγοράς
- Δυναμικό περιφερειακής αγοράς
- Συνολικές πωλήσεις του κλάδου
- Μερίδια αγοράς
- Υποδείγματα προβλέψεων υφιστάμενων προϊόντων (ποσοτική προσέγγιση - ανάλυση επιχειρηματικής δυναμικότητας)
- Ανάλυση απλής και πολλαπλής παλινδρόμησης
- Κινητοί Μέσοι και παρόμοιες μέθοδοι
- Μέθοδος εκθετικής ομαλοποίησης
- Μέθοδος ελάχιστων τετραγώνων και ομαλοποίησης
- Απάλειψη εποχικότητας
- Ανάλυση σφαλμάτων πρόβλεψης
- Μέθοδοι ελέγχου προσαρμογής
- Πολλαπλές χρονολογικές σειρές
- Μέθοδος πρόβλεψη κατά Bayes

Μάθημα: Σύγχρονο περιβάλλον γραφείου (Δ' εξ.)

Ωρες μαθήματος/εβδομάδα (Θ, Ε, Σ): 2,0,2

Σκοπός - Μαθησιακά Αποτελέσματα

Το συγκεκριμένο μάθημα έχει ως σκοπό να εισάγει τους καταρτιζόμενους στις βασικές αρχές που διέπουν το σύγχρονο περιβάλλον γραφείου στο εσωτερικό των επιχειρήσεων και των οργανισμών, προκειμένου να καταστούν ικανοί να αξιοποιήσουν τις γνώσεις αυτές με το πέρασ των σπουδών τους και με την ενεργή συμμετοχή τους και ομαλή ένταξη στο περιβάλλον λειτουργίας μιας σύγχρονης επιχείρησης ή ενός οργανισμού. Είναι δε μάθημα βασικής κατάρτισης με το οποίο οι καταρτιζόμενοι αποκτούν τις βασικές γνώσεις - ικανότητες - δεξιότητες για την ειδικότητά τους.

Περιεχόμενο του Μαθήματος:

- Διοικητικές δραστηριότητες του γραφείου
- Οργάνωση επισκέψεων προϊσταμένου
- Οργάνωση επαγγελματικών συναντήσεων
- Επικοινωνία
- Αρχείο
- Σκοποί αρχείου
- Ταξινόμηση
- Ταξιθέτηση
- Συστήματα αρχειοθέτησης
- Αλληλογραφία
- Διάκριση αλληλογραφίας
- Διαβάθμιση αλληλογραφίας
- Κώδικας Δεοντολογίας γραφείου
- Έννοια και σημασία της εμπορικής αλληλογραφίας
- Διακρίσεις της εμπορικής αλληλογραφίας
- Μέσα διεξαγωγής της εμπορικής αλληλογραφίας
- Εμπορική επιστολή
- Άλλα μέσα διεξαγωγής της αλληλογραφίας
- Σύνταξη δημοσίων εγγράφων
- Εξουσιοδότηση
- Συστατικές επιστολές
- Δελτία τύπου
- Έντυπα

Μάθημα: Λογιστικά Φύλλα (Spread Sheets- Η/Υ) (Δ' εξ.)

Ώρες μαθήματος/εβδομάδα (Θ, Ε, Σ): 0,2,2

Σκοπός - Μαθησιακά Αποτελέσματα

Το συγκεκριμένο μάθημα έχει ως σκοπό να εισάγει τους καταρτιζόμενους στις βασικές δυνατότητες και λειτουργίες ενός προγράμματος λογιστικών φύλλων (spread sheets), προκειμένου οι καταρτιζόμενοι να καταστούν ικανοί να αξιοποιήσουν τις γνώσεις αυτές στη δημιουργία λογιστικών φύλλων, τα οποία θα απλουστεύουν την καθημερινότητα στην επιχείρηση που θα εργαστούν ή θα διοικήσουν. Είναι δε μάθημα βασικής κατάρτισης με το οποίο οι καταρτιζόμενοι αποκτούν τις βασικές γνώσεις - ικανότητες - δεξιότητες για την ειδικότητά τους.

Περιεχόμενο του Μαθήματος

- Εισαγωγή στο Excel. Παράθυρο Προγράμματος, Μενού
- Βασικές Λειτουργίες, Τρόπος Εργασίας
- Εισαγωγή, Επεξεργασία, Μορφοποίηση:
 Δεδομένων, Κελιών, Στηλών, Γραμμών, Φύλλων Εργασίας
 Πινάκων
- Φιλτράρισμα δεδομένων
- Εισαγωγή, Επεξεργασία, Παραμετροποίηση Βασικών Συναρτήσεων (Sum, Average, Count, Max, Min, If)
- Σύνταξη και Εισαγωγή, Παραμετροποιημένων Συναρτήσεων
- Εισαγωγή, Επεξεργασία, Μορφοποίηση:
 Γραφημάτων
 Εικόνων, Αντικειμένων, Φόντου
- Διαχείριση Κεφαλίδων & Υποσέλιδων
- Δημιουργία, Διαχείριση Συγκεντρωτικού Πίνακα & Συγκεντρωτικού Γραφήματος, Correlation
- Επιλογές Διαχείρισης Προγράμματος – Ιδιότητες
- Μακροεντολές

Μάθημα: Χρηματοοικονομική Διοίκηση (Δ'εξ.)

Ώρες μαθήματος/εβδομάδα (Θ, Ε, Σ): 2,0,2

Σκοπός - Μαθησιακά Αποτελέσματα

Το συγκεκριμένο μάθημα έχει ως σκοπό να εισάγει τους καταρτιζόμενους στις βασικές έννοιες της χρηματοοικονομικής διοίκησης, προκειμένου να καταστούν ικανοί να αξιοποιήσουν τις γνώσεις αυτές σε στοιχειώδη θέματα αξιολόγησης επενδυτικών σχεδίων και στη λήψη αποφάσεων ως μελλοντικά στελέχη επιχειρήσεων και οργανισμών. Είναι δε μάθημα εξειδίκευσης με το οποίο οι καταρτιζόμενοι/νες αποκτούν και εφαρμόζουν τις ειδικές επαγγελματικές γνώσεις -ικανότητες- δεξιότητες για την ειδικότητα τους.

Περιεχόμενο του Μαθήματος

Εισαγωγή στην Χρηματοοικονομική

- Διοικητική δομή επιχειρηματικών αποφάσεων
- Ο ρόλος των οικονομικών στελεχών
- Βασικές Χρηματοοικονομικές αποφάσεις - Απόφαση επένδυσης
- Απόφαση χρηματοδότησης- Μερισματική πολιτική
- Αντίκτυπος χρηματοοικονομικής απόφασης

Το οικονομικό περιβάλλον της επιχειρηματικής δραστηριότητας

- Νομισματική πολιτική
- Πιστωτική πολιτική
- Δημοσιονομική πολιτική
- Φορείς επιχειρηματικής δραστηριότητας (Ατομική επιχείρηση, Προσωπικές επιχειρήσεις, Εταιρείες κεφαλαίων)
- Το φορολογικό περιβάλλον
- Η φορολογία μέσω οικονομικής πολιτικής

Ταμειακές ροές

- Αξία του χρήματος στο χρόνο
- Ανατοκισμός - παρούσα αξία – ράντες
- Εισαγωγή στην έννοια του ρίσκου
- Δομή επιτοκίων
- Κυκλοφοριακή ταχύτητα εμπορευμάτων
- Ρευστότητα (Ταμείο, Λογ/σμοί πελατών, Λογ/σμοί αποθεμάτων)
- Δομή ισολογισμού (από πλευράς επενδυτή - χρηματοδότη)

Μάθημα: Marketing Υπηρεσιών (Δ'εξ.)

Ώρες μαθήματος/εβδομάδα (Θ, Ε, Σ): 2,0,2

Σκοπός - Μαθησιακά Αποτελέσματα

Το συγκεκριμένο μάθημα έχει ως σκοπό να εισάγει τους καταρτιζόμενους στις βασικές έννοιες του Marketing στον τριτογενή τομέα - υπηρεσιών, προκειμένου να καταστούν ικανοί να αξιοποιήσουν τις γνώσεις αυτές στην ανάλυση του περιβάλλοντος, στην ανάλυση της αγοράς, στις υπηρεσίες που προσφέρει, στην τιμολογιακή πολιτική και στα κανάλια διανομής που παράγει, εφαρμόζει και χρησιμοποιεί μια επιχείρηση, της οποίας θα αποτελούν μέλη του ανθρωπίνου δυναμικού με την αποφοίτησή τους. Είναι δε μάθημα εξειδίκευσης με το οποίο οι καταρτιζόμενοι/νες αποκτούν και εφαρμόζουν τις ειδικές επαγγελματικές γνώσεις -ικανότητες- δεξιότητες για την ειδικότητα τους.

Περιεχόμενο του Μαθήματος:

Γενικά για το Marketing των Υπηρεσιών

- Φύση του marketing υπηρεσιών
- Ανάπτυξη αποτελεσματικής αποστολής υπηρεσιών
- Κατάτμηση αγοράς υπηρεσιών
- Θέση και διαφοροποίηση υπηρεσιών
- Σχεδιασμός marketing plans για υπηρεσίες
- Οργάνωση προσανατολισμού προς τον πελάτη

Ειδικά Θέματα για Marketing Υπηρεσιών

- Τουριστικό marketing
- Έννοιες του marketing τουριστικών υπηρεσιών
- Στρατηγικές σχεδιασμού και ανάπτυξης τακτικής τουριστικού marketing
- Λειτουργία των βασικών εργαλείων του τουριστικού marketing
- Εφαρμογή μεθόδων marketing στην τουριστική βιομηχανία
- Marketing χρηματοοικονομικών υπηρεσιών (τραπεζικών, ασφαλιστικών και χρηματιστηριακών υπηρεσιών)
- Ανάλυση της ζήτησης
- Ο ρόλος των στρατηγικών marketing
- Συγκριτική ανάλυση
- Αγροτικό marketing
- Ανάλυση αγοράς
- Ρόλος των στρατηγικών κατευθύνσεων του αγροτικού marketing
- Προοπτικές στην ελληνική οικονομία

Μάθημα: Προγραμματισμός Άμεσου Marketing – Προωθήσεων – Δημοσίων Σχέσεων (Δ' εξ.)

Ώρες μαθήματος/εβδομάδα (Θ, Ε, Σ): 2,0,2

Σκοπός - Μαθησιακά Αποτελέσματα

Το συγκεκριμένο μάθημα έχει ως σκοπό να εισάγει τους καταρτιζόμενους στις βασικές έννοιες του προγραμματισμού άμεσου marketing, προώθησης και δημοσίων σχέσεων, προκειμένου να καταστούν ικανοί να αξιοποιήσουν τις γνώσεις αυτές στην επιχείρηση της οποίας θα αποτελούν μέλη του ανθρωπίνου δυναμικού, με την αποφοίτησή τους. Είναι δε μάθημα εξειδίκευσης με το οποίο οι καταρτιζόμενοι/νες αποκτούν και εφαρμόζουν τις ειδικές επαγγελματικές γνώσεις -ικανότητες- δεξιότητες για την ειδικότητά τους.

Περιεχόμενο του Μαθήματος:

- **Προγραμματισμός άμεσου Marketing**
- Η φύση και η ανάπτυξη του άμεσου Marketing
- Συνολικό δυναμικό της αγοράς
- Δυναμικό περιφερειακής αγοράς
- Συνολικές πωλήσεις του κλάδου
- Μερίδια αγοράς
- Τα μέσα και οι τεχνικές για την εφαρμογή του άμεσου Μάρκετινγκ
- **Προγραμματισμός προώθησης πωλήσεων**
- Διαφήμιση και προώθηση πωλήσεων
- Περιεχόμενο εργαλεία και εξέλιξη της προώθησης πωλήσεων
- Σκοπός της προώθησης πωλήσεων (Π.Π.)
- Η χρησιμοποίηση της προώθησης πωλήσεων
 - α. καθορισμός στόχων Π.Π.
 - β. επιλογή εργαλείων Π.Π. (για προώθηση προς τον καταναλωτή - προς το εμπόριο - προς τις επιχειρήσεις)
- Κατάρτιση προγράμματος προώθησης πωλήσεων
- Προέλεγχος του προγράμματος Π.Π.
- Υλοποίηση και έλεγχος του προγράμματος Π.Π.
- Αξιολόγηση των αποτελεσμάτων της Π.Π.
- Εφαρμογές άμεσου Μάρκετινγκ
- Τηλεμάρκετινγκ
- Το Direct Mail
- **Οι δημόσιες σχέσεις από τη σκοπιά του Marketing**
- Η βοήθεια των Δημόσιων Σχέσεων προς το marketing
 - α. Δημιουργία επίγνωσης για το προϊόν
 - β. Δημιουργία αξιοπιστίας με δημοσιεύσεις μηνυμάτων κύρους
 - γ. Παρακίνηση των πωλητών
 - δ. Διατήρηση σε χαμηλά επίπεδα του κόστους προώθησης
- Επιλογή των μηνυμάτων και των οχημάτων των Δημοσίων Σχέσεων
- Εφαρμογή προγράμματος Δημοσίων Σχέσεων Marketing
- Αξιολόγηση των αποτελεσμάτων των Δημοσίων Σχέσεων

Μάθημα: Διοίκηση Marketing (Δ' εξ.)

Ώρες μαθήματος/εβδομάδα (Θ, Ε, Σ): 2,0,2

Σκοπός - Μαθησιακά Αποτελέσματα

Το συγκεκριμένο μάθημα έχει ως σκοπό να εισάγει τους καταρτιζόμενους στις βασικές έννοιες της Διοίκησης Marketing, προκειμένου να καταστούν ικανοί να αξιοποιήσουν τις γνώσεις αυτές στην έρευνα, στην αξιολόγηση και στη λήψη αποφάσεων σχετικά με τα θέματα marketing μιας επιχείρησης της οποίας θα αποτελούν μέλη του ανθρωπίνου δυναμικού, με την αποφοίτησή τους. Είναι δε μάθημα εξειδίκευσης με το οποίο οι καταρτιζόμενοι/νες αποκτούν και εφαρμόζουν τις ειδικές επαγγελματικές γνώσεις -ικανότητες- δεξιότητες για την ειδικότητά τους.

Περιεχόμενο του Μαθήματος:

- **Κατανομή του Marketing - Management**
- Οργάνωση του marketing
- Επιχειρηματικός σχεδιασμός marketing
- Επιλογή αγοράς και σχεδιασμός προϊόντων
- Στρατηγικά παράθυρα
- Σχεδιασμός κερδών και μερίδιο αγοράς
- Σχεδιασμός δικτύων διανομής
- **Σύστημα Υποστήριξης Αποφάσεων Marketing**
- Συστήματα υποστήριξης αποφάσεων
- Επίλυση προβλημάτων και κρίσεις στο marketing
- Εργαλεία σχετικά με την αποτελεσματική κατανομή των πόρων του marketing, προγράμματος Η/Υ του μείγματος marketing : εξίσωσης πωλήσεων - αριστοποίησης κερδών – αριστοποίησης του μείγματος marketing
- **Οργανωτικά Σχήματα Του Marketing**
- Το management προϊόντος (product management) και η οργάνωσή του
- Το management αγοράς και η οργάνωσή του
- Οι προδιαγραφές εργασίας των υπευθύνων managers
- Η διαδικασία μετατροπής των σχεδίων marketing σε αναθέσεις έργων
- **Έλεγχος και Συστήματα Έλεγχου Marketing**
- Προϋπολογισμοί και προβλέψεις
- Χρηματοδότηση του marketing plan
- Έλεγχος γενικά
- Εσωτερικός έλεγχος marketing
- Ανάλυση MOT και SWOT

Μάθημα: Διεθνές Marketing (Δ' εξ.)

Ώρες μαθήματος/εβδομάδα (Θ, Ε, Σ): 2,0,2

Σκοπός - Μαθησιακά Αποτελέσματα

Το συγκεκριμένο μάθημα έχει ως σκοπό να εισάγει τους καταρτιζόμενους στις βασικές έννοιες του Διεθνούς Marketing προκειμένου να καταστούν ικανοί να αξιοποιήσουν τις γνώσεις αυτές στην προσπάθεια της επιχείρησης που θα εργαστούν για διεθνοποίηση της δραστηριότητάς της και πραγματοποίησης άμεσων ξένων επενδύσεων. Είναι δε μάθημα εξειδίκευσης με το οποίο οι καταρτιζόμενοι/νες αποκτούν και εφαρμόζουν τις ειδικές επαγγελματικές γνώσεις -ικανότητες- δεξιότητες για την ειδικότητά τους.

Περιεχόμενο του Μαθήματος:

Εισαγωγή στο Διεθνές Marketing

- Διεθνές Marketing και λειτουργία της διεθνούς οικονομίας
- Θεωρίες συμπεριφοράς εξαγωγικής δραστηριότητας και διαδικασίας διεθνοποίησης προϊόντων και υπηρεσιών
- Μελέτες περιπτώσεων στη διεθνοποίηση προϊόντων και υπηρεσιών
- Ανάλυση της υποδομής της αγοράς
- Διερεύνηση των δυνατοτήτων του Διεθνούς Marketing
- Παράγοντες επιτυχίας και προβλήματα των μικρών και μεσαίων ελληνικών εξαγωγικών επιχειρήσεων
- Άμεσο και έμμεσο Διεθνές Marketing
- Επενδύσεις
- Βελτίωση της αποτελεσματικότητας των στρατηγικών του Διεθνούς Marketing

Πρώθηση προϊόντος στη Διεθνή Αγορά

- Αποφάσεις πολιτικής προϊόντος
- Προσαρμογή προϊόντος στις ανάγκες της διεθνούς αγοράς
- Τιμολόγηση, πίστωση και επιχειρηματική πρακτική
- Λογιστικός έλεγχος αποθεμάτων και επιλογή καναλιών διανομής
- Αποφάσεις στρατηγικής πρώθησης σε διεθνές περιβάλλον
- Σχεδιασμός Διεθνούς Marketing
- Σημαντικά λάθη στο παγκόσμιο Μάρκετινγκ
- Το διεθνές εμπορικό σύστημα
- Το διεθνές οικονομικό-νομικό και πολιτικό περιβάλλον
- Η απόφαση για δραστηριότητα στο εξωτερικό
- Ο διεθνής κύκλος ζωής προϊόντος
- Η απόφαση μιας εταιρείας για το σε ποιες αγορές του εξωτερικού να εισέλθει και με ποιό τρόπο
- Η απόφαση για την οργάνωση του Μάρκετινγκ (τμήμα εξαγωγών-τμήμα διεθνών υποθέσεων)
- Μελέτες περιπτώσεων

Μάθημα: Πρακτική Εφαρμογή στην ειδικότητα (Δ' εξ.)

Ώρες μαθήματος/εβδομάδα (Θ, Ε, Σ): 0,3,3

Σκοπός - Μαθησιακά Αποτελέσματα

Σκοπός του μαθήματος της πρακτικής εφαρμογής στην ειδικότητα του Μάρκετινγκ, είναι να βοηθήσει τους σπουδαστές να κατανοήσουν στην πράξη και να αποκτήσουν σαφή αντίληψη του περιεχομένου και της φιλοσοφίας του «Μάρκετινγκ» και του περιβάλλοντος στο οποίο αυτό δραστηριοποιείται. Να κατανοήσουν την σπουδαιότητα και τη σημασία του Μάρκετινγκ και των επιμέρους λειτουργιών του. Να βοηθήσει τους σπουδαστές στην εξοικείωση με τις μεθόδους και τις τεχνικές του. Να τους εισαγάγει στη σκέψη, στην εξέλιξη και στην πρακτική του Μάρκετινγκ. Να γνωρίσουν τις λειτουργίες του και τη σχέση του με όλες τις υπόλοιπες λειτουργίες της επιχείρησης και να μπορούν να επιλύουν απλά και συχνά προβλήματα όπως αντιμετωπίζονται καθημερινά από στελέχη Μάρκετινγκ πρώτης γραμμής.

Με την ολοκλήρωση του μαθήματος της πρακτικής εφαρμογής της ειδικότητας ο σπουδαστής θα είναι πιο εξοικειωμένος με το επιχειρησιακό περιβάλλον στο οποίο θα εργαστεί.

Για την πρακτική εφαρμογή στην ειδικότητα προτείνεται ανάθεση εκπόνησης εργασιών από τον υπεύθυνο/η καθηγητή /τρια είτε υπό τη μορφή σχεδίου (project) είτε υπό τη μορφή μελέτης περίπτωσης (case study), που αποτελούν για την ειδικότητα αποδεδειγμένα αποτελεσματική μέθοδο εκπαίδευσης στελεχών Μάρκετινγκ. Οι σπουδαστές θα εξετάζουν πραγματικά θέματα - προβλήματα από τον επιχειρησιακό χώρο, και θα παρουσιάζουν τα συμπεράσματά τους με τη χρήση Ms PowerPoint ή άλλου προγράμματος παρουσίασης.

Στόχος είναι να γίνει εφαρμογή των θεωρητικών γνώσεων που έχουν αποκτηθεί. Επιπλέον μια ενότητα των εργαστηριακών παραδόσεων θα στοχεύει στον προγραμματισμό της σταδιοδρομίας των σπουδαστών μέσα από απλές εφαρμογές διαχείρισης χρόνου, σύνταξης βιογραφικού σημειώματος κ.ά.

Προτείνονται επίσης εκπαιδευτικές επισκέψεις σε επιχειρήσεις (παραγωγικές) διαφορετικών κλάδων στα τμήματα Μάρκετινγκ καθώς και σε επαγγελματικούς φορείς όπως επιμελητήρια, Υπουργεία, Δ.Ο.Υ., ΓΓΠΣ κ.ά..

Η πρακτική εφαρμογή στην ειδικότητα αφορά σε ανάθεση εργασίας Δ' εξαμήνου με σκοπό την έμπρακτη χρήση και τον εμπλουτισμό των γνώσεων που αποκόμισε ο σπουδαστής σε κάθε εξάμηνο. Η εργασία παραδίδεται στο τέλος του εξαμήνου και μπορεί να έχει τη μορφή γραπτού κειμένου ή έργου – κατασκευής. Σε κάθε εξάμηνο ορίζεται ο υπεύθυνος καθηγητής, στον οποίο αναφέρεται ο σπουδαστής και παραδίδεται τελικώς η εργασία. Ο υπεύθυνος καθηγητής εποπτεύει τη διαδικασία και διευκολύνει το σπουδαστή παρέχοντας πηγές αλλά και διευκρινίσεις σχετικές με το θέμα και τη μορφή της εργασίας. Είναι δε μάθημα εξειδίκευσης με το οποίο οι καταρτιζόμενοι αποκτούν και εφαρμόζουν τις ειδικές επαγγελματικές γνώσεις -ικανότητες- δεξιότητες για την ειδικότητά τους.

Ενδεικτικές θεματικές για την εκπόνηση εργασιών είναι οι εξής:

- ❖ **ΜΕΘΟΔΟΙ ΚΑΙ ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΣΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ**
 - Μέθοδοι και αποτελεσματικές τεχνικές πωλήσεων.
- ❖ **ΑΜΕΣΟ ΜΚΤ - ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ**
 - Σχεδιασμός προγραμμάτων άμεσου Μάρκετινγκ, προώθησης πωλήσεων και δημοσίων σχέσεων.
- ❖ **ΔΙΕΘΝΕΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓ**
 - Κατάστρωση στρατηγικών για την παγκόσμια αγορά.
- ❖ **ΜΚΤ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ**
 - Στρατηγικές Μάρκετινγκ παροχής υπηρεσιών.
- ❖ **ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΜΚΤ**
 - Κατάστρωση στρατηγικών Μάρκετινγκ, τμηματοποίηση αγοράς, εναλλακτικές στρατηγικές, στρατηγική διαφοροποίησης, χωροθέτησης, συνεργία, στρατηγική συγχωνεύσεων, μήτρα ανάλυσης χαρτοφυλακίου προϊόντων (μέθοδος BCG).
- ❖ **ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ**

- ο Βασικές κατηγορίες χρηματοοικονομικών δεικτών. Εφαρμογή ανάλυσης χρηματοοικονομικών δεικτών. Ανάλυση νεκρού σημείου. Ανάλυση εισροών-εκροών. Κατάρτιση ταμειακού προγράμματος

Προτείνεται η ανάθεση της εργασίας σε ομάδες (3-4 ατόμων) ή ατομικά. Η επιλογή και εκπόνηση των εργασιών να αφορά πραγματικές επιχειρήσεις (παραγωγικές) και προϊόντα ή τη δημιουργία εικονικών επιχειρήσεων και προϊόντων.

Πρακτική Άσκηση ή Μαθητεία

1. Η εξάμηνη Πρακτική Άσκηση ή η Μαθητεία σε χώρους εργασίας, διάρκειας 960 ωρών, είναι υποχρεωτική για τους σπουδαστές των Ινστιτούτων Επαγγελματικής Κατάρτισης (Ι.Ε.Κ.) και θεωρείται απαραίτητη προϋπόθεση για την απόκτηση Βεβαίωσης Επαγγελματικής Κατάρτισης. Μέσω της Πρακτικής Άσκησης ή της Μαθητείας, οι καταρτιζόμενοι των Ι.Ε.Κ. ενισχύουν τις γνώσεις και τις δεξιότητες τους και αποκτούν επαγγελματική εμπειρία σε συναφείς με την κατάρτιση τους κλάδους, σε θέσεις που προσφέρονται από φορείς και επιχειρήσεις του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα. Η Πρακτική Άσκηση ή η Μαθητεία σε δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς είναι δυνατόν να χρηματοδοτείται από εθνικούς ή/και κοινοτικούς πόρους, σύμφωνα με τις ισχύουσες κάθε φορά διατάξεις .

2. Οι σπουδαστές των Ι.Ε.Κ. που έχουν συμπληρώσει τουλάχιστον 120 ημερομίσθια στην ειδικότητα που εγγράφονται, απαλλάσσονται, εφόσον το επιθυμούν, με υπεύθυνη δήλωση του άρθρου 8 του ν. 1599/1986 από την υποχρέωση φοίτησης του εξαμήνου Πρακτικής Άσκησης και τους απονέμεται η Βεβαίωση Επαγγελματικής Κατάρτισης με την ολοκλήρωση των τεσσάρων εξαμήνων της θεωρητικής και της εργαστηριακής κατάρτισης. Οι σπουδαστές των Ι.Ε.Κ. που έχουν συμπληρώσει τουλάχιστον 40 ημερομίσθια στην ειδικότητα που εγγράφονται, προσμετρούνται αυτά στον χρόνο της Πρακτικής Άσκησης, εφόσον το επιθυμούν, με υπεύθυνη δήλωση του άρθρου 8 του ν. 1599/1986.

Η Πρακτική Άσκηση, είναι συνολικής διάρκειας 960 ωρών. Η Πρακτική Άσκηση μπορεί να πραγματοποιείται μετά την ολοκλήρωση των δύο πρώτων εξαμήνων.

Οι σπουδαστές Ι.Ε.Κ. δύνανται να πραγματοποιούν την Πρακτική Άσκηση σε φυσικά πρόσωπα, Ν.Π.Δ.Δ., Ν.Π.Ι.Δ. και δημόσιες υπηρεσίες σύμφωνα με τις διατάξεις της παρ. 5 του άρθρου 23 του ν. 4186/2013 (Α' 193), όπως ισχύει, με ευθύνη του Ι.Ε.Κ. στο οποίο φοιτούν. Η περίοδος της πρακτικής άσκησης μπορεί να είναι συνεχιζόμενη ή τμηματική.

Η εποπτεία, ο συντονισμός, η διασφάλιση της ποιότητας και η αξιολόγηση της πρακτικής άσκησης πραγματοποιούνται με ευθύνη του Διευθυντή του Ι.Ε.Κ. ή άλλου οριζόμενου από αυτόν προσώπου ως Συντονιστή Πρακτικής Άσκησης. Ο Συντονιστής Π.Α. είναι αρμόδιος για την παρακολούθηση της παρουσίας του καταρτιζομένου, τη διασφάλιση της ποιότητας του περιβάλλοντος εργασίας του, τον επιτόπιο έλεγχο της επιχείρησης και την τήρηση ατομικού φακέλου πρακτικής άσκησης με τις σχετικές μηνιαίες εκθέσεις προόδου.

Η Πρακτική Άσκηση, τόσο στους ιδιωτικούς, όσο και στους φορείς του Δημοσίου, είναι δυνατόν να χρηματοδοτείται από εθνικούς ή/και κοινοτικούς πόρους, σύμφωνα με τις ισχύουσες κάθε φορά διατάξεις (Υ.Α. Κ1/54877/31-3-2017/ΦΕΚ 1245 Α').

3. Η Μαθητεία στα Ι.Ε.Κ., η οποία ορίζεται ως «Πρόγραμμα Μαθητείας Ι.Ε.Κ.» αποτελείται από δύο τμήματα: «Πρόγραμμα Μαθητείας στο Ι.Ε.Κ.» και «Πρόγραμμα Μαθητείας στον χώρο εργασίας». Στο Πρόγραμμα Μαθητείας Ι.Ε.Κ. εγγράφονται οι απόφοιτοι του 4ου εξαμήνου φοίτησης, εφόσον δεν έχουν πραγματοποιήσει πρακτική άσκηση.

Η συνολική διάρκεια του Προγράμματος Μαθητείας Ι.Ε.Κ. είναι 960 ώρες και επιμερίζεται σε 192 ώρες κατάρτισης στο Ι.Ε.Κ., και 768 ώρες μαθητείας στον χώρο εργασίας.

Το «Πρόγραμμα Μαθητείας Ι.Ε.Κ.» υλοποιείται σύμφωνα με τις διατάξεις του Κανονισμού Λειτουργίας των Ι.Ε.Κ., όπως κάθε φορά ισχύει.

4. Η παρακολούθηση της υλοποίησης του Προγράμματος Μαθητείας στον χώρο εργασίας και η ευθύνη συντονισμού για την εφαρμογή του Προγράμματος Μαθητείας, ανήκει στο οικείο Ι.Ε.Κ. Η αξιολόγηση του Προγράμματος Μαθητείας Ι.Ε.Κ. αφορά την αξιολόγηση των αποτελεσμάτων μάθησης των μαθητευομένων και πραγματοποιείται στο Ι.Ε.Κ. και στον χώρο εργασίας.

5. Κατά τη διάρκεια της Πρακτικής Άσκησης ή Μαθητείας στην ειδικότητα «**Στέλεχος Εμπορίας, Διαφήμισης και Προώθησης Προϊόντων (Marketing)**», ο πρακτικά ασκούμενος πρέπει να αποκτήσει και καλλιεργήσει εκείνες τις

γνώσεις - δεξιότητες και ικανότητες που απαιτούνται από το εργασιακό προφίλ επαγγελματικών ικανοτήτων της ειδικότητας και πιο συγκεκριμένα να καταστεί ικανός να:

ΓΝΩΣΕΙΣ

1. Αναγνωρίζει την έννοια και τις διακρίσεις του Marketing σύμφωνα με τις διαδικασίες και τις πρακτικές της αγοράς.
2. Περιγράφει με ολοκληρωμένο τρόπο έννοιες σχετικά με το σχεδιασμό και την υλοποίηση προγραμμάτων προώθησης και διάθεσης προϊόντων.
3. Προσδιορίζει τις έννοιες των Δημοσίων Σχέσεων, του Marketing και των Πωλήσεων στη λειτουργία της επιχείρησης/γραφείου/οργανισμού.
4. Ερμηνεύει πληροφορίες από στατιστικούς πίνακες και διαγράμματα ακολουθώντας τις αρχές της Στατιστικής.
5. Περιγράφει τις βασικές αρχές της μεθοδολογίας ανάπτυξης των δικτύων διανομής και διάθεσης των προϊόντων.
6. Διατυπώνει βασικές αρχές και έννοιες του Ιδιωτικού, Δημόσιου και Εμπορικού Δικαίου.
7. Περιγράφει έννοιες σχετικά με την Οργάνωση και Διοίκηση Επιχειρήσεων, τη Λογιστική και την Οικονομία.
8. Συγκρίνει τις έννοιες και τα χαρακτηριστικά των εταιρειών ανάλογα με τη νομική τους μορφή.

ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ

1. Συλλέγει και αξιολογεί πρωτογενή στοιχεία και πληροφορίες που αφορούν στον καταναλωτή, την αγορά και τον ανταγωνισμό.
2. Αναλύει τις τάσεις της αγοράς και τον όγκο των πωλήσεων.
3. Ελέγχει την υλοποίηση των πωλήσεων.
4. Χειρίζεται πλήρως όλες τις μηχανές γραφείου, τα πληροφοριακά συστήματα Επεξεργασίας Κειμένου, Υπολογιστικών Φύλλων, Βάσεων Δεδομένων, Ηλεκτρονικής Αλληλογραφίας καθώς και το Διαδίκτυο.
5. Σχεδιάζει την εισαγωγή και ανάπτυξη προγραμμάτων νέων προϊόντων.
6. Αναλύει στατιστικά στοιχεία και πίνακες για τις πωλήσεις.
7. Εφαρμόζει τις αρχές της διαφήμισης, προβολής και προώθησης των προϊόντων.

ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ

1. Ενεργεί με βάση τη δεοντολογία του επαγγέλματος.
2. Λειτουργεί σύμφωνα με τις αρχές, διαδικασίες, πολιτικές και κουλτούρα του οργανισμού στον οποίο εργάζεται.
3. Λαμβάνει οδηγίες και συνεργάζεται αποτελεσματικά με όλα τα τμήματα της επιχείρησης στο πλαίσιο ομαδικών εργασιών για την επίτευξη των σκοπών και των στόχων της επιχείρησης.
4. Λειτουργεί με επάρκεια και υπευθυνότητα στην τήρηση στενών χρονοδιαγραμμάτων.
5. Αντιμετωπίζει θετικά και συνεργάζεται με πελάτες και συνεργάτες.

7. Μέθοδοι Διδασκαλίας, Μέσα Διδασκαλίας, Εξοπλισμός, Εκπαιδευτικό Υλικό

Μέθοδοι Διδασκαλίας

Εφαρμόζονται όλες οι γνωστές μέθοδοι διδασκαλίας.

Ιδιαίτερη βαρύτητα δίνεται στην εφαρμογή των συμμετοχικών εκπαιδευτικών μεθόδων και των ενεργητικών εκπαιδευτικών τεχνικών σύμφωνα με τις αρχές της εκπαίδευσης ενηλίκων κατά τη διδακτική προσέγγιση των καταρτιζομένων από τους εκπαιδευτές.

Επίσης στα πλαίσια της κατάρτισης δύναται να πραγματοποιούνται:

Διαλέξεις από ειδικευμένους επαγγελματίες του κλάδου, εκπαιδευτικές επισκέψεις σε επιχειρήσεις και θεματικές εκθέσεις.

Εξοπλισμός - Μέσα Διδασκαλίας

Τα εποπτικά μέσα διδασκαλίας για τα θεωρητικά μαθήματα συνίστανται στα ακόλουθα:

- Πίνακας
- Projector

Το **εκπαιδευτικό υλικό** αποτελείται από σημειώσεις και συγγράμματα των εκπαιδευτών.

8. Προδιαγραφές Εργαστηρίων & Εργαστηριακός Εξοπλισμός

Σε κάθε εργαστήριο απαιτείται η ύπαρξη Τοπικού Δικτύου (LAN) για τα λειτουργικά περιβάλλοντα Windows και LINUX. Για την υλοποίηση των παραπάνω είναι απαραίτητη η ύπαρξη κεντρικής μονάδας (server) και έξυπνων σταθμών εργασίας (workstation). Ο κάθε σταθμός εργασίας θα αντιστοιχεί σε 2 το πολύ καταρτιζόμενους. Ελάχιστος αριθμός σταθμών εργασίας οκτώ (8) ανά τμήμα. Επιπλέον απαιτείται και ένας (1) σταθμός εργασίας για τον εκπαιδευτή. Ο εξοπλισμός σε υλικό (Hardware) του εργαστηρίου πρέπει να πληροί τα διεθνή standards ασφάλειας, εργονομίας και ηλεκτρομαγνητικής προστασίας και να αποτελείται από τα παρακάτω:

- Κεντρική μονάδα, με μικροεπεξεργαστή Pentium IV ανώτερο ή αντίστοιχο, με 2 GB RAM, με συχνότητα ρολογιού άνω των 4 GHz και κάρτα γραφικών τουλάχιστον τύπου SVGA 64 MB και έγχρωμη οθόνη. Ο σκληρός δίσκος της μονάδας πρέπει να είναι μεγέθους (χωρητικότητας) ικανού να περιλάβει το απαραίτητο λογισμικό και τα αρχεία που θα δημιουργηθούν κατά τη διάρκεια των μαθημάτων. Η μονάδα μπορεί να περιλαμβάνει raid controller και ένα δεύτερο σκληρό δίσκο (για disk mirroring) και μία μονάδα για τήρηση αντιγράφων ασφαλείας (back up) κ.λπ.
- Οι σταθμοί εργασίας (περιλαμβάνεται και ο σταθμός εργασίας του εκπαιδευτή), πρέπει να διαθέτουν επεξεργαστή Pentium IV, ανώτερο ή αντίστοιχο, τουλάχιστον με 2 GB RAM, με συχνότητα ρολογιού 4 GHz, με κάρτα γραφικών τύπου GeForce. Ο κάθε σταθμός εργασίας πρέπει να διαθέτει σκληρό δίσκο χωρητικότητας 40 GB τουλάχιστον και μία εσωτερική μονάδα CD.
- Υλικό και λογισμικό Τοπικού Δικτύου (LAN) για τη διασύνδεση των σταθμών εργασίας με την κεντρική μονάδα με ταχύτητα ≥ 10 MBps
- Υποστήριξη σύνδεσης στο διαδίκτυο (μέσω Proxy Server) όλων των σταθμών.
- Λογισμικό λειτουργικού συστήματος Windows XP ή νεότερο για την κεντρική μονάδα και για τους σταθμούς εργασίας.
- Για περιοχές στις οποίες υπάρχουν συχνές μεταβολές της τάσης του δικτύου ή διακοπές, απαιτείται η ύπαρξη μονάδας αδιάλειπτης παροχής ισχύος (UPS).

Το Λογισμικό που απαιτείται στο εργαστήριο είναι:

- Λογισμικό διαχείρισης του δικτύου
- Λογισμικό υποστήριξη σύνδεσης στο διαδίκτυο (Proxy) όλων των σταθμών
- Λογισμικό λειτουργικού συστήματος XP ή νεότερο
- Υλικό και λογισμικό λειτουργικού συστήματος LINUX
- Graphics user interface (GUI) - για την κεντρική μονάδα με δικαίωμα χρήσης από όλους τους σταθμούς εργασίας στο LINUX
- Πακέτα λογισμικού για την υλοποίηση του αναλυτικού προγράμματος της ειδικότητας
- Λογισμικό Εφαρμογών (π.χ. Εφαρμογές Αυτοματισμού Γραφείου-Κειμενογράφος, Λογιστικά Φύλλα κλπ.), όπως π.χ. Ms OFFICE 2003 ή νεότερης έκδοσης

Ελάχιστος προβλεπόμενος χώρος (στο εργαστήριο Η/Υ) ανά σπουδαστή : 2,5 τ.μ. Σε κάθε εργαστήριο απαιτείται η ύπαρξη Τοπικού Δικτύου (LAN) για τα λειτουργικά περιβάλλοντα Windows και LINUX. Για την υλοποίηση των παραπάνω είναι απαραίτητη η ύπαρξη κεντρικής μονάδας (server) και έξυπνων σταθμών εργασίας (workstation). Ο κάθε σταθμός εργασίας θα αντιστοιχεί σε 2 το πολύ καταρτιζόμενους. Ελάχιστος αριθμός σταθμών εργασίας οκτώ (8) ανά τμήμα. Επιπλέον απαιτείται και ένας (1) σταθμός εργασίας για τον εκπαιδευτή. Ο εξοπλισμός σε υλικό (Hardware) του εργαστηρίου πρέπει να πληροί τα διεθνή standards ασφάλειας, εργονομίας και ηλεκτρομαγνητικής προστασίας και να αποτελείται από τα παρακάτω:

- Κεντρική μονάδα, με μικροεπεξεργαστή Pentium IV ανώτερο ή αντίστοιχο, με 2 GB RAM, με συχνότητα ρολογιού άνω των 4 GHz και κάρτα γραφικών τουλάχιστον τύπου SVGA 64 MB και έγχρωμη οθόνη. Ο σκληρός δίσκος της μονάδας πρέπει να είναι μεγέθους (χωρητικότητας) ικανού να περιλάβει το απαραίτητο λογισμικό και τα αρχεία που θα δημιουργηθούν κατά τη διάρκεια των μαθημάτων. Η μονάδα μπορεί να περιλαμβάνει raid controller και ένα δεύτερο σκληρό δίσκο (για disk mirroring) και μία μονάδα για τήρηση αντιγράφων ασφαλείας (back up) κ.λπ.
- Οι σταθμοί εργασίας (περιλαμβάνεται και ο σταθμός εργασίας του εκπαιδευτή), πρέπει να διαθέτουν επεξεργαστή Pentium IV, ανώτερο ή αντίστοιχο, τουλάχιστον με 2 GB RAM, με συχνότητα ρολογιού 4 GHz, με κάρτα γραφικών τύπου GeForce. Ο κάθε σταθμός εργασίας πρέπει να διαθέτει σκληρό δίσκο χωρητικότητας 40 GB τουλάχιστον και μία εσωτερική μονάδα CD.
- Υλικό και λογισμικό Τοπικού Δικτύου (LAN) για τη διασύνδεση των σταθμών εργασίας με την κεντρική μονάδα με ταχύτητα ≥ 10 MBps
- Υποστήριξη σύνδεσης στο διαδίκτυο (μέσω Proxy Server) όλων των σταθμών.
- Λογισμικό λειτουργικού συστήματος Windows XP ή νεότερο για την κεντρική μονάδα και για τους σταθμούς εργασίας.
- Για περιοχές στις οποίες υπάρχουν συχνές μεταβολές της τάσης του δικτύου ή διακοπές, απαιτείται η ύπαρξη μονάδας αδιάλειπτης παροχής ισχύος (UPS).

Το Λογισμικό που απαιτείται στο εργαστήριο είναι:

- Λογισμικό διαχείρισης του δικτύου
- Λογισμικό υποστήριξη σύνδεσης στο διαδίκτυο (Proxy) όλων των σταθμών
- Λογισμικό λειτουργικού συστήματος XP ή νεότερο
- Υλικό και λογισμικό λειτουργικού συστήματος LINUX
- Graphics user interface (GUI) - για την κεντρική μονάδα με δικαίωμα χρήσης από όλους τους σταθμούς εργασίας στο LINUX
- Πακέτα λογισμικού για την υλοποίηση του αναλυτικού προγράμματος της ειδικότητας
- Λογισμικό Εφαρμογών (π.χ. Εφαρμογές Αυτοματισμού Γραφείου-Κειμενογράφος, Λογιστικά Φύλλα κλπ.), όπως π.χ. Ms OFFICE 2003 ή νεότερης έκδοσης

Ελάχιστος προβλεπόμενος χώρος (στο εργαστήριο Η/Υ) ανά σπουδαστή : 2,5 τ.μ.

9. Οδηγίες για τις εξετάσεις Προόδου και Τελικές

Αναφορικά με τις εξετάσεις προόδου και τις τελικές εξετάσεις των καταρτιζομένων ισχύουν τα όσα ορίζονται στα άρθρα 18-21 του Κανονισμού Λειτουργίας των ΙΕΚ (ΦΕΚ 1807/2.7.2014). Συνοπτικά ισχύουν τα εξής:

Η αξιολόγηση των γνώσεων, ικανοτήτων και δεξιοτήτων των καταρτιζομένων ανά μάθημα περιλαμβάνει σε κάθε περίπτωση :

A. Εξέταση προόδου,

B. Τελική εξέταση ή και

Γ. Αξιολόγηση συμμετοχής σε εργασίες ομαδικές και ατομικές, οι οποίες δύνανται να αντικαθιστούν εξέταση έως και το 40% του πλήθους των συνολικών μαθημάτων εκάστου εξαμήνου.

Αναφορικά με τις εξετάσεις προόδου σε όλα τα μαθήματα κάθε εξαμήνου κατάρτισης πραγματοποιείται τουλάχιστον μια εξέταση προόδου, ανά μάθημα, προ της συμπλήρωσης του 70% των ωρών κατάρτισης του εξαμήνου, με εξεταζόμενα θέματα που ορίζονται από τον εκπαιδευτή και βαθμολογούνται από αυτόν.

Αναφορικά με τις τελικές εξετάσεις κάθε εξαμήνου στο τέλος κάθε εξαμήνου πραγματοποιούνται οι τελικές εξετάσεις κάθε μαθήματος. Τα θέματα των τελικών εξετάσεων ορίζονται από τον εκπαιδευτή και βαθμολογούνται από αυτόν και η διάρκεια κάθε εξέτασης είναι δύο (2) ώρες εκτός από τα εργαστήρια.

Η τελική βαθμολογία (τ. Β) του μαθήματος διαμορφώνεται κατά 60% από το βαθμό της γραπτής τελικής εξαμηνιαίας εξέτασης και κατά 40% από το μέσο όρο του βαθμού προόδου (Β.Π.), στρογγυλοποιούμενος στον πλησιέστερο ακέραιο αριθμό.

10.Οδηγίες για τις Εξετάσεις Πιστοποίησης

Ο απόφοιτος της ειδικότητας **«Στέλεχος Εμπορίας, Διαφήμισης και Προώθησης Προϊόντων (Marketing)»** μετά την επιτυχή ολοκλήρωση της κατάρτισής του στο Ι.Ε.Κ. συμμετέχει στις εξετάσεις πιστοποίησης αρχικής επαγγελματικής κατάρτισης που διενεργεί ο Ε.Ο.Π.Π.Ε.Π. σύμφωνα με τις διατάξεις της αριθμ. 2944/2014 Κ.Υ.Α. «Σύστημα Πιστοποίησης Αρχικής Επαγγελματικής Κατάρτισης των αποφοίτων των Ινστιτούτων Επαγγελματικής Κατάρτισης (Ι.Ε.Κ.) και των Σχολών Επαγγελματικής Κατάρτισης (Σ.Ε.Κ.)» (Φ.Ε.Κ. Β'1098/2014), όπως τροποποιήθηκε και εκάστοτε ισχύει, η οποία εκδόθηκε δυνάμει της διάταξης του άρθρου 25 του Ν. 4186/2013.

Η Πιστοποίηση της Αρχικής Επαγγελματικής Κατάρτισης των αποφοίτων Ι.Ε.Κ. βασίζεται σε εξετάσεις Θεωρητικού και Πρακτικού Μέρους . Δίπλωμα Επαγγελματικής Ειδικότητας Εκπαίδευσης και Κατάρτισης επιπέδου 5 στην ειδικότητα **«Στέλεχος Εμπορίας, Διαφήμισης και Προώθησης Προϊόντων (Marketing)»** δικαιούται όποιος ολοκληρώσει επιτυχώς και τα δύο μέρη των εξετάσεων.

Νομοθεσία.

1. Ν. 4186/2013 «Αναδιάρθρωση της Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης και λοιπές διατάξεις» (Φ.Ε.Κ. Α' 193/17-9-2013), όπως εκάστοτε ισχύει.
2. Αριθμ. 2944/2014 Κ.Υ.Α. «Σύστημα Πιστοποίησης Αρχικής Επαγγελματικής Κατάρτισης των αποφοίτων των Ινστιτούτων Επαγγελματικής Κατάρτισης (Ι.Ε.Κ.) και των Σχολών Επαγγελματικής Κατάρτισης (Σ.Ε.Κ.)» (Φ.Ε.Κ. Β'1098/2014), όπως εκάστοτε ισχύει.
3. Οδηγία 2005/36/ΕΚ.

11.Υγιεινή και Ασφάλεια κατά τη διάρκεια της Κατάρτισης

Για την υγιεινή και ασφάλεια των καταρτιζομένων τηρούνται όλες οι προβλεπόμενες διατάξεις. Για την κατάρτιση σε εργαστηριακούς χώρους και σε επιχειρήσεις, τηρούνται οι προϋποθέσεις και οι προδιαγραφές για την ασφάλεια και την υγιεινή στην ειδικότητα και το επάγγελμα. Σε κάθε περίπτωση τόσο για την κατάρτιση στο ΙΕΚ, σε επιχειρήσεις και εργαστηριακούς χώρους όσο και για την πρακτική άσκηση ή τη μαθητεία πέραν της τήρησης των κανόνων ασφαλείας στην ειδικότητα και το επάγγελμα, τηρούνται οι κανόνες ασφαλείας και υγιεινής όπως προβλέπονται από ιδίως από :

- τον κώδικα νόμων για την υγεία και την ασφάλεια των εργαζομένων (βλ.Ν.3850/2010, όπως ισχύει),
- τις διατάξεις του κτιριοδομικού κανονισμού (βλ. 3046/304/89-ΦΕΚ 59/Δ/3-02-89)όπως ισχύει.
- τον κανονισμό λειτουργίας των εργαστηριακών κέντρων (ΦΕΚ 1318 Β'/2015)
- το αρ.2 της υπ. αριθμ. 139931/Κ1 ΚΥΑ «Πρακτική Άσκηση ή Μαθητεία καταρτιζομένων ΙΕΚ» (ΦΕΚ 1953 Β'/2015),
- το υπ. αριθμ. /Κ1/146931/18/09/2015 έγγραφο του ΓΓΔΒΜΝΓ με θέμα «Πρακτική άσκηση καταρτιζομένων Ινστιτούτων Επαγγελματικής Κατάρτισης (Ι.Ε.Κ.)»
- την παρ.8 του αρ.17 του Ν.4186/2013 «Αναδιάρθρωση της Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης και λοιπές διατάξεις.» (ΦΕΚ 193 Α') όπως ισχύει.

12. Προσόντα Εκπαιδευτών

Ως εκπαιδευτής ενηλίκων ορίζεται ο επαγγελματίας ο οποίος διαθέτει τα τυπικά και ουσιαστικά προσόντα για την άσκηση του επαγγέλματός του και την απαιτούμενη πιστοποιημένη εκπαιδευτική επάρκεια για τη γενική εκπαίδευση και την επαγγελματική κατάρτιση στο πλαίσιο της Διά Βίου Μάθησης, όπως προσδιορίζεται σχετικά στο εκάστοτε ισχύον πιστοποιημένο Επαγγελματικό Περίγραμμα Εκπαιδευτή.

Η επάρκεια, η διαρκής ανανέωση και η επικαιροποίηση των προσόντων των εκπαιδευτών όπως και η χρήση των κατάλληλων εκπαιδευτικών μεθόδων και εργαλείων, συμπεριλαμβανομένων των τεχνικών εκπαίδευσης ενηλίκων, αποτελούν βασικές προϋποθέσεις για τη διασφάλιση της υψηλής ποιότητας της παρεχόμενης κατάρτισης. Για το λόγο αυτό, τα προγράμματα σπουδών περιλαμβάνουν σαφείς κατευθύνσεις αναφορικά με τα προσόντα των εκπαιδευτών ανά μάθημα και με τα απαιτούμενα εκπαιδευτικά μέσα, μεθοδολογίες και εργαλεία.

Τα απαιτούμενα προσόντα των εκπαιδευτών ανά μάθημα στην ειδικότητα «**Στέλεχος Εμπορίας, Διαφήμισης και Προώθησης Προϊόντων (Marketing)**» έχουν ως ακολούθως:

ΓΕΝΙΚΗ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ Ι, ΙΙ

- Πτυχιούχος ΑΕΙ Οικονομικής σχολής ή Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής Διοίκησης ή Διοικητικής Επιστήμης ή πτυχιούχος ΤΕΙ ανάλογης ειδικότητας .

ΔΙΚΑΙΟ Ι, ΙΙ

- Πτυχιούχος Νομικής ή πτυχιούχος ΤΕΙ ανάλογης ειδικότητας .

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΜΑΘΗΜΑΤΙΚΑ Ι,ΙΙ

- Πτυχιούχος ΑΕΙ Οικονομικής σχολής ή Μαθητικής σχολής ή πτυχιούχος ΤΕΙ ανάλογης ειδικότητας.

ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ Ι,ΙΙ

- Πτυχιούχος ΑΕΙ Οικονομικής σχολής ή Μαθητικής σχολής ή πτυχιούχος ΤΕΙ ανάλογης ειδικότητας.

ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ Ι,ΙΙ

- Πτυχιούχος ΑΕΙ Οικονομικής σχολής ή Διοικητικής σχολής ή πτυχιούχος ΤΕΙ ανάλογης ειδικότητας.

ΤΕΧΝΙΚΗ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ

- Πτυχιούχος ΑΕΙ Οικονομικής σχολής ή Διοικητικής σχολής ή πτυχιούχος ΤΕΙ ανάλογης ειδικότητας.

MARKETING

- Πτυχιούχος ΑΕΙ Οικονομικής σχολής ή Διοικητικής σχολής ή Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων ή πτυχιούχος ΤΕΙ ανάλογης ειδικότητας.

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

- Πτυχιούχος ΑΕΙ Οικονομικής σχολής ή Διοικητικής σχολής ή πτυχιούχος ΤΕΙ ανάλογης ειδικότητας.

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ

- Πτυχιούχος ΑΕΙ Οικονομικής σχολής ή Διοικητικής σχολής ή πτυχιούχος ΤΕΙ ανάλογης ειδικότητας.

ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ*

- Πτυχιούχος ΑΕΙ Οικονομικής σχολής ή Διοικητικής σχολής ή Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων ή πτυχιούχος ΤΕΙ ανάλογης ειδικότητας.

ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΚΕΙΜΕΝΟΥ (Η/Υ) #

- Πτυχιούχος ΑΕΙ/ΤΕΙ κατεύθυνσης Πληροφορικής ή πτυχιούχος ΙΕΚ με αποδεδειγμένη 5ετή επαγγελματική εμπειρία.

ΕΡΕΥΝΑ MARKETING *

- Πτυχιούχος ΑΕΙ Οικονομικής σχολής ή Διοικητικής σχολής ή Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων ή πτυχιούχος ΤΕΙ ανάλογης ειδικότητας.

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ -ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΑ ΜΕΣΑ*

- Πτυχιούχος ΑΕΙ Οικονομικής σχολής ή Διοικητικής σχολής ή Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων ή πτυχιούχος ΤΕΙ ανάλογης ειδικότητας.

MARKETING ΛΙΑΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ- ΧΟΝΔΡΕΜΠΟΡΙΟΥ ΚΑΙ ΦΥΣΙΚΗΣ ΔΙΑΝΟΜΗΣ *

- Πτυχιούχος ΑΕΙ Οικονομικής σχολής ή Διοικητικής σχολής ή Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων ή πτυχιούχος ΤΕΙ ανάλογης ειδικότητας.

ΔΙΟΙΚΗΣΗ -ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ *

- Πτυχιούχος ΑΕΙ Οικονομικής σχολής ή Διοικητικής σχολής ή Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων ή πτυχιούχος ΤΕΙ ανάλογης ειδικότητας.

ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ*

- Πτυχιούχος ΑΕΙ Οικονομικής σχολής ή Διοικητικής σχολής ή Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων ή πτυχιούχος ΤΕΙ ανάλογης ειδικότητας.

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ & ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ MARKETING (MARKETING PLAN) *

- Πτυχιούχος ΑΕΙ Οικονομικής σχολής ή Διοικητικής σχολής ή Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων ή πτυχιούχος ΤΕΙ ανάλογης ειδικότητας.

ΜΕΘΟΔΟΙ ΚΑΙ ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΠΡΟΒΛΕΨΕΩΝ MARKETING *

- Πτυχιούχος ΑΕΙ Οικονομικής σχολής ή Διοικητικής σχολής ή Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων ή πτυχιούχος ΤΕΙ ανάλογης ειδικότητας.

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΑΜΕΣΟΥ MARKETING- ΠΡΩΘΗΣΕΩΝ- ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ *

- Πτυχιούχος Ο ΑΕΙ οικονομικής σχολής ή Διοικητικής σχολής
- ή Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων ή πτυχιούχος ΤΕΙ ανάλογης ειδικότητας.

ΣΥΓΧΡΟΝΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΓΡΑΦΕΙΟΥ

- Πτυχιούχος ΑΕΙ Οικονομικής σχολής ή Διοικητικής σχολής ή Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων ή πτυχιούχος ΤΕΙ ανάλογης ειδικότητας.

ΔΙΕΘΝΕΣ MARKETING *

- Πτυχιούχος ΑΕΙ Οικονομικής σχολής ή Διοικητικής σχολής ή Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων ή πτυχιούχος ΤΕΙ ανάλογης ειδικότητας.

MARKETING ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ *

- Πτυχιούχος ΑΕΙ Οικονομικής σχολής ή Διοικητικής σχολής ή Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων ή πτυχιούχος ΤΕΙ ανάλογης ειδικότητας.

ΔΙΟΙΚΗΣΗ MARKETING *

- Πτυχιούχος ΑΕΙ Οικονομικής σχολής ή Διοικητικής σχολής ή Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων ή πτυχιούχος ΤΕΙ ανάλογης ειδικότητας.

ΛΟΓΙΣΤΙΚΑ ΦΥΛΛΑ (SPREAD SHEETS - Η/Υ) #

- Πτυχιούχος ΑΕΙ/ΤΕΙ κατεύθυνσης Πληροφορικής ή Πτυχιούχος τμήματος Οικονομικής Επιστήμης ή Διοίκησης Επιχειρήσεων ή πτυχιούχος ΙΕΚ με αποδεδειγμένη 5ετή επαγγελματική εμπειρία.

ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ *

- Πτυχιούχος ΑΕΙ Οικονομικής σχολής ή Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής Διοίκησης
- ή Διοικητικής Επιστήμης ή πτυχιούχος ΤΕΙ ανάλογης ειδικότητας.

ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ

* Απαιτείται επαγγελματική εμπειρία στο γνωστικό αντικείμενο, 4 ετών για αποφοίτους ΑΕΙ και 5 ετών για αποφοίτους ΤΕΙ μετά τη λήψη πτυχίου.

Απαιτείται η γνώση των ειδικών πακέτων πληροφορικής.

* Απαιτείται η γνώση των ειδικών πακέτων πληροφορικής και η επαγγελματική εμπειρία στο γνωστικό αντικείμενο των 4 ετών για αποφοίτους ΑΕΙ και 5 ετών για αποφοίτους ΤΕΙ μετά τη λήψη πτυχίου.

ΣΥΝΤΑΚΤΙΚΗ ΟΜΑΔΑ

Στη σύνταξη του οδηγού σπουδών της ειδικότητας των ΙΕΚ «**Στέλεχος Εμπορίας, Διαφήμισης και Προώθησης Προϊόντων (Marketing)**» συμμετείχαν οι εκπαιδευτές:

- Γεωργαράς Κωνσταντίνος, Οικονομολόγος, M.Ed.
- Καρακατσάνης Χρήστος, Οικονομολόγος, MBA.
- Μπασουράκος Γεώργιος, Οικονομολόγος, MBA.

13. Παραπομπές

1. Ν. 3879/2010 «Ανάπτυξη της Δια Βίου Μάθησης και λοιπές διατάξεις» (Φ.Ε.Κ. Α΄ 163 /21-09-2010), όπως εκάστοτε ισχύει.
2. Ν. 4186/2013 «Αναδιάρθρωση της Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης και λοιπές διατάξεις» (Φ.Ε.Κ. Α΄ 193/17-9-2013), όπως εκάστοτε ισχύει.
3. Υ.Α. 5954(Φ.Ε.Κ. Β΄1807/2-7-2014) «Κανονισμός Λειτουργίας Ινστιτούτων Επαγγελματικής Κατάρτισης (Ι.Ε.Κ.) που υπάγονται στη Γενική Γραμματεία Δια Βίου Μάθησης (Γ.Γ.Δ.Β.Μ.)».
4. Οδηγός Σπουδών της ειδικότητας «Ειδικός Εμπορίας Διαφήμισης και Προώθησης Προϊόντων (Marketing)», ΟΕΕΚ
5. ΕΟΠΠΕΠ, *Εθνικό Πλαίσιο Προσόντων*,
ανακτήθηκε 21/2/2017 από: <http://www.nqf.gov.gr/index.php/ethniko-plaisio-prosonton>