

# 314 Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας Οικονομικού Παν. Αθήνας

Το τμήμα Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας, προήλθε από τη μετονομασία του τμήματος Επιχειρησιακής Έρευνας και Μάρκετινγκ. Οι υποψήφιοι φοιτητές που ενδιαφέρονται για την ειδίκευση της Επιχειρησιακής Έρευνας (Διοικητική Επιστήμη) θα κατευθύνονται τώρα στο νεότευκτο τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας, στο οποίο μετακινήθηκαν και τα μέλη του τμήματος που ειδικεύονται στην Επιχειρησιακή Έρευνα.

Από το ακαδημαϊκό έτος 2002-2003, οι νεοεισερχόμενοι σπουδαστές παρακολουθούν, εξαιρετικά σύγχρονο, προπτυχιακό πρόγραμμα, το οποίο χαρακτηρίζεται από την προσφορά ενός στέρεου και σύγχρονου κορμού γνώσεων σχετικών με τη διοίκηση επιχειρήσεων και δίνει μεγάλη έμφαση στην ηλεκτρονική επικοινωνία. Οι σπουδαστές που εισήχθησαν πριν από το ακαδημαϊκό έτος 2002-2003 συνεχίζουν με τα παλαιά προγράμματα σπουδών.

## Επαγγελματικές Διέξοδοι

Οι επαγγελματικές προοπτικές των αποφοίτων του τμήματος διαγράφονται εξαιρετικές: σύμφωνα με όλες τις δημοσιευμένες έρευνες, η ζήτηση στελεχών στους χώρους του μάρκετινγκ και της επικοινωνίας παραμένει έντονη. Ειδικά, οι απόφοιτοι του τμήματος που αποκτούν μεγάλη εξοικείωση κατά τη διάρκεια των σπουδών τους με τη χρήση των ηλεκτρονικών υπολογιστών στη λειτουργία των επιχειρήσεων, όπως π.χ. στην παρουσίαση προϊόντων, στον προγραμματισμό, καθώς και στην επικοινωνία με τους πελάτες και προμηθευτές, είναι περιζήτητοι.

Πιο συγκεκριμένα, οι πτυχιούχοι του τμήματος μπορούν να ξεκινήσουν την καριέρα τους ως στελέχη επιχειρήσεων και οργανισμών σε αρκετούς τομείς. Πλεονεκτούν όμως ιδιαίτερα στους τομείς μάρκετινγκ, πωλήσεων, διοίκησης δικτύων διανομής, εξαγωγών, διαφήμισης, έρευνας αγοράς, δημοσίων σχέσεων και διοίκησης ανθρωπίνων πόρων. Επίσης, το υπόβαθρο των σπουδών επιτρέπει την εξέλιξη των πτυχιούχων σε συμβούλους επιχειρήσεων και επιχειρηματίες.

Παράλληλα, οι πτυχιούχοι του Τμήματος μπορούν να συνεχίσουν τις σπουδές τους σε μεταπτυχιακό επίπεδο, στον ευρύτερο χώρο των επιχειρηματικών σπουδών.

## Πρόγραμμα Σπουδών

Όλοι οι φοιτητές του τμήματος παρακολουθούν ένα κοινό πρόγραμμα με τριάντα (30) υποχρεωτικά μαθήματα κορμού. Από τα 30 αυτά μαθήματα:

Πέντε μαθήματα εντάσσονται στο χώρο του μανάτζμεντ.

Τέσσερα μαθήματα εντάσσονται στο χώρο της πληροφορικής.

Τρία μαθήματα εντάσσονται στο χώρο των ποσοτικών μεθόδων.

Δύο μαθήματα εντάσσονται στο χώρο της λογιστικής.

Δύο μαθήματα εντάσσονται στο χώρο της οικονομικής.

Ένα μάθημα εντάσσεται στο χώρο της χρηματοδοτικής διοίκησης.

Δεκατρία μαθήματα εντάσσονται στον επιστημονικό χώρο του μάρκετινγκ και της επικοινωνίας.

Στα μαθήματα αυτά προστίθενται δέκα μαθήματα επιλογής:

Πέντε (5) αποτελούν τον κορμό της κατεύθυνσης που επιλέγεται: Μάρκετινγκ ή Επικοινωνία.

Πέντε (5) επιλέγονται από ένα σύνολο μαθημάτων της ίδιας ή άλλων κατευθύνσεων.

Ο σπουδαστής δικαιούται επίσης να επιλέξει Μικτή κατεύθυνση, αν θέλει να εξασφαλίσει μεγαλύτερη ελευθερία επιλογών.

Πέρα από τα παραπάνω μαθήματα, όλοι οι φοιτητές υποχρεούνται να παρακολουθήσουν επιτυχώς έξι μαθήματα μιας από τις τρεις ξένες γλώσσες που προσφέρονται στο Πανεπιστήμιο: Αγγλικά, Γαλλικά και Γερμανικά.

Παρακάτω δίνεται ενδεικτικό πρόγραμμα σπουδών.

## **A.1 Πρόγραμμα Κορμού**

### **A Εξάμηνο**

Εισαγωγή στη Διοίκηση Επιχειρήσεων  
Ψυχολογία  
Ποσοτικές Μέθοδοι I  
Εργαλεία Ηλεκτρονικής Επικοινωνίας I  
Οικονομική και Επιχειρήσεις I  
Ξένη Γλώσσα

### **B Εξάμηνο**

Συμπεριφορά Οργανώσεων  
Εισαγωγή στην Επικοινωνία  
Ποσοτικές Μέθοδοι II  
Εργαλεία Ηλεκτρονικής Επικοινωνίας II  
Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ  
Ξένη Γλώσσα

### **Γ Εξάμηνο**

Λογιστική I  
Επικοινωνία στην Πράξη  
Ποσοτικές Μέθοδοι III  
Εργαλεία Ηλεκτρονικής Επικοινωνίας III  
Συμπεριφορά Καταναλωτή  
Ξένη Γλώσσα

### **Δ Εξάμηνο**

Διοίκηση Ανθρωπίνων Πόρων  
Ηλεκτρονική Επικοινωνία  
Πολιτική Προϊόντος  
Λογιστική II  
Έρευνα Μάρκετινγκ  
Ξένη Γλώσσα

### **E Εξάμηνο**

Διοίκηση Ποιότητας  
Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης  
Δημόσιες Σχέσεις  
Χρηματοδοτική Διοίκηση  
Οργάνωση Πωλήσεων  
Ξένη Γλώσσα

## **ΣΤ Εξάμηνο**

Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας  
Οικονομική και Επιχειρή-  
σεις II  
Ηλεκτρονικό Μάρκετινγκ  
Διαφήμιση  
Ξένη Γλώσσα

## **Ζ Εξάμηνο**

Επιχειρησιακή Στρατηγική

### **A.2 Πρόγραμμα Κατευθύνσεων**

Στόχος των μαθημάτων της κάθε κατεύθυνσης είναι να δώσει την ευκαιρία στους σπουδαστές να εμβαθύνουν και να αποκτήσουν εφαρμοσμένες γνώσεις στον τομέα επιλογής.

#### **A.2.1 Κατεύθυνση Μάρκετινγκ**

## **Ζ Εξάμηνο**

Υποχρεωτικά  
Δίκτυα Διανομής και Logistics  
Τιμολόγηση και Χρηματοοι-  
κονομική Ανάλυση

## **Η Εξάμηνο**

Στρατηγικό Μάρκετινγκ  
Διοίκηση Προμηθειών και Βιομηχανικό (Business to Business) Μάρκετινγκ  
Μάρκετινγκ Υπηρεσιών

Πέντε (5) μαθήματα που επλέγονται ως εξής: Τουλάχιστον δύο (2) μαθήματα από τα παρακάτω ή από τα μαθήματα της κατεύθυνσης Επικοινωνία (πίνακας A.2.2), και έως τρία (3) το πολύ μαθήματα από τα μαθήματα του πίνακα A.3 ή A.4.

Επιλογής  
Μάρκετινγκ Λιανικού και Χονδρικού Εμπορίου  
Διεθνές και Εξαγωγικό Μάρκετινγκ  
Άμεσο και Μάρκετινγκ Βάσεων Δεδομένων  
Σχεδιασμός Δημιουργικού & Διαφημιστικών Μέσων  
Εκπόνηση Εργασίας Πρακτικής Εφαρμογής

Τουριστικό Μάρκετινγκ  
Μάρκετινγκ Αγροτικών Προϊόντων & Τροφίμων  
Μάρκετινγκ μη Κερδοσκοπικών Οργανισμών  
Μοντέλα Αποφάσεων Μάρκετινγκ

Εκπόνηση Εργασίας Πρακτικής Εφαρμογής

## **A.2.2 Κατεύθυνση Επικοινωνία**

### **Ζ' Εξάμηνο**

Υποχρεωτικά

Δίκαιο των Επιχειρήσεων και της Επικοινωνίας

Σχεδίαση Διαδραστικών Εφαρμογών

### **Η' Εξάμηνο**

Διαπολιτισμική Επικοινωνία

Διαπραγματεύσεις και Επίλυση Διαφωνιών

Επικοινωνιακή Στρατηγική

Πέντε (5) μαθήματα που επιλέγονται ως εξής: Τουλάχιστον δύο (2) μαθήματα από τα παρακάτω ή από τα μαθήματα της κατεύθυνσης Μάρκετινγκ (πίνακας A.2.1), και έως τρία (3) το πολύ μαθήματα από τα μαθήματα του πίνακα A.3 ή A.4.

### **Επιλογής**

Σχεδίαση Ιστοπέδων

Πολιτική Οικονομία και Επικοινωνία

Διαδίκτυο και Εκπαίδευση

Εκπόνηση Εργασίας Πρακτικής Εφαρμογής

Ειδικά Θέματα Πολύμεσης Επικοινωνίας

Ηλεκτρονική Δημοσιογραφία

Τέχνη και Επικοινωνία

Εκπόνηση Εργασίας Πρακτικής Εφαρμογής

### **Μικτή Κατεύθυνση**

Ο φοιτητής πρέπει να επιλέξει τουλάχιστον επτά (7) μαθήματα από τα αναφερόμενα ρητά στους πίνακες A.2.1 και A.2.2 [τουλάχιστον πέντε (5) από τα υποχρεωτικά μαθήματα και των δύο κατευθύνσεων και δύο (2) από τα υποχρεωτικά ή τα μαθήματα επιλογής των κατευθύνσεων] και έως τρία (3) μαθήματα από τους πίνακες A.3 ή A.4, προαιρετικών μαθημάτων του τμήματος και επιλεγμένων μαθημάτων που προσφέρουν άλλα τμήματα στο Πανεπιστήμιο.

## **A.3 Προαιρετικά Μαθήματα Τμήματος**

Αξιολόγηση Επενδυτικών Σχεδίων (5ο)

Οικονομική Θεωρία της Επιχείρησης (2ο)

Ανάλυση Χρηματαγορών και Κεφαλαιαγορών (6ο)

Κλαδική Βιομηχανική Έρευνα (6ο)

European Economic Policies and Greece (6ο)

Εφαρμογές με Στατιστικά Πακέτα (8ο)

## **A.4 Προαιρετικά Μαθήματα Άλλων Τμημάτων**

Προγραμματισμός Εμπορικών Εφαρμογών (1ο)  
Διεθνής Οικονομική (1ο)  
Πολιτική Επιστήμη I (1ο)  
Κοινωνιολογία I (1ο)  
Διδακτική (1ο)  
Βιομηχανική Οργάνωση και Πολιτική (3ο)  
Νομισματική Θεωρία I (5ο)  
Μετάδοση Δεδομένων - Επικοινωνίες (7ο)  
Τεχνητή Νοημοσύνη (7ο)  
Σχεδιασμός Βάσεων Δεδομένων (7ο)  
Ασφαλιστικά Μαθηματικά (2ο)  
Θεωρία Οικονομικής Πολιτικής (2ο)  
Παιδαγωγική (2ο)  
Λειτουργικά Συστήματα (6ο)  
Χρηματοοικονομικός Προγραμματισμός (6ο)  
Αρχεία και Βάσεις Δεδομένων (8ο)  
Φορολογική Νομοθεσία I (8ο)  
Χρηματοοικονομική Ανάλυση και Αποτίμηση Επιχειρήσεων (8ο)

## **B. Αναλυτική περιγραφή μαθημάτων τμήματος**

### **ΜΑΘΗΜΑΤΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ**

#### **Εισαγωγή στη Διοίκηση Επιχειρήσεων**

Σκοπός: Εισαγωγή στην έννοια της επιχείρησης και στον τρόπο οργάνωσης, λειτουργίας και διοίκησης των επιχειρήσεων σήμερα.

Περιγραφή: Η επιχείρηση ως οικονομική οντότητα. Η επιχειρηματική δραστηριότητα ως θεσμός. Η επιχείρηση ως κοινωνικο-τεχνικό σύστημα. Θεωρίες οργάνωσης, επιχειρησιακοί στόχοι. Το περιβάλλον της επιχείρησης. Μορφές και τομείς επιχειρηματικής δράσης. Λειτουργίες της επιχείρησης. Λειτουργίες του μανάτζμεντ. Διοικητικά στελέχη. Διαδικασία της λήψης αποφάσεων.

Εξάμηνο σπουδών: 1ο.

Σημειώσεις Μαθήματος

#### **Συμπεριφορά οργανώσεων**

Σκοπός: Μελέτη της οργανωσιακής δομής και του τρόπου συμπεριφοράς ατόμων και ομάδων στα πλαίσια της επιχείρησης.

Περιγραφή: Η επιστήμη της οργανωτικής συμπεριφοράς. Θεωρίες και υποδείγματα οργανώσεως. Οργανωτικές δομές και σχεδιασμός. Οργανωσιακή κουλτούρα. Στάσεις και συμπεριφορά ατόμου. Ηγεσία, παρακίνηση, επικοινωνία, ατομική και ομαδική λήψη αποφάσεων. Δυναμική ομάδων.

Εξάμηνο σπουδών: 2ο.

Σημειώσεις Μαθήματος

#### **Διοίκηση Ανθρώπινων Πόρων**

Σκοπός: Μελέτη του τρόπου με τον οποίο η επιχείρηση διαχειρίζεται και αξιοποιεί το ανθρώπινο δυναμικό της.

Περιγραφή: Η λειτουργία της διοίκησης ανθρώπινων πόρων. Προγραμματισμός ανθρώπινου δυναμικού. Προσλήψεις, εκπαίδευση και ανάπτυξη, Παροχή κινήτρων και αξιολόγηση προσωπικού. Μοντέλα ηγεσίας. Πολιτική και συστήματα αμοιβών. Ποιότητα εργασιακής ζωής και εργασιακές σχέσεις.

Εξάμηνο σπουδών: 4ο

Σημειώσεις Μαθήματος

### **Διοίκηση Ποιότητας**

Σκοπός: Αποσαφήνιση του όρου ποιότητα και παρουσίαση της αναγκαιότητας ύπαρξής της σε όλες τις δραστηριότητες της επιχείρησης.

Περιγραφή: Ορισμός της ολικής ποιότητας. Ιστορία, τάσεις και επίδραση του κινήματος για ολική ποιότητα. Βασικές αρχές και σημασία της ολικής ποιότητας στο ανταγωνιστικό περιβάλλον. Στόχοι και προσδοκίες. Στρατηγικές εφαρμογής. Εμπόδια στην εφαρμογή ολικής ποιότητας. Πιστοποίηση ποιότητας. Βραβεία ολικής ποιότητας.

Εξάμηνο σπουδών: 5ο

Σημειώσεις Μαθήματος

### **Επιχειρησιακή Στρατηγική**

Σκοπός: Κατανόηση του ρόλου της στρατηγικής ως εργαλείου της ανώτατης διοίκησης. Διαδικασία χάραξης στρατηγικής.

Περιγραφή: Βασικές εταιρικές και ανταγωνιστικές στρατηγικές. Ανάλυση επιχειρηματικού περιβάλλοντος και ανταγωνισμού, εκτίμηση ευκαιριών και απειλών. Εσωτερική ανάλυση, αξιολόγηση δυνάμεων και αδυναμιών. Διαμόρφωση και υλοποίηση στρατηγικής. Τεχνικές στρατηγικής ανάλυσης, τεχνικές χαρτοφυλακίου, καμπύλες εμπειρίας. Οργανωτική δομή και στρατηγική. Επιχειρησιακός σχεδιασμός / προγραμματισμός.

Εξάμηνο σπουδών: 7ο

## **ΜΑΘΗΜΑΤΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ & ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ**

### **Λογιστική I**

Σκοπός: Εξοικείωση με τις θεμελιώδεις έννοιες και πρακτικές της χρηματοοικονομικής λογιστικής.

Περιγραφή: Έννοια και περιεχόμενο της σύγχρονης λογιστικής. Ο ρόλος της λογιστικής στην παρουσίαση των οικονομικών στοιχείων της επιχείρησης. Θεμελιώδεις λογιστικές έννοιες. Χρέωση και πίστωση. Λογιστικό κύκλωμα: λειτουργία ημερολογίων, ενημέρωση λογαριασμών, κατάρτιση λογιστικών καταστάσεων. Ισολογισμός, κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης και κατάσταση ταμειακών ροών.

Εξάμηνο σπουδών: 3ο

### **Λογιστική II**

Σκοπός: Παρουσίαση ειδικών θεμάτων λογιστικής και εξοικείωση με την ερμηνεία των λογιστικών καταστάσεων.

Περιγραφή: Λογιστική της σύστασης, λύσης και εκκαθάρισης ΟΕ, ΕΕ, ΕΠΕ, ΑΕ. Παρουσίαση παραστατικών εγγράφων και ειδικών λογιστικών θεμάτων : αύξηση και μείωση κεφαλαίου, αναπροσαρμογή παγίων, κ.λπ. Ανάλυση λογιστικών καταστάσεων των οικονομικών μονάδων. Διερεύνηση και ερμηνεία του περιεχομένου των λογιστικών καταστάσεων, κατάρτιση και ερμηνεία αριθμοδεικτών.

Εξάμηνο σπουδών: 4ο

### **Χρηματοδοτική Διοίκηση**

Σκοπός: Κατανόηση και εξοικείωση με τις τρεις βασικές κατηγορίες χρηματοοικονομικών αποφάσεων τις οποίες παίρνει μία επιχείρηση: η απόφαση επένδυσης, η απόφαση χρηματοδότησης και η απόφαση που σχετίζεται με το μέρισμα που θα διανεμίει. Οι αποφάσεις αυτές αλληλοεπηρεάζονται και καθορίζουν από κοινού την τρέχουσα αξία μιας εταιρείας.

Περιγραφή: Εισαγωγικές έννοιες, διαχρονική αξία του χρήματος, ανάλυση χρηματοοικονομικών δεικτών, ανάλυση ταμειακών ροών, προγραμματισμός

επενδύσεων κεφαλαίου, κίνδυνος και προγραμματισμός επενδύσεων κεφαλαίου, κόστος κεφαλαίου, κεφαλαιακή διάρθρωση, πολιτική μερίσματος.  
Εξάμηνο σπουδών: 5ο

### **Ανάλυση Χρηματαγορών και Κεφαλαιαγορών**

Σκοπός: Η παρουσίαση του τρόπου λειτουργίας των χρηματαγορών και κεφαλαιαγορών και η ανάλυσή τους με συγκεκριμένες θεωρίες και τεχνικές.  
Περιγραφή: Το χρηματοπιστωτικό σύστημα. Απόδοση και κίνδυνος. Ανάλυση και αποτίμηση χρεογράφων σταθερού εισοδήματος, ανάλυση και αποτίμηση μετοχών. Τεχνική ανάλυση. Θεωρία χαρτοφυλακίου. Υπόδειγμα αποτίμησης περιουσιακών στοιχείων. Αξιολόγηση απόδοσης χαρτοφυλακίου. Θεωρία αποτελεσματικών αγορών. Χρηματοοικονομικά δικαιώματα. Προθεσμιακά συμβόλαια. Εταιρείες επενδύσεων.  
Εξάμηνο σπουδών: 6ο

## **ΜΑΘΗΜΑΤΑ ΠΟΣΟΤΙΚΩΝ ΜΕΘΟΔΩΝ - ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗΣ**

### **Ποσοτικές Μέθοδοι I**

Σκοπός: Εισαγωγή στα θέματα της κωδικοποίησης και μέτρησης της πληροφορίας, ανάλυσης και παρουσίασής της σε μορφή κατάλληλη για την υποστήριξη αποφάσεων.  
Περιγραφή: Χρήση κατάλληλων στατιστικών εργαλείων και μεθόδων για την ανάλυση δεδομένων. Γραφική και αριθμητική περιγραφή δεδομένων: Κατανομές συχνότητας και ιστογράμματα, αριθμητικός μέσος, διάμεσος, επικρατούσα τιμή, διασπορά και τυπική απόκλιση. Εισαγωγή στη θεωρία πιθανοτήτων.  
Εξάμηνο σπουδών: 1ο

### **Ποσοτικές Μέθοδοι II**

Σκοπός: Η εμβάθυνση στα θέματα που αναπτύχθηκαν στο μάθημα Ποσοτικές Μέθοδοι I και η χρήση των ηλεκτρονικών υπολογιστών.  
Περιγραφή: Χρήση υπολογιστικών στατιστικών πακέτων (SPSS) για την ανάλυση δεδομένων. Απλή και πολλαπλή παλινδρόμηση, ανάλυση διακύμανσης και συνδιακύμανσης. Ερμηνεία των στατιστικών αποτελεσμάτων. Παρουσίαση και συζήτηση πραγματικών επιχειρησιακών προβλημάτων.  
Εξάμηνο σπουδών: 2ο

### **Ποσοτικές Μέθοδοι III**

Σκοπός: Η παρουσίαση σύνθετων επιχειρησιακών προβλημάτων που απαιτούν προχωρημένες μεθόδους λήψης αποφάσεων.  
Περιγραφή: Συστηματικές μέθοδοι λήψης αποφάσεων στο περιβάλλον της επιχείρησης. Δένδρα αποφάσεων, τεχνικές βελτιστοποίησης, δίκτυα, γραμμικός, μη γραμμικός και δυναμικός προγραμματισμός, μέθοδοι πολυκριτηριακής ανάλυσης. Εφαρμογή των μεθόδων σε πρακτικά προβλήματα και λήψη απόφασης. Ο ρόλος των στελεχών στη λήψη των αποφάσεων.  
Εξάμηνο σπουδών: 3ο

### **Μαθηματικά για τη Διοίκηση Επιχειρήσεων**

Σκοπός: Η παρουσίαση των μαθηματικών σαν εργαλείο για την επίλυση επιχειρηματικών προβλημάτων και συμβολή στη λήψη αποφάσεων.  
Περιγραφή: Συστήματα κεφαλαιοποίησης, ράντες, δάνεια, κριτήρια αξιολόγησης επενδύσεων.  
Εξάμηνο σπουδών: 3ο

### **Εφαρμογές με Στατιστικά Πακέτα**

Σκοπός: Αναλυτική παρουσίαση και εμβάθυνση σε θέματα σχεδιασμού μιας κοινωνικής έρευνας ή μιας έρευνας αγοράς και γνωριμία με συγκεκριμένα

προγράμματα λογισμικού που βοηθούν στην επεξεργασία των δεδομένων.

Περιγραφή: Δημοσκοπήσεις: βασικοί κανόνες, ρόλος της δειγματοληψίας. Απλή τυχαία δειγματοληψία, εκτιμήτριες των παραμέτρων ενός πληθυσμού, εκτίμηση του μεγέθους του απαιτούμενου δείγματος, στρωματοποιημένη δειγματοληψία, δειγματοληψία με προκαθορισμένου μεγέθους υποδείγματα (quota sampling), συστηματική δειγματοληψία. Σχεδιασμός δημοσκοπήσεων, συνεντεύξεις, ερωτηματολόγια, σφάλματα απαντήσεων, άρνηση απαντήσεως, μεροληπτικότητα. Στατιστικά πακέτα επεξεργασίας των αποτελεσμάτων.

Εξάμηνο σπουδών: 8ο

## **ΜΑΘΗΜΑΤΑ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΩΝ - ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ**

### **Εργαλεία Ηλεκτρονικής Επικοινωνίας I**

Σκοπός: Εισαγωγή στις βασικές έννοιες της επικοινωνίας με χρήση υπολογιστών και παρουσίαση συγκεκριμένων ηλεκτρονικών εργαλείων που μπορούν να την υποστηρίξουν.

Περιγραφή: Ιστορία των υπολογιστών, υλικό (hardware), λογισμικό (software). Λειτουργικό σύστημα μικροϋπολογιστών Microsoft Windows. Επεξεργασία κειμένου με το Microsoft Word. Εισαγωγή στο διαδίκτυο: ιστορία, υπηρεσίες, πρόγραμμα πλοήγησης Internet Explorer.

Εξάμηνο σπουδών: 1ο

### **Εργαλεία Ηλεκτρονικής Επικοινωνίας II**

Σκοπός: Η παρουσίαση συγκεκριμένων θεμάτων επικοινωνίας και εργαλείων για την υποστήριξη εργασιών γραφείου και παρουσιάσεων.

Περιγραφή: Λεκτική επικοινωνία: τηλέφωνο, συνομιλία, συνδιάσκεψη, συνέντευξη, παρουσίαση απόψεων. Διαπραγματεύσεις. Οπτική υποστήριξη παρουσιάσεων με το πρόγραμμα Microsoft Powerpoint. Επεξεργασία πινάκων με παραδείγματα επιχειρησιακών εφαρμογών, Microsoft Excel. Διαχείριση μικρών βάσεων δεδομένων.

Εξάμηνο σπουδών: 2ο

### **Εργαλεία Ηλεκτρονικής Επικοινωνίας III**

Σκοπός: Εισαγωγή στα πολυμέσα και παρουσίαση εργαλείων για τη δημιουργία πολυμέσων εφαρμογών.

Περιγραφή: Πολυμέσα: ορισμός, εργαλεία υλικού και λογισμικού. Στοιχεία πολυμέσων: κείμενα και γραφικά, ήχος, κινούμενο σχέδιο, βίντεο. Παραγωγή και διάθεση πολυμέσων. Το διαδίκτυο και το μέλλον των πολυμέσων. Ψηφιακή επεξεργασία εικόνας με το Adobe Photoshop. Συγγραφικό εργαλείο δημιουργίας ιστοσελίδων με το Macromedia Dreamweaver.

Εξάμηνο σπουδών: 3ο

### **Πληροφορικά Συστήματα Διοίκησης**

Σκοπός: Εισαγωγή στα πληροφοριακά συστήματα διοίκησης και παρουσίαση του ρόλου τους στις σύγχρονες πρακτικές διοίκησης των επιχειρήσεων.

Περιγραφή: Ορισμός και σημασία των πληροφοριακών συστημάτων διοίκησης στη σύγχρονη επιχείρηση. Δομή και πλαίσιο ανάλυσης. Σχέση πληροφοριακών συστημάτων και μάντζμεντ. Στοιχεία τεχνολογίας. Επεξεργασία δεδομένων. Οργάνωση δεδομένων. Ανάλυση και σχεδίαση συστημάτων. Εφαρμογές. Αξιολόγηση και στρατηγικός σχεδιασμός πληροφοριακών συστημάτων.

Εξάμηνο σπουδών: 5ο

### **Εφαρμογές Πληροφοριακών Συστημάτων**

Σκοπός: Παρουσίαση του ρόλου των πληροφοριακών συστημάτων στις διάφορες λειτουργίες και στα τμήματα μιας επιχείρησης με αναφορές σε συγκεκριμένα παραδείγματα.

Περιγραφή: Εφαρμογές πληροφοριακών συστημάτων στη λογιστική, στο μάρκετινγκ, στη διοίκηση παραγωγής, στον προγραμματισμό κ.ά. Παραδείγματα



εφαρμογών σε συστήματα υποστήριξης αποφάσεων και σε εμπορικά πακέτα. Θέματα διοίκησης ενός πληροφοριακού συστήματος. Σχεδιασμός ολοκληρωμένων συστημάτων. Άσκηση εφαρμογής από τους φοιτητές.

Εξάμηνο σπουδών: 7ο

## **ΜΑΘΗΜΑΤΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ - ΔΙΚΑΙΟΥ**

### **Οικονομική και Επιχειρήσεις I**

Σκοπός: Η παρουσίαση των βασικών αρχών της οικονομικής επιστήμης με έμφαση στη μικροοικονομική θεωρία.

Περιγραφή: Αρχές οικονομικής επιστήμης. Επανάληψη βασικών εννοιών μικροοικονομικής. Νεοκλασική θεωρία της επιχείρησης. Ο νόμος προσφοράς και ζήτησης. Διοικητικές θεωρίες και θεωρίες συμπεριφοράς της επιχείρησης. Αγορές: μονοπώλιο, oligοπώλιο, μονοπωλιακός και τέλειος ανταγωνισμός. Θεωρίες της επιχείρησης και κρατική πολιτική. Εφαρμογή της οικονομικής θεωρίας στη διοίκηση των επιχειρήσεων.

Εξάμηνο σπουδών: 1ο

### **Οικονομική και Επιχειρήσεις II**

Σκοπός: Η κατανόηση της μακροοικονομικής πολιτικής και του οικονομικού περιβάλλοντος στο πλαίσιο του οποίου λαμβάνονται οι επιχειρηματικές αποφάσεις.

Περιγραφή: Επανάληψη βασικών εννοιών μακροοικονομικής. Εθνικό προϊόν και εισόδημα. Κατανάλωση, αποταμίευση και επένδυση. Ο ρόλος του κράτους στη λειτουργία των επιχειρήσεων. Νομισματική θεωρία. Απασχόληση και οικονομικές διακυμάνσεις. Διεθνές εμπόριο και συναλλαγματική ισοτιμία. Οικονομική ανάπτυξη. Οικονομική ενοποίηση.

Εξάμηνο σπουδών: 6ο

### **Αξιολόγηση Επενδυτικών Σχεδίων**

Σκοπός: Η παροχή των κατάλληλων γνώσεων και η εξοικείωση με την μεθοδολογία που είναι απαραίτητη για την αξιολόγηση επενδυτικών σχεδίων και τη λήψη σχετικών αποφάσεων.

Περιγραφή: Βασικές έννοιες ενός επενδυτικού σχεδίου. Εκπόνηση τεχνικοοικονομικής μελέτης. Μεθοδολογία και κριτήρια αξιολόγησης επενδυτικών σχεδίων. Επενδυτικά κίνητρα. Η μέθοδος του κόστους-οφέλους για την αξιολόγηση των δημόσιων επενδυτικών σχεδίων.

Εξάμηνο σπουδών: 5ο

Στατιστικά Στοιχεία

### **Οικονομική Θεωρία της Επιχείρησης**

Σκοπός: Εισαγωγή στις έννοιες της μικροοικονομίας και ανάλυση των τρόπων με τους οποίους μπορούν να αξιοποιηθούν στην καθημερινή λειτουργία μιας επιχείρησης.

Περιγραφή: Νεοκλασική θεωρία της επιχείρησης. Υποδείγματα γραμμικού προγραμματισμού. Διοικητικές θεωρίες και θεωρίες της συμπεριφοράς. Ανάπτυξη της επιχείρησης. Θεωρίες της επιχείρησης και κρατική πολιτική.

Εξάμηνο σπουδών: 2ο

### **Κλαδική Βιομηχανική Έρευνα**

Σκοπός: Παρουσίαση της έννοιας «κλάδος» και ανάλυση των μεθόδων αξιολόγησης ενός κλάδου της οικονομίας.

Περιγραφή: Θέση του κλάδου στην οικονομία. Η ζήτηση και προσφορά του προϊόντος. Δομή του κλάδου. Εσωτερικό και εξωτερικό εμπόριο. Οικονομικά στοιχεία του κλάδου και επενδύσεις. Το θεσμικό πλαίσιο για τον κλάδο. Προβλήματα και αδυναμίες του κλάδου: Παράγοντες που επηρεάζουν την ανταγωνιστικότητα των προϊόντων του κλάδου. Διεθνής θέση του κλάδου.

Εξάμηνο σπουδών: 6ο

## **European Economic Policies and Greece**

Σκοπός: Η μελέτη της πορείας και των βασικών θεσμών της Ευρωπαϊκής Ένωσης και κυρίως η ανάλυση και κατανόηση της λειτουργίας των οικονομικών πολιτικών της Ένωσης. Το μάθημα διδάσκεται στην Αγγλική γλώσσα ώστε να μπορούν να το παρακολουθήσουν και οι ξένοι φοιτητές του προγράμματος Erasmus.

Περιγραφή: Ιστορική προέλευση και εξέλιξη της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Θεσμοί της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Ο κοινοτικός προϋπολογισμός. Η κοινή αγροτική και αλιευτική πολιτική. Περιφερειακή πολιτική. Κοινωνική πολιτική. Πολιτική ανταγωνισμού. Πολιτική έρευνας και τεχνολογικής ανάπτυξης. Πολιτικές μεταφορών, ενέργειας και τηλεπικοινωνιών. Περιβαλλοντική πολιτική. Η ενιαία ευρωπαϊκή αγορά. Οικονομική και νομισματική ένωση. Πολιτική διεθνών οικονομικών σχέσεων και εμπορίου. Πολιτική ανάπτυξης. Η διεύρυνση της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Εξάμηνο σπουδών: 6ο

## **Δίκαιο των Επιχειρήσεων και της Επικοινωνίας**

Σκοπός: Η εισαγωγή του φοιτητή στο χώρο του δικαίου και η ανάλυση συγκεκριμένων νομικών ζητημάτων τα οποία θα τον βοηθήσουν να δραστηριοποιηθεί στην οικονομία της αγοράς, η οποία ευνοεί την ιδιωτική πρωτοβουλία και τον ελεύθερο ανταγωνισμό.

Περιγραφή: Βασικές γνώσεις ως προς τις μορφές εμπορικών εταιριών και των νόμων που τις διέπουν, ως προς το εμπορικό όνομα, το εμπορικό σήμα και άλλα διακριτικά γνωρίσματα, όπως επίσης και ως προς το δικαίωμα της ευρεσιτεχνίας, της πνευματικής ιδιοκτησίας και των ΜΜΕ. Η μελέτη του θέματος της παραπλανητικής διαφήμισης και η εισαγωγή σε βασικά νομικά ζητήματα του Διαδικτύου, όπως το ηλεκτρονικό εμπόριο, η προστασία του απορρήτου των επικοινωνιών και η προστασία του ατόμου από την αθέμιτη επεξεργασία των προσωπικών του δεδομένων.

Εξάμηνο σπουδών: 7ο

## **ΜΑΘΗΜΑΤΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ**

### **Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ**

Σκοπός: Εισαγωγή στην επιστήμη του Μάρκετινγκ και παρουσίαση των βασικότερων αρχών του.

Περιγραφή: Ο ρόλος του Μάρκετινγκ στις επιχειρήσεις, το σύστημα μάρκετινγκ, το περιβάλλον μάρκετινγκ. Η αγοραστική συμπεριφορά στην καταναλωτική και βιομηχανική αγορά. Τμηματοποίηση αγοράς και τοποθέτηση προϊόντος. Έρευνα αγοράς και μάρκετινγκ, μίγμα μάρκετινγκ (προϊόν, τιμή, διάθεση, προβολή και προώθηση.) Στρατηγικό μάρκετινγκ. Σχεδιασμός, οργάνωση και έλεγχος μάρκετινγκ.

Εξάμηνο σπουδών: 2ο

### **Συμπεριφορά καταναλωτή**

Σκοπός: Η κατανόηση της συμπεριφοράς του καταναλωτή και των παραγόντων που την επηρεάζουν.

Περιγραφή: Η διαδικασία λήψης καταναλωτικών αποφάσεων. Η ψυχολογία της καταναλωτικής συμπεριφοράς. Υποκίνηση και καταναλωτική συμπεριφορά. Προσωπικότητα και καταναλωτική συμπεριφορά. Δομή και διαχείριση των στάσεων του καταναλωτή. Τα οικονομικά της καταναλωτικής συμπεριφοράς. Η δομή των ατομικών προτιμήσεων. Η ατομική ζήτηση και τα βασικά χαρακτηριστικά της. Το κοινωνικό περιβάλλον της καταναλωτικής συμπεριφοράς. Ομάδες αναφοράς και συμπεριφορά καταναλωτή. Πολιτισμικές και κοινωνικές επιδράσεις στην συμπεριφορά καταναλωτή. Η ετερογένεια καταναλωτικών προτιμήσεων και συμπεριφορών. Αρχές και μέθοδοι τμηματοποίησης καταναλωτικών αγορών. Η σύγχρονη ανάλυση της επιλογής του καταναλωτή. Ο καταναλωτής και τα χαρακτηριστικά προϊόντων και υπηρεσιών. Η σύγχρονη ανάλυση των αντιλήψεων των καταναλωτών για προϊόντα και υπηρεσίες. Ο καταναλωτής έναντι της καινοτομίας. Θέματα προστασίας του καταναλωτή. Ειδικά θέματα συμπεριφοράς καταναλωτή.

Εξάμηνο σπουδών: 3ο

### **Έρευνα Μάρκετινγκ**

**Σκοπός:** Η παρουσίαση των κυριότερων μεθόδων διεξαγωγής ερευνών αγοράς.

**Περιγραφή:** Διαδικασία της έρευνας αγοράς και μάρκετινγκ. Δευτερογενείς και πρωτογενείς πηγές πληροφοριών. Πιθανοί λόγοι διεξαγωγής μιας έρευνας αγοράς. Συλλογή στοιχείων, ανάλυση στοιχείων, ειδικές στατιστικές μέθοδοι και τεχνικές στην ανάλυση στοιχείων. Εφαρμογές στο μίγμα μάρκετινγκ.

**Προγράμματα Η/Υ μεθόδων έρευνας αγοράς και μάρκετινγκ.**

**Εξάμηνο σπουδών:** 4ο

### **Οργάνωση Πωλήσεων**

**Σκοπός:** Παρουσίαση της οργάνωσης, της λειτουργίας και των αρμοδιοτήτων του τμήματος πωλήσεων μιας επιχείρησης.

**Περιγραφή:** Η λειτουργία των πωλήσεων και η σχέση της με το πρόγραμμα μάρκετινγκ της επιχείρησης. Ο στρατηγικός σχεδιασμός των πωλήσεων και στόχοι πωλήσεων. Οι διοικητικές λειτουργίες και αποφάσεις του προγράμματος των πωλήσεων. Έλεγχος και παρακολούθηση της αποδοτικότητας του προγράμματος πωλήσεων.

**Εξάμηνο σπουδών:** 5ο

### **Διαφήμιση**

**Σκοπός:** Εισαγωγή στην έννοια της διαφήμισης και παρουσίαση του ρόλου της στην προώθηση των προϊόντων/ υπηρεσιών.

**Περιγραφή:** Ο ρόλος της διαφήμισης στο μίγμα μάρκετινγκ. Διαφήμιση και επικοινωνία. Στόχοι διαφήμισης και προϋπολογισμός διαφήμισης. Στρατηγική διαφημιστικών μέσων και σχεδιασμός. Δημιουργική στρατηγική και σχεδιασμός. Μέτρηση της αποτελεσματικότητας της διαφήμισης. Η διαφημιστική εταιρία: δομή και λειτουργίες.

**Εξάμηνο σπουδών:** 6ο

### **Ηλεκτρονικό Μάρκετινγκ**

**Σκοπός:** Η παρουσίαση της λειτουργίας του μάρκετινγκ στο διαδίκτυο.

**Περιγραφή:** Η επανάσταση πληροφοριών μάρκετινγκ: δεδομένα σημείων πώλησης, μοντελοποίηση της καταναλωτικής συμπεριφοράς, βάσεις δεδομένων μάρκετινγκ, πληροφοριακά συστήματα μάρκετινγκ. Αρχές ηλεκτρονικού μάρκετινγκ: ορισμός και ανάλυση αγοράς, σχεδίαση ηλεκτρονικής παρουσίας, μάρκετινγκ στο διαδίκτυο, επιχειρησιακές ευκαιρίες του παγκόσμιου ιστού, κλαδική ανάλυση των χρήσεων του διαδικτύου. Αρχές διαδραστικού μάρκετινγκ.

**Εξάμηνο σπουδών:** 6ο

### **Δίκτυα Διανομής και Logistics**

**Σκοπός:** Η παρουσίαση της διανομής σαν ένα από τα στοιχεία του μίγματος μάρκετινγκ και ανάλυση της λειτουργίας της.

**Περιγραφή:** Αντικείμενο, προβλήματα και σπουδαιότητα του δικτύου διανομής της επιχείρησης. Το περιβάλλον του δικτύου της διανομής της επιχείρησης. Έννοια, ορισμός και συστατικά μέρη του δικτύου διανομής. Σχεδιασμός δικτύων διανομής. Καθετοποιημένα συστήματα μάρκετινγκ. Φυσική διανομή.

**Εξάμηνο σπουδών:** 7ο

### **Στρατηγικό Μάρκετινγκ**

**Σκοπός:** Η ανάπτυξη μιας ολοκληρωμένης άποψης γύρω από τις στρατηγικές έννοιες του μάρκετινγκ.

**Περιγραφή:** Η τμηματοποίηση της αγοράς, η στοχοθεσία, η «τοποθέτηση» του προϊόντος και η κατανομή πόρων σαν τμήμα του δυναμικού συστήματος της διαδικασίας του μάρκετινγκ. Χρήση επιχειρηματικών παιχνιδιών και προσομοιώσεων για ανάπτυξη ικανότητας ανάλυσης συγκεκριμένων αγορών, σχεδίασης και υλοποίησης στρατηγικών μάρκετινγκ σε ένα δυναμικό και ανταγωνιστικό περιβάλλον.

**Εξάμηνο σπουδών:** 8ο

## **Διοίκηση Προμηθειών και Βιομηχανικό Μάρκετινγκ**

Σκοπός: Η παρουσίαση της λειτουργίας του μάρκετινγκ στη βιομηχανική αγορά.

Περιγραφή: Ορισμός βιομηχανικών αγορών και πελατών. Βασικές διαφοροποιήσεις βιομηχανικών και καταναλωτικών αγορών. Ορισμός, έννοια και στρατηγική σημασία του κέντρου αγοραστικών αποφάσεων του βιομηχανικού πελάτη. Αγοραστική συμπεριφορά και κριτήρια βιομηχανικών πελατών. Πηγές πληροφόρησης βιομηχανικών πελατών. Έννοια και στρατηγική σημασία της μικροτμηματοποίησης των βιομηχανικών αγορών. Μίγμα μάρκετινγκ των βιομηχανικών προμηθευτών.

Εξάμηνο σπουδών: 8ο

## **Μάρκετινγκ Υπηρεσιών**

Σκοπός: Παρουσίαση της λειτουργίας του μάρκετινγκ στο χώρο της παροχής υπηρεσιών.

Περιγραφή: Εισαγωγή στο μάρκετινγκ υπηρεσιών. Διαφοροποιήσεις μεταξύ του μάρκετινγκ υπηρεσιών και του μάρκετινγκ αγαθών – στρατηγικές συνέπειες. Χρήση του διαδικτύου. Παρουσίαση και ανάλυση του μοντέλου Servuction. Ορισμός και έννοια της ποιότητας των υπηρεσιών. Παράμετροι που σχετίζονται με το μίγμα μάρκετινγκ (δημιουργία-παροχή, διανομή και τιμολόγηση υπηρεσιών, επικοινωνιακή στρατηγική).

Εξάμηνο σπουδών: 8ο

## **Τιμολόγηση και Χρηματοοικονομική Ανάλυση**

Σκοπός: Παρουσίαση της τιμολόγησης ως στοιχείου του μίγματος μάρκετινγκ και περιγραφή της διαδικασίας τιμολόγησης.

Περιγραφή: Νομικό καθεστώς της ρύθμισης τιμών. Εκτίμηση της τιμής από την πλευρά του καταναλωτή. Στόχοι και περιβάλλον της πολιτικής τιμολόγησης. Μέθοδοι τιμολόγησης. Βασικοί παράγοντες που επηρεάζουν την τιμολογιακή πολιτική και στρατηγική. Ανάλυση χρηματοοικονομικών δεικτών. Πρόβλεψη κόστους. Προϋπολογισμός.

Εξάμηνο σπουδών: 7ο

## **Μάρκετινγκ Λιανικού και Χονδρικού Εμπορίου**

Σκοπός: Η επιστήμη και η εφαρμογή του μάρκετινγκ στον χώρο του εμπορίου.

Περιγραφή: Το περιβάλλον του εμπορίου. Το εμπόριο στην Ελλάδα και διεθνώς. Η σημασία και οι λειτουργίες του εμπορίου στην οικονομία. Τύποι επιχειρήσεων λιανικού και χονδρικού εμπορίου. Το μείγμα μάρκετινγκ στις εμπορικές επιχειρήσεις. Διοίκηση συλλογής εμπορευμάτων. Πολιτική τιμών για εμπορικές επιχειρήσεις. Η επικοινωνιακή πολιτική του εμπορίου. Επιλογή εμπορικής τοποθεσίας. Διαχείριση χώρου και εκθεσιακής δυναμικότητας εμπορικών επιχειρήσεων. Ατμόσφαιρα καταστήματος. Εξυπηρέτηση πελατών. Ειδικά θέματα μάρκετινγκ εμπορικών επιχειρήσεων.

Εξάμηνο σπουδών: 7ο

## **Πολιτική Προϊόντος**

Σκοπός: Η μελέτη του προϊόντος σαν στοιχείο του μίγματος μάρκετινγκ.

Περιγραφή: Ο ρόλος του προϊόντος στο μάρκετινγκ. Χαρακτηριστικά του προϊόντος. Συμπεριφορά του καταναλωτή και ανάγκη για νέα προϊόντα. Στρατηγικές ανάπτυξης νέων προϊόντων και κύκλος ζωής του προϊόντος. Οργάνωση για την ανάπτυξη νέου προϊόντος. Υιοθέτηση και διάχυση καινοτομιών. Διαδικασίες τροποποίησης και κατάργησης προϊόντων. Θέματα συσκευασίας και σηματοποίησης του προϊόντος.

Εξάμηνο σπουδών: 4ο

## **Διεθνές και Εξαγωγικό Μάρκετινγκ**

Σκοπός: Η ανάλυση εννοιών και μεθόδων της επιστήμης του μάρκετινγκ όσον αφορά τη μορφή και το ρόλο τους στις εξαγωγικές δραστηριότητες μιας επιχείρησης.

Περιγραφή: Η συμβολή του εξαγωγικού εμπορίου στην εθνική οικονομία. Βασικές έννοιες και προβλήματα εξαγωγικού μάρκετινγκ: το διεθνές περιβάλλον, έρευνα, ανάλυση, επιλογή και τμηματοποίηση διεθνών αγορών. Μέθοδοι διείσδυσης σε διεθνείς αγορές. Πολιτικές προϊόντος, τιμών, διάθεσης και προώθησης σε διεθνείς αγορές.

Εξάμηνο σπουδών: 7ο

#### **Άμεσο και Μάρκετινγκ Βάσεων Δεδομένων**

Σκοπός: Αρχές και μέθοδοι άμεσου μάρκετινγκ και μάρκετινγκ βάσεων δεδομένων.

Περιγραφή: Ορισμοί και βασικές έννοιες. Στρατηγικές. Σχεδιασμός και τοποθέτηση προσφοράς. Επιλογή και τμηματοποίηση καταλόγων. Δημιουργική στρατηγική και εκτέλεση. Η δημιουργία και η χρήση των βάσεων δεδομένων. Σχεδιασμός εκστρατειών άμεσου μάρκετινγκ. Μέσα επικοινωνίας. Μέθοδοι λήψης εξ αποστάσεως παραγγελιών. Η αποτελεσματικότητα των σχετικών ενεργειών.

Εξάμηνο σπουδών: 7ο

#### **Τουριστικό Μάρκετινγκ**

Σκοπός: Αντικείμενο και βασικές έννοιες του τουριστικού μάρκετινγκ.

Περιγραφή: Μορφές τουρισμού. Ιδιομορφίες στο τουριστικό-επιχειρηματικό περιβάλλον, η ικανοποίηση των αναγκών του ταξιδιώτη, παράγοντες που επηρεάζουν την τουριστική απόφαση, διαχωρισμός της τουριστικής αγοράς με βάση το αντικείμενο του τουριστικού ταξιδιού, το τουριστικό προϊόν από τη σκοπιά του τουρίστα-καταναλωτή, του τουριστικού παραγωγού και των φορέων. Τουριστικοί πράκτορες και tour operators. Η σημασία της έρευνας μάρκετινγκ για τη διαμόρφωση στρατηγικής στο τουριστικό μάρκετινγκ (ανάπτυξη τουριστικού προϊόντος, τιμολόγηση, προβολή και προώθηση, διανομή), μελέτες περίπτωσης.

Εξάμηνο σπουδών: 8ο

#### **Μάρκετινγκ Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων**

Σκοπός: Αντικείμενο και βασικές έννοιες του αγροτικού μάρκετινγκ

Περιγραφή: Οι λειτουργίες του αγροτικού μάρκετινγκ, οι λειτουργίες της τυποποίησης, συσκευασίας και σηματοποίησης, οι λειτουργίες της αποθήκευσης και των μεταφορών, η λειτουργία της διαφήμισης και της προώθησης, η λειτουργία της μεταποίησης, η έρευνα μάρκετινγκ και η διαφοροποίηση, πρακτικά παραδείγματα (το μάρκετινγκ ελαιολάδου, γαλακτοκομικών προϊόντων, οίνου και τυποποιημένων φρούτων και κηπευτικών).

Εξάμηνο σπουδών: 8ο

#### **Μάρκετινγκ Μη Κερδοσκοπικών Οργανισμών**

Σκοπός: Η ανάλυση εννοιών και μεθόδων της επιστήμης του μάρκετινγκ όσον αφορά τη μορφή και το ρόλο τους στις δραστηριότητες ενός μη κερδοσκοπικού οργανισμού.

Περιγραφή: Γενικά χαρακτηριστικά των μη κερδοσκοπικών οργανισμών. Ταξινόμηση των μη κερδοσκοπικών οργανισμών. Αναγκαιότητα εφαρμογής μάρκετινγκ. Κριτήρια τμηματοποίησης στις αγορές μη κερδοσκοπικών οργανισμών. Διαφοροποίηση και τοποθέτηση. Κατάστρωση σχεδίου μάρκετινγκ (Marketing plan), Fundraising. Cause-related marketing. Εθελοντισμός. Κοινωνικό μάρκετινγκ. Πολιτιστικό μάρκετινγκ. Μάρκετινγκ οργανισμών υγείας. Μάρκετινγκ εκπαιδευτικών / ερευνητικών ιδρυμάτων. Μάρκετινγκ ενόπλων δυνάμεων / σωματίων ασφαλείας. Μάρκετινγκ ολυμπιακών αγώνων. Μελέτη περιπτώσεων (case studies).

Εξάμηνο σπουδών: 8ο

Σημειώσεις Μαθήματος

#### **Μοντέλα Αποφάσεων Μάρκετινγκ**

Σκοπός: Η αναλυτική προσέγγιση στις αποφάσεις και στα φαινόμενα της επιστήμης του μάρκετινγκ.

**Περιγραφή:** Οι αιτίες της ραγδαίας ανάπτυξης των μοντέλων και η γενίκευση της χρήσης τους. Αρχές σχεδιασμού και εμπειρικής εφαρμογής μοντέλων μάρκετινγκ. Η εφαρμογή των μοντέλων στην λήψη αποφάσεων και η πρακτική τους αξιοποίηση. Τα οφέλη από την χρήση υποδειγμάτων. Εντοπισμός και διαχείριση εμπειρικών δεδομένων για εφαρμογή μοντέλων μάρκετινγκ. Οι νέες τεχνολογίες συλλογής και ανάλυσης δεδομένων στο μάρκετινγκ. Υποδείγματα ατομικής επιλογής. Υποδείγματα ανταπόκρισης αγοράς. Εφαρμοσμένη ανάλυση ζήτησης. Αναλυτικές μέθοδοι τμηματοποίησης και τοποθέτησης. Μοντέλα για σχεδιασμό βέλτιστων προϊόντων και υπηρεσιών. Υποδείγματα για αποφάσεις διαφήμισης και επικοινωνίας. Υποδείγματα για αποφάσεις διανομής. Υποδείγματα για διοίκηση σημείων λιανικής πώλησης. Υποδείγματα προώθησης πωλήσεων και πολιτικής τιμών. Πρακτικά ζητήματα εφαρμογής. Εξάμηνο σπουδών: 8ο

### **Σχεδιασμός Δημιουργικού και Διαφημιστικών Μέσων**

**Σκοπός:** Παρουσίαση σχεδιασμού δημιουργικού και επιλογής μέσων στην διαφήμιση.

**Περιγραφή:** Στρατηγική διαφημιστικού μηνύματος. Δημιουργικές προσεγγίσεις στην διαφήμιση. Έλεγχος δημιουργικής ιδέας. Παραγωγή διαφημιστικών μηνυμάτων. Προγραμματισμός μέσων. Καθορισμός και κατανομή διαφημιστικού προϋπολογισμού. Εξάμηνο σπουδών 7ο.

## **ΜΑΘΗΜΑΤΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ**

### **Ψυχολογία**

**Σκοπός:** Εισαγωγή στην επιστήμη της ψυχολογίας και τις βασικές της έννοιες.

**Περιγραφή:** Η επιστήμη της ψυχολογίας. Μέθοδοι και δεοντολογία της Ψυχολογίας. Αίσθηση και μηχανισμοί του εγκεφάλου. Αντίληψη, μνήμη, γλώσσα και γλωσσική κατάρτιση. Σκέψη και αναπαράσταση. Νοημοσύνη. Η σημασία και ο ρόλος της ψυχολογίας στο μάρκετινγκ και τη διοίκηση επιχειρήσεων. Εξάμηνο σπουδών: 1ο

### **Εισαγωγή στην Επικοινωνία**

**Σκοπός:** Εισαγωγή στην επικοινωνία και παρουσίαση των σημαντικότερων εννοιών της επιστήμης.

**Περιγραφή:** Ορισμός επικοινωνίας. Βασικά Μοντέλα Επικοινωνίας και εφαρμογή τους στο χώρο της διοίκησης επιχειρήσεων. Μαθηματικές θεωρίες επικοινωνίας. Σημειωτική: σημεία, κώδικες, σημασιολόγηση. Σημειωτικές μέθοδοι. Σημειωτική ανάλυση διαφημιστικών μηνυμάτων. Εμπειρικές μέθοδοι. Ιδεολογία και νοήματα. Εισαγωγή στη διαπροσωπική επικοινωνία. Ενδοεπιχειρησιακή και διεπιχειρησιακή επικοινωνία. Εξάμηνο σπουδών: 2ο

### **Επικοινωνία στην Πράξη**

**Σκοπός:** Παρουσίαση θεμάτων της επικοινωνίας στην πράξη και παράθεση παραδειγμάτων από το επιχειρηματικό περιβάλλον.

**Περιγραφή:** Λειτουργίες της επικοινωνίας. Διαπολιτισμική επικοινωνία. Επικοινωνία και αυτογνωσία. Επικοινωνία και αντίληψη. Λεκτική και εξωλεκτική επικοινωνία. Ενεργητική ακρόαση και κριτική σκέψη. Ανθρώπινες σχέσεις. Κατανόηση σχέσεων. Έκφραση συναισθημάτων στη διαπροσωπική επικοινωνία. Ο ρόλος της ομάδας στην επίλυση προβλημάτων. Μέλη και ηγεσία. Επίλυση διαφωνιών και συγκρούσεων. Γραπτή επικοινωνία. Προφορική επικοινωνία. Εξάμηνο σπουδών: 3ο

### **Ηλεκτρονική Επικοινωνία**

**Σκοπός:** Η παρουσίαση των ηλεκτρονικών μέσων επικοινωνίας και η εξοικείωση με το internet.

**Περιγραφή:** Το internet σαν μέσο επικοινωνίας. Σύγχρονη και ασύγχρονη επικοινωνία. Οιονεί κοινότητες. Αξιολόγηση σελίδων διαδικτύου. Ηλεκτρονικό Ταχυδρομείο, ομάδες ανταλλαγής πληροφοριών (USENET newsgroups), πίνακες ανακοινώσεων (Bulletin Boards). Συστήματα συζήτησης: IRC και συστήματα

Βασισμένα στον παγκόσμιο Ιστό. MUD's και MOOs. Μαγνητοσκόπια (webcams). Ψηφιακές βιβλιοθήκες και Online έρευνα.  
Εξάμηνο σπουδών: 4ο

### **Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας**

Σκοπός: Ανάλυση των οικονομικών διαστάσεων των μέσων μαζικής επικοινωνίας (ΜΜΕ) και της επιχειρηματικής λειτουργίας τους στη σύγχρονη Ελληνική πραγματικότητα.

Περιγραφή: Εξέλιξη των μέσων μαζικής επικοινωνίας. Οργάνωση των κλάδων στην Ελλάδα. Εφημερίδες, περιοδικά, βιβλίο, ραδιόφωνο, τηλεόραση, δισκογραφία, κινηματογράφος, ποδόσφαιρο, internet. Διαφήμιση, δημόσιες σχέσεις και κοινωνική ρύθμιση. Προβλήματα και προοπτικές των ΜΜΕ.

### **Δημόσιες σχέσεις**

Σκοπός: Η παρουσίαση του ρόλου και της λειτουργίας του τμήματος δημοσίων σχέσεων ενός οργανισμού.

Περιγραφή: Περιεχόμενο και αποστολή των δημοσίων σχέσεων. Βασικές αρχές δεοντολογίας. Φορείς δημοσίων σχέσεων, ομάδες κοινού και τρόποι επικοινωνίας. Εφαρμογές δημοσίων σχέσεων. Οργάνωση ειδικών εκδηλώσεων, προβολή προϊόντων και υπηρεσιών, προβολή εταιρείας, δημοσιογραφική έρευνα, χρήση μέσων ενημέρωσης. Χρήση νέων τεχνολογιών στην επαφή με το κοινό. Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, κίосκια, CD-ROMs, σελίδες στο διαδίκτυο.

Εξάμηνο σπουδών: 5ο

### **Διαπολιτισμική επικοινωνία**

Σκοπός: Η μελέτη της επικοινωνίας μεταξύ διαφορετικών λαών και πολιτισμών.

Περιγραφή: Έννοιες και θεωρίες διαπολιτισμικής επικοινωνίας. Διαπροσωπική επικοινωνία και σχέσεις μεταξύ πολιτιστικά διαφορετικών ατόμων. Ρόλος των πολιτιστικών στοιχείων (πιστεύω, αξιών, κανόνων) και επίδρασή τους στη λεκτική και εξωλεκτική συμπεριφορά. Εμπόδια στην ανάπτυξη της διαπολιτισμικής επικοινωνίας και δεξιότητας. Επικοινωνία με εθνικές και φυλετικές μειονότητες. Διεθνής επικοινωνία.

Εξάμηνο σπουδών: 8ο

### **Διαπραγματεύσεις και Επίλυση Διαφωνιών**

Σκοπός: Η εξέταση αποτελεσματικών στρατηγικών διαπραγμάτευσης και η εξοικείωση με την εφαρμογή αυτών.

Περιγραφή: Κοινά σφάλματα διαπραγματευτών. Διαπραγμάτευση μέσω αντιπροσώπων. Διαπραγμάτευση σε διεθνές περιβάλλον με ειδική έμφαση στην επιρροή των διαπολιτισμικών διαφορών πάνω στις επιχειρηματικές και κυβερνητικές πολιτικές. Ηθική της διαπραγμάτευσης σε ιδιωτικά και δημόσια πλαίσια. Μελέτες περιπτώσεων, υπόδυση ρόλων, παιχνίδια, ασκήσεις, προσομοιώσεις διαπραγματεύσεων.

Εξάμηνο σπουδών: 8ο

### **Ηλεκτρονική Δημοσιογραφία**

Σκοπός: Η μελέτη και πρακτική των μεθόδων δημοσιογραφικής έρευνας και παρουσίασης.

Περιγραφή: Υποδείγματα δημοσιογραφικής πρακτικής, δημοσιογραφικές αξίες και κανόνες, πρακτικές επιλογής και συλλογής πληροφοριών, παρουσίαση των ειδήσεων. Ανάλυση αγορών και περιεχόμενο κειμένων. Προσαρμογή θεμάτων και παρουσιάσεων στις πολιτική του δημοσιογραφικού οργανισμού και στις ανάγκες των αναγνωστικών ομάδων. Εξειδικευμένες τεχνικές συλλογής πληροφοριών. Τίτλοι, επιφυλλίδες, γραφικά, χρώματα, τεχνικές σελιδοποίησης.

Εξάμηνο σπουδών: 8ο

### **Σχεδίαση Διαδραστικών Εφαρμογών**

Σκοπός: Η εισαγωγή στη σχεδίαση διαδραστικών εφαρμογών και η παρουσίαση σχετικών προγραμμάτων ηλεκτρονικών υπολογιστών.

Περιγραφή: Εισαγωγή στα πολυμέσα. Περιπτώσεις και σκοποί χρήσης διαδραστικών εφαρμογών. Αρχές, στάδια και εργαλεία σχεδίασης πολυμέσων

εφαρμογών αμφίδρομης επικοινωνίας για πληροφόρηση, εκπαίδευση και ψυχαγωγία. Παρουσίαση διαδραστικών εφαρμογών σε κιόσκια, CD-ROMs και στο Διαδίκτυο. Δημιουργία διαδραστικής εφαρμογής με τη χρήση ηλεκτρονικών υπολογιστών.

Εξάμηνο σπουδών: 7ο

### **Ειδικά Θέματα Πολύμεσης Επικοινωνίας**

Σκοπός: Σχεδιασμός και ανάπτυξη διαδραστικής εφαρμογής σε πραγματική περίπτωση.

Περιγραφή: Το μάθημα αυτό είναι συνέχεια του μαθήματος 5710 «Σχεδίαση Διαδραστικών Εφαρμογών» του 7ου εξαμήνου. Οι φοιτητές έρχονται σε επαφή με κάποια επιχείρηση και μετά από μελέτη συγκεκριμένης επικοινωνιακής ανάγκης της, σχεδιάζουν και αναπτύσσουν μία πολύμεση εφαρμογή στηριζόμενοι στις αρχές που έχουν ήδη διδαχθεί. Επίσης γίνεται εκμάθηση του προγράμματος ψηφιακής επεξεργασίας βίντεο με το Adobe Premiere και του προγράμματος ψηφιακής επεξεργασίας ήχου Sound Forge.

Εξάμηνο σπουδών: 8ο

### **Σχεδίαση Ιστοπέδων**

Σκοπός: Η σχεδίαση εταιρικών ιστοπέδων (web sites) με στόχο τη υποστήριξη των επιχειρηματικών επικοινωνιών.

Περιγραφή: Το διαδίκτυο και οι επιδράσεις του στην εταιρική επικοινωνία. Εμπορικές χρήσεις του διαδικτύου και επιχειρηματικά μοντέλα. Στρατηγικός και επιχειρησιακός σχεδιασμός, στρατηγικές εισόδου εταιρείας στο διαδίκτυο. Επιλογή συνεργατών για την ανάπτυξη ιστοπέδου. Χρονικός προγραμματισμός. Περιεχόμενο και σχεδιασμός του εταιρικού ιστοπέδου. Σχεδιαστικές στρατηγικές. Θέματα επιχειρησιακού επανασχεδιασμού. Μελέτες περιπτώσεων.

Πρακτική άσκηση.

Εξάμηνο σπουδών: 7ο

### **Διαδίκτυο και Εκπαίδευση**

Σκοπός: Η σχεδίαση εκπαιδευτικών ιστοπέδων (web sites) με στόχο τη υποστήριξη των εκπαιδευτικών λειτουργιών.

Περιγραφή: Εισαγωγή στην Εκπαίδευση Μέσω Διαδικτύου - ΕΜΔ (Web Based Training). Στρατηγικές για την εισαγωγή της ΕΜΔ σε εκπαιδευτικούς οργανισμούς. Αξιολόγηση της ΕΜΔ. Ανάπτυξη εκπαιδευτικού και παιδαγωγικού πλαισίου για την ΕΜΔ. Οργάνωση και υλοποίηση μαθησιακών στρατηγικών. Ασκήσεις και αξιολόγηση στην ΕΜΔ. Υποκίνηση και υποστήριξη εκπαιδευομένων. Εικονική τάξη. Μελέτες περιπτώσεων. Πρακτική άσκηση.

Εξάμηνο σπουδών: 7ο

### **Τέχνη και Επικοινωνία**

Σκοπός: Γνωριμία με σημαντικά στοιχεία και τάσεις της τέχνης από τους αρχαίους πολιτισμούς μέχρι σήμερα.

Περιγραφή: Αρχαίοι πολιτισμοί. Ελληνιστική, ρωμαϊκή και βυζαντινή περίοδος. Μεσαίωνας, αναγέννηση και μπαρόκ. Ιμπρεσιονισμός, μοντερνισμός, κυβισμός, εξπρεσιονισμός, σύγχρονες τάσεις.

Εξάμηνο σπουδών: 8ο

### **Πολιτική Οικονομία και Επικοινωνία**

Σκοπός: Ανάλυση των αρχών της πολιτικής οικονομίας και διερεύνηση της σχέσης τους με την τεχνολογική μορφή της επικοινωνίας που χαρακτηρίζει διαφορετικές ιστορικές εποχές.

Περιγραφή: Αγροτικές οικονομίες. Η σημασία του συστήματος κοινωνικών σχέσεων. Παραγωγικές δυνάμεις και καπιταλιστική παραγωγή. Σοσιαλιστικές κοινωνικές σχέσεις και το πρόβλημα της ανάπτυξης. Σύγχρονη καπιταλιστική οικονομία. Ο οικονομικός ρόλος του κράτους. Τα αίτια και οι συνέπειες της παγκοσμιοποίησης.

Εξάμηνο σπουδών: 7ο



## **Επικοινωνιακή Στρατηγική**

**Σκοπός:** Να βοηθήσει τους σπουδαστές να συνειδητοποιήσουν την πολυπλοκότητα και τους μηχανισμούς που διέπουν τη διαδικασία της επικοινωνίας μέσα στο επιχειρησιακό περιβάλλον και να αναπτύξει την ικανότητά τους στον σχεδιασμό και χειρισμό θεμάτων επικοινωνιακής στρατηγικής στην επιχείρηση.

**Περιγραφή:** Ανάλυση και Κατανόηση θεμάτων Εσωτερικής Επικοινωνίας: Το Μάνατζμεντ της Επικοινωνίας. Ο Ρόλος της Λειτουργίας της Εσωτερικής Επικοινωνίας. Η Δομή της Εσωτερικής Επικοινωνίας. - Επικοινωνιακή Στρατηγική και Σχεδιασμός για τον Εσωτερικό Πελάτη (Internal Marketing).

**Αξιολόγηση της Επιχειρησιακής Επικοινωνίας – Οργανωσιακή επισκόπηση (Organizational Survey) - Ανάλυση της Επικοινωνίας σε Περιόδους Αλλαγής.**

**Εξάμηνο σπουδών:** 8ο

## **ΓΕΝΙΚΟ ΜΑΘΗΜΑ**

### **Εκπόνηση Εργασίας Πρακτικής Εφαρμογής**

**Σκοπός:** Η μελέτη σε βάθος ενός θέματος που απασχολεί τις σύγχρονες επιχειρήσεις στο χώρο του Μάρκετινγκ ή της Επικοινωνίας, προκειμένου ο φοιτητής να εφαρμόσει στην πράξη τις θεωρητικές γνώσεις που απέκτησε κατά τις σπουδές του στο Τμήμα.

**Περιγραφή:** Η Εκπόνηση Εργασίας Πρακτικής Εφαρμογής μπορεί να αντικαταστήσει ένα μάθημα επιλογής κατά το τέταρτο έτος σπουδών του φοιτητή. Ο φοιτητής θα πρέπει να επιλέξει ένα θέμα το οποίο θα εξετάσει συνδυάζοντας επισκόπηση της βιβλιογραφίας με εμπειρική έρευνα. Το προτεινόμενο θέμα συμφωνείται με τον καθηγητή που θα αναλάβει την εποπτεία του και υποβάλλεται στη Γενική Συνέλευση του τμήματος, συνοδευόμενο από τους τίτλους του περιεχομένου, τη μεθοδολογία και τη βιβλιογραφία της, προκειμένου να εγκριθεί. Ο τελικός βαθμός της εργασίας προτείνεται από τον επόπτη Καθηγητή και εγκρίνεται από τη Γενική Συνέλευση του τμήματος.

**Εξάμηνο Σπουδών:** 7ο ή 8ο