



**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ (Τ.Ε.Ι.) ΑΘΗΝΑΣ**  
**ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**

**ΤΜΗΜΑ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ**  
**(MARKETING)**

**ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ**  
**1999 - 2000**

**ΑΘΗΝΑ 2000**

© 2000, Τ.Ε.Ι. ΑΘΗΝΑΣ - ΤΜΗΜΑ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ (MARKETING)

Επιτρέπεται η αναφορά και χρήση των κειμένων μόνο με προηγούμενη αναφορά της πηγής.

Υπεύθυνοι Έκδοσης: Πέτρος Τομάρας και Δημήτρης Ζωντήρος.

Συνεργάστηκαν οι: Λ. Σπεντζούρη, Κ. Στεργίου - Παπαηλία, Αικ. Τσιούνη - Βασιλικάκη και Κ. Καπράνα

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

|  | Σελ. |
|--|------|
| Λίγα λόγια από τον Προϊστάμενο .....                                       | 5    |
| <b>ΜΕΡΟΣ ΠΡΩΤΟ</b>   |      |
| Το Τ.Ε.Ι. Αθήνας και το Τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης (Marketing) .....    | 7    |
| Ο σκοπός αυτού του Οδηγού .....  | 7    |
| Το Αιγάλεω.....  | 7    |
| Το Τ.Ε.Ι. Αθήνας .....   | 7    |
| ◆ Εγκαταστάσεις και υποδομή.....   | 8    |
| Η Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας (Σ.Δ.Ο.) .....                            | 8    |
| Το Τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης (Marketing) .....                         | 8    |
| ◆ Η αποστολή του Τμήματος .....  | 8    |
| ◆ Οι διεθνείς συνεργασίες .....  | 10   |
| ◆ Οι δραστηριότητες του Τμήματος και η παροχή υπηρεσιών προς τρίτους ..... | 11   |
| ◆ Οι σπουδαστές μας .....  | 11   |
| ◆ Οι απόφοιτοι του Τμήματός μας και οι δυνατότητες συνέχισης σπουδών ..... | 12   |
| ◆ Σταδιοδρομία και προοπτικές απασχόλησης των αποφοίτων του Τμήματος ..... | 12   |
| ◆ Τα επαγγελματικά δικαιώματα και η απασχόληση των πτυχιούχων .....        | 12   |
| ◆ Το Εκπαιδευτικό και Διοικητικό Προσωπικό του Τμήματος .....              | 13   |
| ◆ Η οργάνωση και η διοίκηση του Τμήματος .....                             | 16   |
| <b>ΜΕΡΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ</b>   |      |
| Το Πρόγραμμα Σπουδών .....   | 19   |
| Το Πρόγραμμα Σπουδών στο Marketing .....                                   | 19   |
| Αναλυτική παρουσίαση των μαθημάτων .....                                   | 22   |
| Η οργάνωση και ο κανονισμός σπουδών .....                                  | 30   |
| ◆ Αρχική εγγραφή .....   | 30   |
| ◆ Ανανέωση εγγραφής .....  | 31   |
| ◆ Κύκλοι σπουδών, έναρξη, διακοπή και λήξη μαθημάτων .....                 | 31   |
| ◆ Οργάνωση μαθημάτων - Πρόγραμμα σπουδών .....                             | 32   |
| ◆ Διδασκαλία ξένων γλωσσών .....   | 32   |
| ◆ Μορφές διδασκαλίας .....   | 32   |

|  |    |
|--|----|
| ◆ Φοίτηση, έλεγχος επίδοσης, επιτυχής παρακολούθηση .....      | 33 |
| ◆ Βαθμολογική κλίμακα .....                                    | 33 |
| ◆ Βαθμοί εργαστηρίων, προόδου και εξετάσεων .....              | 33 |
| ◆ Εξεταστικές περιόδους εξαμήνου και πρόγραμμα εξετάσεων ..... | 34 |
| ◆ Διαδικασία διεξαγωγής εξετάσεων .....                        | 34 |
| ◆ Εκπόνηση πτυχιακής εργασίας .....                            | 35 |
| ◆ Πρακτική άσκηση .....  | 36 |
| ◆ Τρόπος εύρεσης επιχείρησης για πρακτική άσκηση .....         | 37 |
| ◆ Ασφάλιση .....   | 38 |
| ◆ Αμοιβή πρακτικής άσκησης .....                               | 38 |
| ◆ Βαθμός πτυχίου και ανακήρυξη πτυχιούχων .....                | 38 |
| Τίτλοι σπουδών .....   | 39 |
| Σπουδαστική μέριμνα .....                                      | 40 |
| ◆ Στέγαση .....  | 40 |
| ◆ Σίτιση .....   | 41 |
| ◆ Σπουδαστικά εισιτήρια .....                                  | 41 |
| ◆ Υγειονομική περίθαλψη .....                                  | 41 |
| ◆ Υποτροφίες και δάνεια .....                                  | 42 |

### **ΜΕΡΟΣ ΤΡΙΤΟ**

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Πρόσβαση και επικοινωνία με το Τ.Ε.Ι. Αθήνας και το Τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης (Marketing) .....</b> | <b>43</b> |
| ◆ Η χωροταξική θέση του Τ.Ε.Ι. και της Σ.Δ.Ο. ....   | 43        |
| ◆ Η πρόσβαση στο Τ.Ε.Ι. ....   | 44        |
| Οδηγός επικοινωνίας με το Τ.Ε.Ι. και το Τμήμα .....  | 44        |

## *Λίγα λόγια από τον Προϊστάμενο*

*Η έκδοση του νέου Οδηγού Σπουδών του Τμήματος Εμπορίας και Διαφήμισης (Marketing) του Τ.Ε.Ι. Αθήνας έρχεται να καλύψει μια πάγια ανάγκη πληροφόρησης, τόσο των αμέσως ενδιαφερομένων (σπουδαστών), όσο και κάθε άλλου ενδιαφερομένου για τις σπουδές που αυτό παρέχει στα πλαίσια της Τριτοβάθμιας Τεχνολογικής Εκπαίδευσης.*

*Με δεδομένο το δημόσιο χαρακτήρα του Ιδρύματός μας, προσπαθούμε να λειτουργούμε αποτελεσματικά αφού, ο τομέας του Marketing είναι ο κατ' εξοχήν δυναμικός στη Διοίκηση Επιχειρήσεων και, συνάμα, ο πλέον απαιτητικός. Ο συναγωνισμός με άλλα εκπαιδευτικά ιδρύματα, μας ωθεί να γινόμαστε όλο και καλύτεροι με αποτέλεσμα, οι απόφοιτοι του Τμήματός μας να απορροφώνται εύκολα από τον ιδιωτικό και (λιγότερο) το δημόσιο τομέα.*

*Ο Οδηγός Σπουδών που κρατάτε στα χέρια σας περιλαμβάνει ένα σύντομο ιστορικό και μια περιγραφή του Τ.Ε.Ι. Αθήνας και του Τμήματος, μια περιγραφή της διάρθρωσής του και μία αναφορά στο Εκπαιδευτικό Προσωπικό και στα Ευρωπαϊκά προγράμματα στα οποία το Τμήμα συμμετέχει. Παρατίθεται, επίσης, μια περιγραφή της οργάνωσης των σπουδών, του νέου Προγράμματος Σπουδών, των περιγραμμάτων των μαθημάτων καθώς και των επαγγελματικών δικαιωμάτων σε συνδυασμό με τις προοπτικές απασχόλησης των αποφοίτων μας. Τέλος, παρέχονται μερικές χρήσιμες πληροφορίες για τις λοιπές δραστηριότητες του Τμήματος και για τη χωροταξική του θέση μέσα στο Τ.Ε.Ι. Αθήνας.*

*Έχουμε την πεποίθηση ότι αυτή η έκδοση θα συμβάλλει στην ενημέρωση των υποψηφίων φοιτητών αλλά και στην προβολή του Τμήματός μας στον ευρύτερο εκπαιδευτικό και επιχειρησιακό χώρο. Δεσμευόμαστε να συνεχίσουμε την προσπάθεια προσφοράς στην επιστήμη του Marketing, εξοπλίζοντας τους αποφοίτους μας με τις γνώσεις και τις ικανότητες που απαιτεί από αυτούς η οικονομία αλλά και η κοινωνία γενικότερα.*

**Ο Προϊστάμενος του Τμήματος**

**Πέτρος Τομάρας  
Επίκουρος Καθηγητής**

## ΜΕΡΟΣ ΠΡΩΤΟ

### Το Τ.Ε.Ι. Αθήνας και το Τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης (Marketing)

#### Ο σκοπός αυτού του Οδηγού

Ο σκοπός αυτού του Οδηγού είναι να παρουσιάσει το Πρόγραμμα Σπουδών στο Marketing που προσφέρεται από το Τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης (Marketing) του Τεχνολογικού Εκπαιδευτικού Ιδρύματος (Τ.Ε.Ι.) Αθήνας και να παράσχει στους σπουδαστές και στις σπουδάστριες (αλλά και σε κάθε άλλο ενδιαφερόμενο) τις απαραίτητες πληροφορίες που θα τους διευκολύνουν κατά τη διάρκεια των σπουδών τους.

Είναι γεγονός, όμως, ότι ένας Οδηγός, όσο πλήρης και αν θεωρείται, δεν μπορεί να προσφέρει πληροφορίες και συμβουλές για όλα τα θέματα που απασχολούν το σπουδαστικό δυναμικό του Τμήματος. Για το λόγο αυτό, ο κάθε σπουδαστής και η κάθε σπουδάστρια μπορούν να απευθύνονται στη Γραμματεία και στον Προϊστάμενο του Τμήματος αν υπάρχουν απορίες ή ανάγκη περαιτέρω διευκρινίσεων και πληροφοριών.

#### Το Αιγάλεω

Το Αιγάλεω βρίσκεται στη Δυτική Αττική και ανήκει στο πολεοδομικό συγκρότημα της Αθήνας. Κύρια χαρακτηριστικά της Δυτικής Αττικής είναι ο μεγάλος πληθυσμιακός της όγκος και ο μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται μέσα στα όριά της. Το Αιγάλεω, σήμερα, βρίσκεται σε μια μεταβατική φάση που χαρακτηρίζεται από τις πρωτοβουλίες διαφόρων φορέων για την αναβάθμισή του και τη βελτίωση της ποιότητας ζωής των κατοίκων του.

Προσφέρει πολλές ευκαιρίες διασκέδασης και ψυχαγωγίας στον ελεύθερο χρόνο σας. Για τους λάτρεις του αθλητισμού υπάρχουν οι απαραίτητες εγκαταστάσεις, τόσο μέσα στο Τ.Ε.Ι. Αθήνας όσο και έξω από αυτό. Μια επαφή και γνωριμία με τους παλαιότερους σπουδαστές μπορεί να σας αποκαλύψει όλες τις διαθέσιμες επιλογές για αναψυχή και άθληση.

#### Το Τ.Ε.Ι. Αθήνας

Τα Τεχνολογικά Εκπαιδευτικά Ιδρύματα (Τ.Ε.Ι.), σύμφωνα με τον ιδρυτικό τους νόμο (Ν. 1404/83), παρέχουν θεωρητική και πρακτική εκπαίδευση που είναι προσανατολισμένη στην εφαρμογή επιστημονικών, τεχνολογικών ή άλλων γνώσεων και δεξιοτήτων στο επάγγελμα.

Το Τ.Ε.Ι. Αθήνας είναι το τρίτο, σε αριθμό σπουδαστών (περίπου 25.000), τριτοβάθμιο εκπαιδευτικό ίδρυμα της Ελλάδας με 1.300 περίπου εκπαιδευτικούς όλων των βαθμίδων και 400 διοικητικούς υπαλλήλους και τεχνικό προσωπικό. Το Τ.Ε.Ι. Αθήνας καλύπτει, με τη συνολική του δραστηριότητα, ένα μεγάλο μέρος της σύγχρονης επιστήμης και τεχνολογίας μέσω των πέντε Σχολών του και των 38 Τμημάτων του (στα 35 Τμήματα εισάγονται φοιτητές). Ένας πλήρης κατάλογος αυτών βρίσκεται στο Τρίτο Μέρος (Οδηγός επικοινωνίας) τον οποίο μπορείτε να συμβουλευθείτε προκειμένου να επικοινωνήσετε με το Τ.Ε.Ι.

Το Τ.Ε.Ι. διοικείται από έναν πρόεδρο (Δ. Νίνος, Καθηγητής), δύο αντιπροέδρους (Γ. Κουτρομπής, Καθηγητής και Κ. Σταθάκης, Καθηγητής) και από συλλογικά όργανα (Συνέλευση και Συμβούλιο Τ.Ε.Ι.) στα οποία συμμετέχουν εκπρόσωποι του εκπαιδευτικού προσωπικού, των σπουδαστών και του διοικητικού προσωπικού.

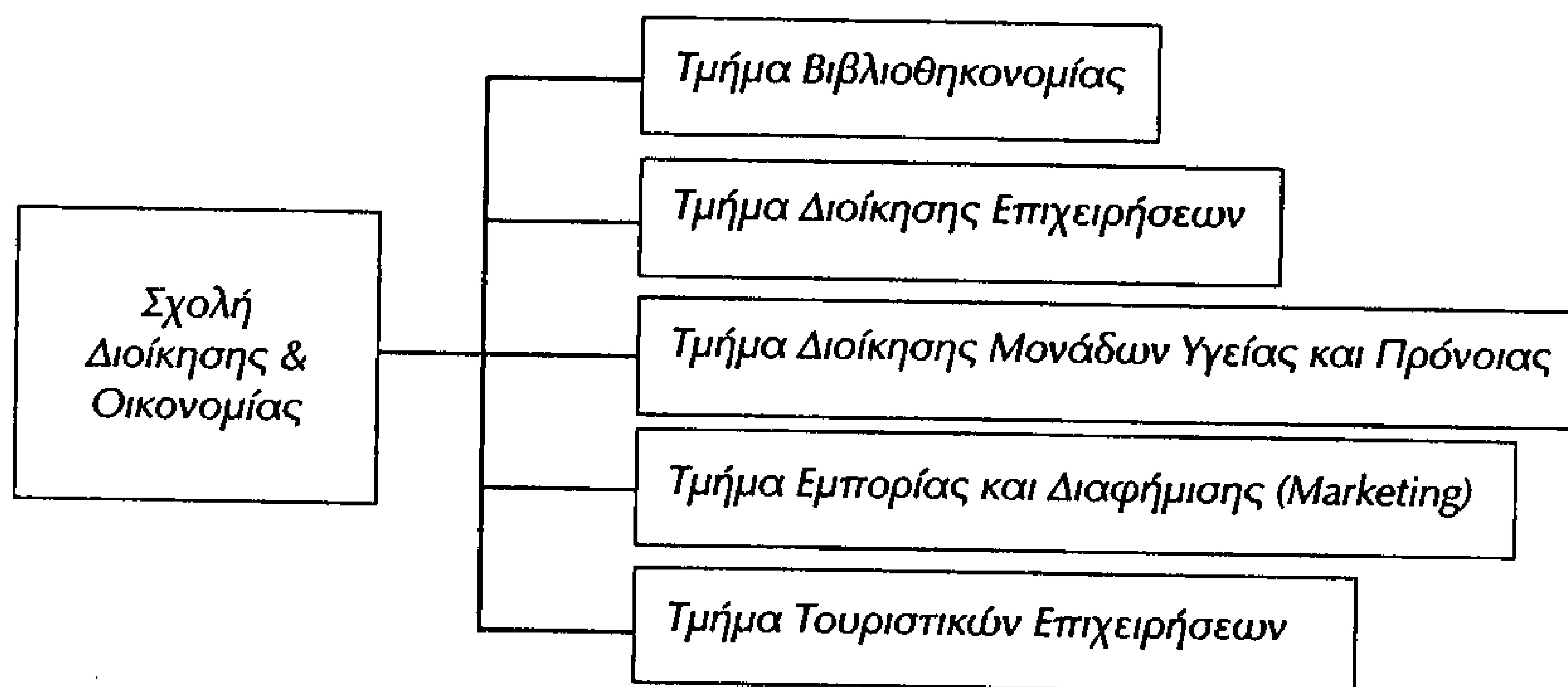
### **Εγκαταστάσεις και υποδομή**

Κάθε Σχολή έχει το δικό της κτίριο. Επίσης, στο χώρο που καταλαμβάνει το Τ.Ε.Ι. βρίσκονται η Βιβλιοθήκη, το ιατρείο, το γυμναστήριο, το φωτοτυπικό εργαστήριο, η τεχνική υπηρεσία, το εστιατόριο και χώροι στάθμευσης για τα αυτοκίνητα του εκπαιδευτικού και διοικητικού προσωπικού καθώς και των σπουδαστών. Τέλος, το Τ.Ε.Ι. έχει επιπλέον χώρους που βρίσκονται στο κτίριο ΕΡΓΑΣ απέναντι από τις εγκαταστάσεις Σαρακάκη.

Η Βιβλιοθήκη του Τ.Ε.Ι. διαθέτει περίπου 55.000 τίτλους βιβλίων και 651 τίτλους επιστημονικών περιοδικών που καλύπτουν τα αντίστοιχα γνωστικά αντικείμενα των Τμημάτων. Επί του παρόντος δε, στεγάζεται σε τρεις χώρους : στο κυρίως κτίριο όπου στεγάζεται η κεντρική βιβλιοθήκη βιβλίων και λειτουργεί το Αναγνωστήριο, στο κτίριο του Τμήματος Βιβλιοθήκης και Εκτυπώσεων όπου στεγάζεται το τμήμα των περιοδικών και λειτουργούν οι υπηρεσίες Προσκτήσεων και Εκτυπώσεων και, τέλος, στο πολυγωνικό κτίριο στον περίβολο του Τ.Ε.Ι. όπου διατίθενται, για την εξυπηρέτηση των ενδιαφερομένων, βιβλία που έχουν παραληφθεί αλλά δεν έχουν καταλογογραφηθεί και δεν έχουν μεταφερθεί στην Κεντρική βιβλιοθήκη. Η Κεντρική Βιβλιοθήκη και το Τμήμα Περιοδικών λειτουργούν από Δευτέρα μέχρι Παρασκευή από τις 8:00 π.μ. μέχρι τις 3:00 μ.μ.

### **Η Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας (Σ.Δ.Ο.)**

Η Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας (Σ.Δ.Ο.) του Τ.Ε.Ι. Αθήνας περιλαμβάνει πέντε Τμήματα :



### **Το Τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης (Marketing)**

#### **Η αποστολή του Τμήματος**

Στην Ελλάδα, στο χώρο του Marketing και σε επίπεδο Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης, ιδρύθηκαν, για πρώτη φορά, Τμήματα Εμπορίας και Διαφήμισης (Marketing) στα Τ.Ε.Ι. Αθήνας και Θεσσαλονίκης (αφού είχε προηγηθεί η λειτουργία των τμημάτων "Στελεχών Εμπορίας και Διαφήμισης" στα Κ.Α.Τ.Ε. και Κ.Α.Τ.Ε.Ε.).

Ο σκοπός του Τμήματος είναι η εκπαίδευση και κατάρτιση των σπουδαστών στην επιστήμη του Marketing και στα επιμέρους πεδία του όπως η Διαφήμιση, η Έρευνα Αγοράς, οι Δημόσιες Σχέσεις, οι Πωλήσεις, η Διοίκηση Marketing, κλπ.

Στο Τμήμα μας προέχει η αξιοποίηση όλων των δυνατοτήτων που παρέχει το υπάρχον θεσμικό πλαίσιο και η ανάληψη ανάλογων πρωτοβουλιών έτσι ώστε να ανταποκρίνεται με επιτυχία στις επιταγές του σύγχρονου ανταγωνισμού και στις διαρκώς μεταβαλλόμενες συνθήκες του επιχειρηματικού περιβάλλοντος. Οι πρωτοβουλίες αυτές περιλαμβάνουν :

- α. Τη συνεχή προσπάθεια αναμόρφωσης και αναβάθμισης του Προγράμματος Σπουδών του Τμήματος σε συνεργασία με το αντίστοιχο Τμήμα του Τ.Ε.Ι. Θεσσαλονίκης. Ο Οδηγός που έχετε στα χέρια σας περιλαμβάνει το νέο Πρόγραμμα Σπουδών που προέκυψε από το σχετικό, χρηματοδοτηθέν από την Ευρωπαϊκή Ένωση, έργο μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος Εκπαίδευσης και Αρχικής Επαγγελματικής Κατάρτισης (Ε.Π.Ε.Α.Ε.Κ.). Το συγκεκριμένο πρόγραμμα κατέληξε στην πλήρη αναμόρφωση και ανανέωση του Προγράμματος Σπουδών (μαθήματα, περιγράμματα μαθημάτων και διάρκεια σπουδών), στην ανάπτυξη διδακτικού υλικού, στη θέσπιση πολλαπλής βιβλιογραφίας και αρθρογραφίας, στην εισαγωγή συστήματος αξιολόγησης και στην αγορά και δημιουργία εξοπλισμού και εργαστηρίων υψηλού επιπέδου.
- β. Την αποτελεσματική αξιοποίηση του θεσμού της πρακτικής άσκησης στο επάγγελμα. Υπάρχει ένα, διαρκώς διευρυνόμενο, δίκτυο επιχειρήσεων του ιδιωτικού τομέα με τις οποίες το Τμήμα συνεργάζεται και στέλνει τους τελειοφοίτους του για την πρακτική τους άσκηση. Η προσπάθεια αυτή υποστηρίχθηκε και από την Ε.Ε. (μέσω του Ε.Π.Ε.Α.Ε.Κ.) και, έτσι, είχε ακόμη μεγαλύτερη επιτυχία.
- γ. Την αποτελεσματική αξιοποίηση του θεσμού της πτυχιακής εργασίας με προσανατολισμό σε θέματα πρακτικής εφαρμογής στους διάφορους τομείς του Marketing.
- δ. Τη συγγραφή σύγχρονων βιβλίων, σημειώσεων και βοηθημάτων και την οργάνωση ειδικών εκπαιδευτικών επισκέψεων σε επιχειρήσεις. Επίσης, την ευρύτατη δραστηριοποίηση του Εκπαιδευτικού Προσωπικού του Τμήματος το οποίο αρθρογραφεί, συμμετέχει σε ημερίδες, συνέδρια και διάφορες κοινωνικές δραστηριότητες και κατέχει τιμητικές θέσεις σε επιτροπές, συμβούλια και οργανισμούς.
- ε. Τη διαρκή αξιοποίηση του έκτακτου Εκπαιδευτικού Προσωπικού (Επιστημονικών και Εργαστηριακών Συνεργατών) το οποίο αποτελείται από άτομα με ακαδημαϊκά προσόντα και πλούσια επαγγελματική εμπειρία σε διευθυντικές θέσεις στους τομείς του Marketing. Οι Συνεργάτες αυτοί μεταφέρουν πρωτογενώς τη γνώση και την εμπειρία τους στο Τμήμα, συμβάλλοντας στη συνεχή ενημέρωση για τις εξελίξεις και τις τάσεις της αγοράς.
- στ. Τη συμμετοχή σε δίκτυο ανταλλαγών σπουδαστών και καθηγητών μέσω των ευρωπαϊκών προγραμμάτων SOCRATES, LEONARDO DA VINCI και TEMPUS. Στα πλαίσια των προγραμμάτων αυτών, λειτουργεί στο Τμήμα ένα αγγλόφωνο πρόγραμμα που φιλοξενεί, για ένα εξάμηνο, σπουδαστές από το εξωτερικό. Δεκάδες σπουδαστές μας παρακολουθούν μαθήματα σε αντίστοιχα ιδρύματα του εξωτερικού για ένα εξάμηνο. Επίσης, οι καθηγητές του Τμήματος επισκέπτονται πανεπιστήμια και άλλα ιδρύματα του εξωτερικού για συνεργασία ή διδασκαλία σε αυτά.
- ζ. Την προώθηση και την ενθάρρυνση της συνεργασίας των σπουδαστών και των αποφοίτων του Τμήματος με τη δημιουργία ενός συλλογικού φορέα ο οποίος εκφράζει τις ανάγκες και τα συμφέροντά τους. Ο καρπός της προσπάθειας αυτής ήταν ο "Σύλλογος Marketing" που έχει να επιδείξει αξιόλογη δραστηριότητα μέχρι τώρα στην οργάνωση ημερίδων και συνεδρίων, την πρώτη έκδοση του οδηγού σπουδών και τη, με κάθε τρόπο, συνδρομή στην αναβάθμιση και βελτίωση του Τμήματος. Ειδικότερα, η οργάνωση ημερίδων και συνεδρίων γίνεται με ευθύνη των σπουδαστών και με επίβλεψη των διδασκόντων και, κατά γενική ομολογία, είναι πολύ επιτυχημένη. Τα θέματά τους καλύπτουν ένα μεγάλο αριθμό επιμέρους πεδίων του Marketing όπως το Εξαγωγικό, Πολιτικό, Τουριστικό, Αθλητικό και Οικολογικό Marketing, τις



### **Γαλλία**

- ▶ *Sup de Co La Rochelle*
- *Institut Universitaire de Technologie*

### **Ελλάδα**

- ▶ *Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα (Τ.Ε.Ι.) Θεσσαλονίκης*

### **Ηνωμένο Βασίλειο**

- ▶ *University of Plymouth - Plymouth Business School (PBS)*

### **Ολλανδία**

- ▶ *HEAO, Amsterdam*
- ▶ *Haagse Hogeschool*

### **Σουηδία**

- ▶ *University of Orebro*

### **Φινλανδία**

- ▶ *Abo Akademi University*
- *Nothern Pirkanmaa Inst. of Education*

### **Ιρλανδία**

- *Austin Waldron Regional College of Carlow*

Με το ίδιο σκεπτικό, οι αλλοδαποί σπουδαστές που παρακολουθούν μαθήματα στο αγγλόφωνο τμήμα, κατοχυρώνουν τη βαθμολογία τους στα ιδρύματα από τα οποία προέρχονται.

Οι υποψήφιοι υπότροφοι SOCRATES μέσα σε προθεσμία, που ορίζεται από σχετική ανακοίνωση, καταθέτουν στη Γραμματεία του Τμήματος αίτηση εκδήλωσης ενδιαφέροντος η οποία πρέπει να συνοδεύεται από τα δικαιολογητικά με τα οποία ο υποψήφιος επιθυμεί να τεκμηριώσει τα όσα αναφέρονται στην αίτηση του.

Επίσης, στα πλαίσια το Προγράμματος LEONARDO DA VINCI παρέχεται η δυνατότητα τοποθέτησης σπουδαστών σε θέσεις εργασίας διαφόρων επιχειρήσεων και οργανισμών του εξωτερικού όπου οι υπότροφοι πραγματοποιούν πρακτική άσκηση σε προσυμφωνημένα πεδία / αντικείμενα εργασίας. Περισσότερες πληροφορίες παρέχονται από τη Γραμματεία και από το Γραφείο Ευρωπαϊκών & Διεθνών Προγραμμάτων (βλ. Οδηγό επικοινωνίας).

### **Οι δραστηριότητες του Τμήματος και η παροχή υπηρεσιών προς τρίτους**

Η αναμόρφωση του Προγράμματος Σπουδών έδωσε την ευκαιρία στο Τμήμα να κάνει ένα νέο άνοιγμα προς τον επιχειρηματικό κόσμο. Παράλληλα, εξετάζεται η δυνατότητα για παροχή υπηρεσιών προς τρίτους από το Τμήμα μέσω της υποδομής που αυτό διαθέτει. Αυτό επιτρέπει τη συνεχή επαφή με τις επιχειρήσεις, τη διαρκή ενημέρωση σχετικά με τις ανάγκες τους, την επαφή των σπουδαστών με την εργασιακή πραγματικότητα και την εξασφάλιση πόρων που χρησιμοποιούνται για την ανανέωση του εξοπλισμού των εργαστηρίων και των αιθουσών διδασκαλίας.

### **Οι σπουδαστές μας**

Στο τμήμα εισάγονται (1999) 230 σπουδαστές κατόπιν εισαγωγικών εξετάσεων. Επίσης, εγγράφονται (κατόπιν εξετάσεων) Κύπριοι, ομογενείς και αλλοδαποί σπουδαστές. Επιπλέον, στο Τμήμα εισάγονται α) σε ποσοστό 2% επί του αριθμού των εισαγομένων και κατόπιν κατατακτηρίων εξετάσεων σε τρία μαθήματα, πτυχιούχοι άλλων Τμημάτων τριτοβάθμιας εκπαίδευσης και β) σε ποσοστό 8% επί του συνόλου των εισαγομένων, σπουδαστές που ζητούν μετεγγραφή από το αντίστοιχο Τμήμα του Τ.Ε.Ι. Θεσσαλονίκης.

### **Οι απόφοιτοι του Τμήματός μας και οι δυνατότητες συνέχισης σπουδών**

Μετά το πέρας των σπουδών τους και, εφ' όσον πληρούν τις απαιτούμενες προϋποθέσεις, οι απόφοιτοι του Τμήματος μπορούν να συνεχίσουν τις σπουδές τους στο εσωτερικό και στο εξωτερικό. Αρκετοί απόφοιτοι του Τμήματος έχουν πραγματοποιήσει μεταπτυχιακές σπουδές σε επίπεδο Master's και Διδακτορικού.

Το Τμήμα ενθαρρύνει την προσπάθεια αυτή με δύο τρόπους : α) παρέχοντας την αναγκαία γραμματειακή υποστήριξη στους υποψηφίους και β) συνεργαζόμενο στενά με το Ίδρυμα Κρατικών Υποτροφιών (Ι.Κ.Υ.) για την εξασφάλιση πόρων που θα διευκολύνουν τους υποψηφίους για τη συνέχιση των σπουδών τους.

### **Σταδιοδρομία και προοπτικές απασχόλησης των αποφοίτων του Τμήματος**

Οι δυνατότητες που προσφέρει το Τμήμα στους σπουδαστές του είναι πολλές και ποικίλες. Πέραν αυτών, όμως, έγκειται στον ίδιο τον σπουδαστή να χρησιμοποιήσει προς όφελος δικό του (αλλά και των άλλων) τη γνώση και την εμπειρία που συσσωρεύσει κατά τη διάρκεια των σπουδών του.

Ο βαθμός επιτυχούς συνδυασμού των χαρακτηριστικών της προσωπικότητας και των γνώσεων / δεξιοτήτων, είναι αυτός που δίνει το ιδιαίτερο στίγμα στον άνθρωπο του Marketing. Η καθολική και αυξανόμενη αναγνώριση του Marketing δημιουργεί διαρκώς νέες (σε μορφή και περιεχόμενο) θέσεις εργασίας με διαρκώς μεταβαλλόμενες απαιτήσεις. Το ζητούμενο είναι η πρόβλεψη των αλλαγών και η συνεχής προσαρμογή σ' αυτές. Η επιτυχημένη σταδιοδρομία των αποφοίτων του Τμήματος και ο (σχεδόν) μηδενικός δείκτης ανεργίας τους δείχνει ότι τα προαναφερόμενα επιτυγχάνονται σε σημαντικό βαθμό με τα περιθώρια βελτίωσης να είναι ακόμη περισσότερα.

### **Τα επαγγελματικά δικαιώματα και η απασχόληση των πτυχιούχων.**

Τα επαγγελματικά δικαιώματα των πτυχιούχων του Τμήματος είναι νομοθετικώς κατοχυρωμένα. Το Προεδρικό Διάταγμα υπ' αριθμ. 79 (Φ.Ε.Κ. 36/7.2.1989, Τεύχος Α') καθορίζει τα επαγγελματικά δικαιώματα και την επαγγελματική απασχόληση των πτυχιούχων του Τμήματος Εμπορίας και Διαφήμισης (Marketing) των Τ.Ε.Ι. ως ακολούθως :

#### **ΠΡΟΕΔΡΙΚΟ ΔΙΑΤΑΓΜΑ ΥΠ' ΑΡΙΘΜ. 79**

Καθορισμός επαγγελματικών δικαιωμάτων των πτυχιούχων του Τμήματος Εμπορίας και Διαφήμισης της Σχολής Διοίκησης και Οικονομίας των Τεχνολογικών Εκπαιδευτικών Ιδρυμάτων.

#### **Ο ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑΣ**

Έχοντας υπ' όψη:

1. Τις διατάξεις του εδ. γ' της παρ. 2 του άρθρου 25 του ν. 1401/83 (ΦΕΚ 173/24.11.83).
2. Την από 8/2.9.88 γνωμοδότηση του Συμβουλίου Τεχνολογικής Εκπαίδευσης (Σ.Τ.Ε.).
3. Την αρ. 687/28.9.88 γνωμοδότηση του Συμβουλίου της Επικρατείας με πρόταση των Υπουργών Προεδρίας της Κυβέρνησης, Εθνικής Παιδείας και Θρησκευμάτων και Εμπορίου, αποφασίζουμε:

#### **Άρθρο 1**

1. Οι πτυχιούχοι του Τμήματος Εμπορίας και Διαφήμισης της Σχολής Διοίκησης και Οικονομίας των Τεχνολογικών Εκπαιδευτικών Ιδρυμάτων με βάση τις εξειδικευμένες επιστημονικές και τεχνικές γνώσεις τους, ασχολούνται επαγγελματικά, είτε αυτοδύναμα, είτε σε συνεργασία με

άλλους επιστήμονες με τη μελέτη, έρευνα και εφαρμογή τεχνολογίας, πάνω σε σύγχρονους και ειδικούς τομείς του Μάρκετινγκ και της Διαφήμισης, όπως είναι π.χ. η έρευνα της αγοράς, η ανάπτυξη πωλήσεων, η διαφήμιση και η προβολή.

2. Επίσης, οι παραπάνω πτυχιούχοι έχουν δικαίωμα απασχόλησης ως στελέχη μονάδων στον ιδιωτικό και στο δημόσιο τομέα όπως αυτός προσδιορίζεται από τις διατάξεις που ισχύουν κάθε φορά.

Στα πλαίσια της άσκησης του επαγγέλματός τους ασχολούνται με τα παρακάτω αντικείμενα και δραστηριότητες:

α) Προγραμματισμό της έρευνας αγοράς: i) Μορφοποίηση του προβλήματος, ii) Καθορισμό πηγών πληροφοριών, iii) Έλεγχο αξιοπιστίας πηγών πληροφοριών, iv) Σχεδιασμό δείγματος, v) Συλλογή πληροφοριών, vi) Επεξεργασία και ανάλυση στοιχείων, vii) παρουσίαση στοιχείων, viii) Σύνταξη έκθεσης.

β) Έρευνα Αγοράς: i) Διερεύνηση ανταγωνιστικής θέσης προϊόντων, επιχείρησης στην αγορά, ii) Ανάλυση μεγέθους αγοράς, iii) Εκτίμηση ζήτησης νέων προϊόντων, iv) πρόβλεψη πωλήσεων, v) Μελέτη συμπεριφοράς καταναλωτών, vi) Έλεγχος αγοράς.

γ) Έρευνα μεθόδων πωλήσεων: i) Ανάλυση δραστηριότητας πωλητών, ii) Μέτρηση αποτελεσματικότητας πωλητών, iii) Αξιολόγηση μεθόδων πωλητών, iv) Έλεγχος αποτελεσματικότητας μέσων προώθησης πωλήσεων, v) Σύγκριση τιμών και μεθόδων τιμολόγησης, vi) Ανάλυση κόστους διανομής.

δ) Παραγωγή διαφήμισης: i) Σχεδιασμός διαφημιστικού μηνύματος, ii) Εκλογή διαφημιστικών μέσων, iii) Προγραμματισμός στόχων διαφήμισης, iv) Μέτρηση αποτελεσματικότητας διαφήμισης.

ε) Σχεδίαση και οργάνωση διαφημιστικής εκστρατείας: i) Προγραμματισμός διαφημιστικής εκστρατείας, ii) Προϋπολογισμός δαπανών διαφημιστικής εκστρατείας, iii) Συντονισμός διαφημιστικής εκστρατείας, iv) Έλεγχος και αξιολόγηση αποτελεσμάτων διαφημιστικής εκστρατείας.

στ) Οργάνωση εκθέσεων.

3. Οι πτυχιούχοι του Τμήματος απασχολούνται σε όλες τις βαθμίδες της εκπαίδευσης, σύμφωνα με την κείμενη κάθε φορά ισχύουσα νομοθεσία.
4. Οι πτυχιούχοι του Τμήματος εξελίσσονται σε όλο το φάσμα της διοικητικής ιεραρχίας της σχετικής με τους τομείς της ειδικότητάς τους. Επίσης, μπορούν να απασχοληθούν με την έρευνα θεμάτων της ειδικότητάς τους.
5. Οι πτυχιούχοι του Τμήματος με την απόκτηση του πτυχίου τους ασκούν το επάγγελμα είτε σαν στελέχη μονάδων, είτε σαν αυτοαπασχολούμενοι στο πλαίσιο των παραπάνω επαγγελματικών δικαιωμάτων.

## Άρθρο 2

1. Η ισχύς αυτού του Προεδρικού Διατάγματος, αρχίζει από τη δημοσίευσή του στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως.
2. Στον Υπουργό Εθνικής Παιδείας και Θρησκευμάτων, αναθέτουμε τη δημοσίευση και εκτέλεση του παρόντος διατάγματος.

Αθήνα, 30 Ιανουαρίου 1989

### **Το Εκπαιδευτικό και Διοικητικό Προσωπικό του Τμήματος**

Το Προσωπικό του Τμήματος διακρίνεται στις εξής κατηγορίες :

– Μόνιμο Εκπαιδευτικό Προσωπικό (Ε.Π.) τριών βαθμίδων : Καθηγητής, Επίκουρος Καθηγητής και Καθηγητής Εφαρμογών

- Έκτακτο Εκπαιδευτικό Προσωπικό δύο βαθμίδων : Επιστημονικός Συνεργάτης και Εργαστηριακός Συνεργάτης
- Ειδικό Τεχνικό Προσωπικό (Ε.Τ.Π.)
- Διοικητικό Προσωπικό (Δ.Π.)

**Μόνιμο Εκπαιδευτικό Προσωπικό (Ε.Π.)**

Καθηγητές

**Βάρκα - Αδάμη Αλεξάνδρα**

Πτυχίο Νομικής (Πανεπιστήμιο Αθηνών), Πτυχίο Παιδαγωγικής Τεχνικής Σχολής (ΠΑΤΕΣ/ΣΕΛΕΤΕ), Διδακτορικό (Πανεπιστήμιο Αθηνών)

**Δημοπούλου - Δημάκη Ιωάννα**

Πτυχίο Α.Σ.Ο.Ε.Ε., Μεταπτυχιακό Δίπλωμα στη Λογιστική (M.Sc. - Roosevelt University)

**Θήριος Χρήστος**

Πτυχίο Α.Σ.Ο.Ε.Ε., Πτυχίο Επίστημης Ηλεκτρονικών Υπολογιστών Οικονομικά (B.Sc.- University of York, Καναδάς), Μεταπτυχιακό Δίπλωμα στα Οικονομικά (M.Sc. - University of York, Καναδάς)

**Καραβασιλης Γεώργιος**

Πτυχίο Α.Σ.Ο.Ε.Ε., Πτυχίο Νομικής (Πανεπιστήμιο Αθηνών), Μεταπτυχιακό Δίπλωμα στη Διοίκηση Επιχειρήσεων (Α.Σ.Ο.Ε.Ε.).

**Πατρινός Δημήτριος**

Πτυχίο Α.Σ.Ο.Ε.Ε., Διδακτορικό στις Οικονομικές και Κοινωνικές Επιστήμες (Πανεπιστήμιο Hamburg)

**Φράγκος Αναστάσιος**

Πτυχίο (Α.Σ.Ο.Ε.Ε.), Διδακτορικό στα Οικονομικά (Wayne State University)

Επίκουροι Καθηγητές

**Αναστασίου Αναστάσιος**

Δίπλωμα Μηχανολόγου-Μηχανικού (Πανεπιστήμιο του Αμπονεγο), Μεταπτυχιακό Δίπλωμα (Πανεπιστήμιο του Αμπονεγο), Διδακτορικό (Πανεπιστήμιο του Αμπονεγο)

**Αρναούτογλου Ελευθερία**

Πτυχίο (Maitrise) στις Δημόσιες Σχέσεις (Πανεπιστήμιο Paris-Nord XIII), Μεταπτυχιακό Δίπλωμα στην Πολιτική και Κοινωνική Επικοινωνία (Πανεπιστήμιο Paris-Sorbonne I)

**Μπενάκη - Κυριακοπούλου Θεοχάνθη (Διδώ)**

Πτυχίο Νομικής (Πανεπιστήμιο Αθηνών), Μεταπτυχιακό Δίπλωμα στη Διοίκηση Επιχειρήσεων (M.B.A. - State University of South Dakota)

**Σπεντζούρη Χάρης - Λουίζα**

Πτυχίο Οικονομικών (Πανεπιστήμιο Αθηνών), Μεταπτυχιακό Δίπλωμα (D.E.A. - Πανεπιστήμιο Paris-Sorbonne I)

**Τομάρας Πέτρος**

Πτυχίο Οικονομικών (Πανεπιστήμιο Αθηνών), Μεταπτυχιακό Δίπλωμα στη Διοίκηση Επιχειρήσεων (M.B.A. - Roosevelt University)

**Χουβαρδάς Βασίλης**

Πτυχίο Μαθηματικών (Πανεπιστήμιο Αθηνών), Πτυχίο Α.Σ.Ο.Ε.Ε., Μεταπτυχιακό Δίπλωμα στα Μαθηματικά (D.E.A. - Πανεπιστήμιο Paris IX-Dauphine)

Καθηγητές Εφαρμογών

**Δημοπούλου Έφη**

Πτυχίο Αγγλικής Φιλολογίας (Πανεπιστήμιο Αθηνών)

**Μαυρουλέας Νικόλαος**

Πτυχίο Πολιτικών και Οικονομικών Επιστημών (Πανεπιστήμιο Marburg), Διδακτορικό (Πανεπιστήμιο Osnabruck).

**Έκτακτο Εκπαιδευτικό Προσωπικό (1999-2000)**

Επιστημονικοί Συνεργάτες

**Καλτσούνης Αντώνης**

Πτυχίο Α.Β.Σ.Π., Δίπλωμα Πολιτικού Μηχανικού (Τεχνικό Πανεπιστήμιο Βερολίνου), Διδακτορικό στα Οικονομικά (Ελεύθερο Πανεπιστήμιο Βερολίνου), Διδακτορικό στην Περιφερειακή Ανάπτυξη (Τεχνικό Πανεπιστήμιο Βερολίνου)

**Κουσουλάκος Ιωάννης**

Πτυχίο Α.Σ.Ο.Ε.Ε., Διδακτορικό (Πανεπιστήμιο York)

**Λαζαρίδης Παναγιώτης**

Πτυχίο Οικονομικών (Πανεπιστήμιο Αθηνών), Μεταπτυχιακό Δίπλωμα στα Οικονομικά (M.A. - Πανεπιστήμιο Concordia), Διδακτορικό (Πανεπιστήμιο Concordia)

Εργαστηριακοί Συνεργάτες

**Αμέντας Δημήτρης**

Πτυχίο Οικονομικών (Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης)

**Γιαννουλίδου Γεωργία**

Πτυχίο Οικονομικών (Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης), Μεταπτυχιακό Δίπλωμα στα Οικονομικά (M.A. - Πανεπιστήμιο Ottawa)

**Ζωντήρος Δημήτρης**

Πτυχίο Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών (πρώην Α.Σ.Ο.Ε.Ε.), Μεταπτυχιακό Δίπλωμα στη Διοίκηση Επιχειρήσεων (M.B.A. - Marketing, Πανεπιστήμιο Stirling)

**Καραχρίστος Παναγιώτης**

Πτυχίο Γεωπονικού Πανεπιστημίου, Μεταπτυχιακό Δίπλωμα στην Διοίκηση Επιχειρήσεων (M.B.A. - Information Technology, The City University of London)

**Καρτάλογλου Ελισσάβητ**

Πτυχίο Επιστήμης Υπολογιστών (Rhode Island College)

**Κυριακός Κων/νος**

Πτυχίο Διοίκησης Επιχειρήσεων (Gement Hellenic College)

**Μακρής Ιωάννης**

Πτυχίο Επιστήμης Υπολογιστών (Πανεπιστήμιο Salford), Μεταπτυχιακό Δίπλωμα στη Γνωστική Επιστήμη (M.Sc. - Πανεπιστήμιο Salford).

**Νικολάου Παναγιώτης**

Πτυχίο Οικονομικών (Πανεπιστήμιο Αθηνών), Μεταπτυχιακό Δίπλωμα στη Διοίκηση Επιχειρήσεων (M.B.A. - Roosevelt University)

**Ντουρουντάκης Εμμανουήλ**

Πτυχίο (Maitrise) Κοινωνιολογίας (Πανεπιστήμιο Paris V), Μεταπτυχιακό Δίπλωμα στην Περιφερειακή Ανάπτυξη (D.E.S.S. - Πανεπιστήμιο Paris I), Μεταπτυχιακό Δίπλωμα στη Διοίκηση Επιχειρήσεων (D.E.S.S. - Πανεπιστήμιο Paris I)

**Παπαγεωργίου Γεώργιος**

Πτυχίο Οικονομικών (Πανεπιστήμιο Αθηνών), Μεταπτυχιακό Δίπλωμα στη Διοίκηση Επιχειρήσεων (M.B.A. - Marketing Management, Πανεπιστήμιο McGill)

**Σίμος Δημήτρης**

Πτυχίο Οικονομικών (Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών). Μεταπτυχιακό Δίπλωμα στη Διοίκηση (Master in Management - Πανεπιστήμιο Kent)

**Χαρωνίδης Ιωάννης**

Πτυχίο Οικονομικών (Πανεπιστήμιο Αθηνών), Μεταπτυχιακό Δίπλωμα στη Διοίκηση Επιχειρήσεων (M.B.A. - Long Island University)

**Ειδικό Τεχνικό Προσωπικό (Ε.Τ.Π.)**

**Καραγιάννη Μαργαρίτα (Τ.Ε.)**

**Τσακίρη Αργυρώ (Δ.Ε.)**

**Αλεξόπουλος Θανάσης (Δ.Ε.)**

**Διοικητικό Προσωπικό**

**Παπαηλία-Στεργίου Κανέλλα (Τ.Ε.)**

**Τσιούνη-Βασιλικάκη Αικατερίνη (Δ.Ε.)**

**Η οργάνωση και η διοίκηση του Τμήματος**

Όργανα διοίκησης του Τμήματος (σύμφωνα με το Ν.1404/83) είναι η Γενική Συνέλευση του Τμήματος, το Συμβούλιο του Τμήματος και ο Προϊστάμενος του Τμήματος. Σε όλα τα συλλογικά όργανα συμμετέχει το Εκπαιδευτικό Προσωπικό και εκπρόσωποι των σπουδαστών.

**Γενική Συνέλευση (Γ.Σ.)**

Απαρτίζεται από το Εκπαιδευτικό Προσωπικό (Ε.Π.) ή / και το Έκτακτο Εκπαιδευτικό Προσωπικό και εκπροσώπους των σπουδαστών σε ποσοστό 40% του αριθμού των μελών του (μονίμου) Ε.Π. Έχει όλες τις αρμοδιότητες του Τμήματος που καθορίζονται από το Νόμο (εφ' όσον ρητά δεν ασκούνται από άλλο όργανο) και από τον εσωτερικό κανονισμό του Τ.Ε.Ι.

**Συμβούλιο Τμήματος (Σ.Τ.)**

Απαρτίζεται από τον Προϊστάμενο του Τμήματος, τους υπευθύνους των Ομάδων Μαθημάτων, έναν εκπρόσωπο των σπουδαστών, έναν εκπρόσωπο της βαθμίδας ή βαθμίδων του Ε.Π. που δε μετέχουν στο Συμβούλιο και έναν εκπρόσωπο του Ειδικού Τεχνικού Προσωπικού (εφ' όσον συζητούνται θέματα που αφορούν μέλη του Ε.Τ.Π.).

**Προϊστάμενος Τμήματος**

Καταρτίζει την ημερήσια διάταξη της Γ.Σ. και του Σ.Τ., συγκαλεί τα όργανα αυτά, προεδρεύει στις εργασίες τους και μεριμνά για την εκτέλεση των αποφάσεών τους.

Το Τμήμα είναι οργανωμένο και συγκροτείται από τρεις Ομάδες Μαθημάτων (Ο.Μ.) :

1η. Ομάδα Μαθημάτων Marketing και Επικοινωνίας

2η. Ομάδα Μαθημάτων Διοίκησης Marketing και Έρευνας Αγοράς

3η. Ομάδα Οικονομικών και Νομικών Μαθημάτων

Όργανα της Ο.Μ. είναι η Γενική Συνέλευση και ο Υπεύθυνος της Ο.Μ.

**Γενική Συνέλευση Ο.Μ.**

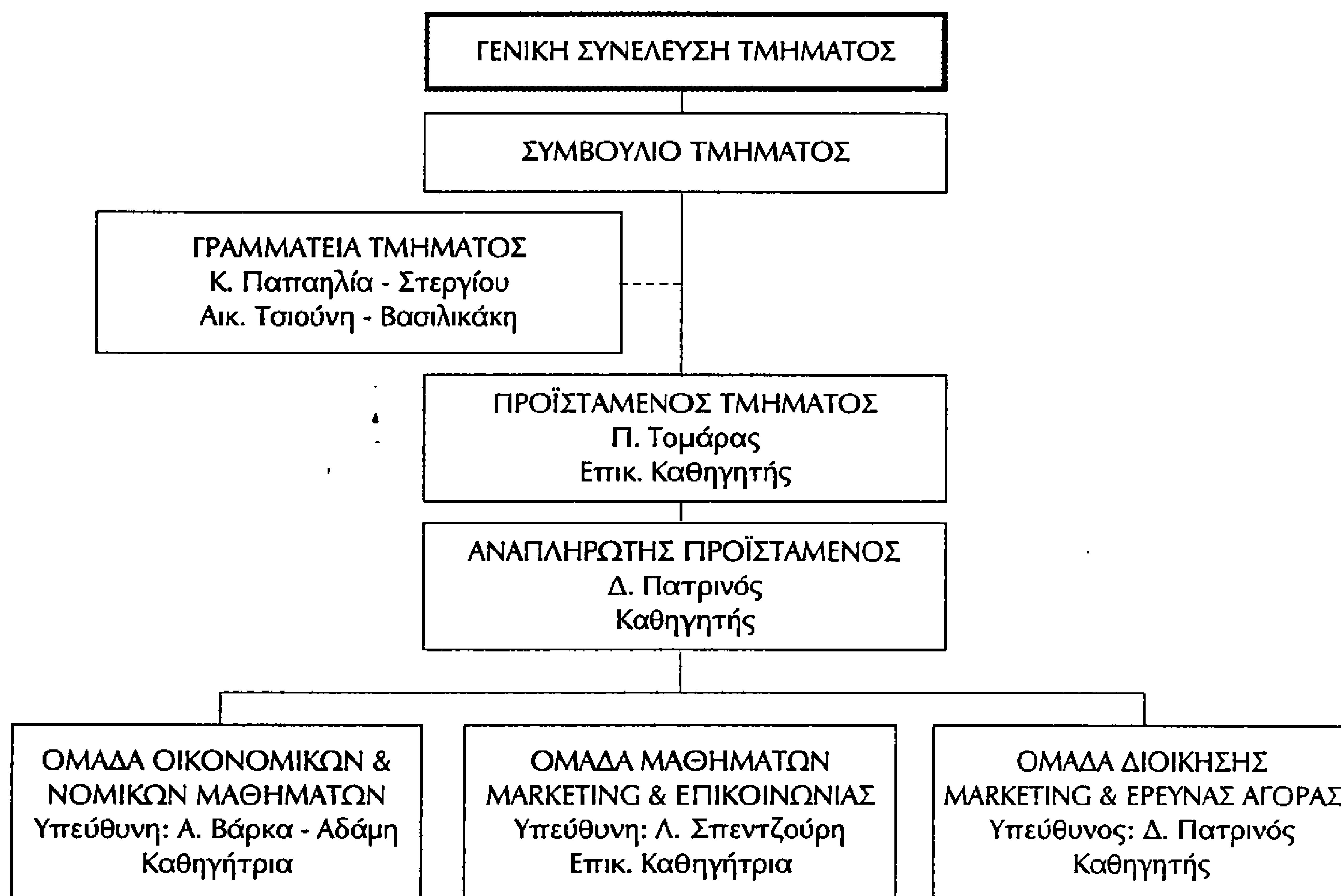
Απαρτίζεται από το Ε.Π. και δύο εκπροσώπους των σπουδαστών.

**Υπεύθυνος Ο.Μ. (Ομαδάρχης)**

Συντονίζει το έργο της Ο.Μ., κατανέμει το διδακτικό έργο, καταρτίζει την ημερήσια διάταξη, συγκαλεί τη Γ.Σ. της Ο.Μ., εισηγείται τα θέματα, προεδρεύει στις εργασίες της και μεριμνά για την εκτέλεση των αποφάσεών της.

Μια εικόνα της οργανωτικής και διοικητικής διάρθρωσης του Τμήματος και των ατόμων που τη στελεχώνουν, κατά το τρέχον ακαδημαϊκό έτος (1999-2000), δίνεται στο παρακάτω διάγραμμα. Επίσης, στον πίνακα 1 που ακολουθεί, φαίνεται η κατανομή του Ε.Π. και των μαθημάτων ανά Ομάδα.

**Διάγραμμα οργανωτικής και διοικητικής διάρθρωσης  
του Τμήματος Εμπορίας και Διαφήμισης (Marketing)**



**Πίνακας 1**

**Κατανομή του μόνιμου Εκπαιδευτικού Προσωπικού και των μαθημάτων ανά Ομάδα Μαθημάτων**

**ΟΜΑΔΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΝΟΜΙΚΩΝ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ**

Υπεύθυνη : Βάρκα-Αδάμη Αλεξάνδρα

Μέλη : Δημοπούλου Ιωάννα

Θήριος Χρήστος

Φράγκος Αναστάσιος

Συμμετέχει η κα. Μπενάκη χωρίς  
δικαίωμα ψήφου

1. Μικροοικονομική Ανάλυση
2. Μαθηματικά για Οικονομολόγους
3. Εισαγωγή στο Αστικό Δίκαιο
4. Χρηματοοικονομική Λογιστική
5. Εισαγωγή στους Η/Υ
6. Μακροοικονομική Ανάλυση
7. Στοιχεία Εμπορικού Δικαίου
8. Προγραμματισμός Η/Υ
9. Χρηματοοικονομική Διοίκηση
10. Ηλεκτρονική Επεξεργασία Δεδομένων
11. Δίκαιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης
12. Τράπεζες και Χρηματοπιστωτική Πολιτική
13. Ποσοτικές Μέθοδοι στο Marketing
14. Δυναμικές Βάσεις Δεδομένων
15. Οικονομοτεχνικές Μελέτες
16. Εξειδικευμένα Θέματα Δικαίου στο Marketing

### ΟΜΑΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ MARKETING ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Υπεύθυνη: Σπεντζούρη Χάρης - Λουίζα

Μέλη: Καραβασίλης Γεώργιος  
Αρναούτογλου Ελευθερία  
Δημοπούλου Ευθυμία  
Μαυρουλέας Νικόλαος

Συμμετέχει ο κ. Τομάρας χωρίς  
δικαίωμα ψήφου

1. Τεχνικές Προώθησης Πωλήσεων
2. Αγγλικά I
3. Αρχές Διαφήμισης
4. Επιχειρησιακές Επικοινωνίες
5. Αγγλικά II
6. Οργάνωση και Διοίκηση Πωλήσεων
7. Αγγλικά (Introduction to Marketing)
8. Σχεδιασμός και Οργάνωση Διαφημιστικής Εκστρατείας
9. Σύγχρονη Τεχνολογία στο Marketing
10. Τεχνική Πωλητή
11. Αγγλικά (Introduction to Advertising)
12. Πολιτικό Marketing
13. Marketing Λιανικού Εμπορίου
14. Αγγλικά (Marketing Communication)
15. Έντυπη και Ηλεκτρονική Διαφήμιση
16. Έλεγχος Αποτελεσματικότητας της Διαφήμισης
17. Σεμινάριο Τελειοφοίτων
18. Δημιουργικό της Διαφήμισης
19. Αγγλικά (European Marketing)
20. Πολιτική Διαφήμιση
21. Διαφημιστικά Μέσα
22. Δημόσιες Σχέσεις

### ΟΜΑΔΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ MARKETING ΚΑΙ ΕΡΕΥΝΑΣ ΑΓΟΡΑΣ

Υπεύθυνος: Πατρινός Δημήτρης

Μέλη: Μπενάκη Διδώ  
Αναστασίου Αναστάσιος  
Τομάρας Πέτρος  
Χουβαρδάς Βασίλης

1. Εισαγωγή στο Marketing
2. Εισαγωγή στη Διοίκηση Επιχειρήσεων
3. Εισαγωγή στη Στατιστική
4. Μίγμα Marketing
5. Οργάνωση και Διοίκηση Επιχειρήσεων
6. Στατιστική Επιχειρήσεων
7. Συμπεριφορά Καταναλωτή
8. Διεθνές Management
9. Έρευνα Marketing
10. Βιομηχανικό Marketing
11. Marketing Υπηρεσιών
12. Εφαρμοσμένη Έρευνα Marketing
13. Διεθνές Marketing
14. Σχεδιασμός και Προγραμματισμός Marketing
15. Τουριστικό Marketing
16. Διοίκηση Marketing
17. Διοίκηση Ολικής Ποιότητας
18. Εφαρμογές Marketing με Η/Υ
19. Marketing Μη Κερδοσκοπικών Οργανισμών
20. Τραπεζικό Marketing
21. Εξειδικευμένα Πακέτα Στατιστικής



## ΜΕΡΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ

### Το Πρόγραμμα Σπουδών

#### Το Πρόγραμμα Σπουδών στο Marketing

Το νέο Πρόγραμμα Σπουδών στο Marketing έχει διάρκεια οκτώ εξαμήνων. Από αυτά, τα επτά εξάμηνα αφιερώνονται στη διδασκαλία και το όγδοο στην πρακτική άσκηση του σπουδαστή / της σπουδάστριας σε επιχειρήσεις και οργανισμούς του δημόσιου και του ιδιωτικού τομέα.

Στη δημιουργία αυτού του Προγράμματος Σπουδών έχει δοθεί ιδιαίτερη έμφαση στην προσθήκη νέων γνωστικών αντικειμένων και στον εκσυγχρονισμό του περιεχομένου των ήδη υπαρχόντων. Επίσης, έχει προωθηθεί η διδασκαλία μαθημάτων που ενσωματώνουν τη σύγχρονη τεχνολογία (ηλεκτρονικοί υπολογιστές) και τις εφαρμογές της στα επιμέρους πεδία του Marketing. Αυτή η πρακτική φύση συνοδεύεται και από τη διδασκαλία της ορολογίας του Marketing στην αγγλική γλώσσα.

Όλα τα ανωτέρω είναι προϊόν της ανταπόκρισης του Τμήματος στις διαπιστωθείσες ανάγκες των ίδιων των σπουδαστών και των επιχειρήσεων, στις επισημάνσεις των αποφοίτων και στην αξιολόγηση του προηγούμενου προγράμματος σπουδών που προήλθαν μετά από εκτεταμένες έρευνες. Παράλληλα, όμως, έγινε προσπάθεια να διατηρηθεί ο χαρακτήρας της γενικής παιδείας, ιδιαίτερα στα πρώτα εξάμηνα του Προγράμματος Σπουδών.

Ακολουθεί η παράθεση του Προγράμματος Σπουδών με το είδος και τις ώρες διδασκαλίας του κάθε μαθήματος (θεωρητικού, εργαστηριακού ή μικτού) ανά εβδομάδα και μια σύνοψη των συνολικών ωρών διδασκαλίας ανά εξάμηνο.

#### ΩΡΟΛΟΓΙΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ (MARKETING)

Συμβολισμοί :

Θ: Θεωρητική διδασκαλία  
Ε: Εργαστηριακές ασκήσεις  
Φ: Φροντιστηριακές ασκήσεις  
Σ: Σύνολο

#### ΠΡΩΤΟ ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ

|    |  | Θ         | Φ        | Ε        | Σ         |
|----|--|-----------|----------|----------|-----------|
| 1. | Εισαγωγή στο Marketing                   | 3         | -        | -        | 3         |
| 2. | Εισαγωγή στη Διοίκηση Επιχειρήσεων       | 3         | -        | -        | 3         |
| 3. | Μικροοικονομική Ανάλυση                  | 3         | -        | -        | 3         |
| 4. | Εισαγωγή στην Στατιστική                 | 3         | 1        | -        | 4         |
| 5. | Μαθηματικά για Οικονομολόγους            | 4         | -        | -        | 4         |
| 6. | Εισαγωγή στο Αστικό Δίκαιο               | 3         | -        | -        | 3         |
| 7. | Χρηματοοικονομική Λογιστική              | 2         | 2        | -        | 4         |
| 8. | Εισαγωγή στους Η/Υ                       | 2         | -        | 2        | 4         |
|    | <b>Σύνολο Εβδομαδιαίων Ωρών Εξαμήνου</b> | <b>23</b> | <b>3</b> | <b>2</b> | <b>28</b> |

**ΔΕΥΤΕΡΟ ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ**

|    |  | Θ         | Φ        | Ε        | Σ         |
|----|--|-----------|----------|----------|-----------|
| 1. | Μίγμα Marketing                          | 3         | -        | -        | 3         |
| 2. | Οργάνωση και Διοίκηση Επιχειρήσεων       | 3         | -        | -        | 3         |
| 3. | Μακροοικονομική Ανάλυση                  | 3         | -        | -        | 3         |
| 4. | Στατιστική Επιχειρήσεων                  | 3         | 1        | -        | 4         |
| 5. | Στοιχεία Εμπορικού Δικαίου               | 3         | -        | -        | 3         |
| 6. | Προγραμματισμός Η\Υ                      | 2         | -        | 2        | 4         |
| 7. | Τεχνικές Προώθησης Πωλήσεων              | 2         | -        | 2        | 4         |
| 8. | Αγγλικά I                                | 2         | 2        | -        | 4         |
|    | <b>Σύνολο Εβδομαδιαίων Ωρών Εξαμήνου</b> | <b>21</b> | <b>3</b> | <b>4</b> | <b>28</b> |

**ΤΡΙΤΟ ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ**

|    |  | Θ         | Φ        | Ε        | Σ         |
|----|--|-----------|----------|----------|-----------|
| 1. | Αρχές Διαφήμισης                         | 2         | 2        | -        | 4         |
| 2. | Επιχειρησιακές Επικοινωνίες              | 2         | 1        | -        | 3         |
| 3. | Συμπεριφορά Καταναλωτή                   | 3         | -        | -        | 3         |
| 4. | Χρηματοοικονομική Διοίκηση               | 3         | -        | -        | 3         |
| 5. | Ηλεκτρονική Επεξεργασία Δεδομένων        | 1         | -        | 2        | 3         |
| 6. | Δίκαιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης             | 3         | -        | -        | 3         |
| 7. | Τράπεζες και Χρηματοπιστωτική Πολιτική   | 3         | -        | -        | 3         |
| 8. | Ποσοτικές μέθοδοι στο Marketing          | 2         | 1        | -        | 3         |
| 9. | Αγγλικά II                               | 2         | 2        | -        | 4         |
|    | <b>Σύνολο Εβδομαδιαίων Ωρών Εξαμήνου</b> | <b>21</b> | <b>6</b> | <b>2</b> | <b>29</b> |

**ΤΕΤΑΡΤΟ ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ**

|    |  | Θ         | Φ        | Ε        | Σ         |
|----|--|-----------|----------|----------|-----------|
| 1. | Διαφημιστικά Μέσα                          | 1         | -        | 2        | 3         |
| 2. | Δημόσιες Σχέσεις                           | 2         | 1        | -        | 3         |
| 3. | Οργάνωση και Διοίκηση Πωλήσεων             | 2         | 2        | -        | 4         |
| 4. | Διεθνές Management                         | 3         | -        | -        | 3         |
| 5. | Έρευνα Marketing                           | 2         | -        | 2        | 4         |
| 6. | Δυναμικές Βάσεις Δεδομένων                 | 1         | -        | 2        | 3         |
| 7. | Βιομηχανικό Marketing                      | 3         | -        | -        | 3         |
| 8. | Εξειδικευμένα Θέματα Δικαίου στο Marketing | 2         | -        | -        | 2         |
| 9. | Αγγλικά (Introduction to Marketing)        | 3         | -        | -        | 3         |
|    | <b>Σύνολο Εβδομαδιαίων Ωρών Εξαμήνου</b>   | <b>19</b> | <b>3</b> | <b>6</b> | <b>28</b> |

**ΠΕΜΠΤΟ ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ**

|    |   | Θ         | Φ        | Ε        | Σ         |
|----|---|-----------|----------|----------|-----------|
| 1. | Σχεδιασμός και Οργάνωση Διαφημιστικής Εκστρατείας | 2         | -        | 3        | 5         |
| 2. | Marketing Υπηρεσιών                               | 3         | -        | -        | 3         |
| 3. | Εφαρμοσμένη Έρευνα Marketing                      | 2         | 3        | -        | 5         |
| 4. | Σύγχρονη Τεχνολογία στο Marketing                 | -         | -        | 3        | 3         |
| 5. | Τεχνική Πωλητή                                    | 1         | 2        | -        | 3         |
| 6. | Οικονομοτεχνικές Μελέτες                          | 1         | 2        | -        | 3         |
| 7. | Διεθνές Marketing                                 | 2         | 2        | -        | 4         |
| 8. | Αγγλικά (Introduction to Advertising)             | 3         | -        | -        | 3         |
|    | <b>Σύνολο Εβδομαδιαίων Ωρών Εξαμήνου</b>          | <b>14</b> | <b>9</b> | <b>6</b> | <b>29</b> |

**ΕΚΤΟ ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ**

|    |  | Θ         | Φ        | Ε        | Σ         |
|----|--|-----------|----------|----------|-----------|
| 1. | Σχεδιασμός και Προγραμματισμός Marketing   | 2         | 2        | -        | 4         |
| 2. | Πολιτικό Marketing                         | 2         | 1        | -        | 3         |
| 3. | Marketing Λιανικού Εμπορίου                | 3         | -        | -        | 3         |
| 4. | Εξειδικευμένα Πακέτα Στατιστικής           | 1         | -        | 3        | 4         |
| 5. | Αγγλικά (Marketing Communication)          | 1         | -        | 2        | 3         |
| 6. | Έντυπη και Ηλεκτρονική Διαφήμιση           | 1         | -        | 2        | 3         |
| 7. | Έλεγχος Αποτελεσματικότητας της Διαφήμισης | 1         | 2        | -        | 3         |
| 8. | Τουριστικό Marketing                       | 3         | -        | -        | 3         |
|    | <b>Σύνολο Εβδομαδιαίων Ωρών Εξαμήνου</b>   | <b>14</b> | <b>5</b> | <b>7</b> | <b>26</b> |

**ΕΒΔΟΜΟ ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ**

|    |  | Θ         | Φ        | Ε        | Σ         |
|----|--|-----------|----------|----------|-----------|
| 1. | Διοίκηση Marketing                       | 2         | 2        | -        | 4         |
| 2. | Διοίκηση Ολικής Ποιότητας                | 3         | -        | -        | 3         |
| 3. | Σεμινάριο Τελειοφοίτων                   | 3         | -        | -        | 3         |
| 4. | Εφαρμογές Marketing με Η\Υ               | 1         | -        | 3        | 4         |
| 5. | Αγγλικά (European Marketing)             | 3         | -        | -        | 3         |
| 6. | Δημιουργικό της Διαφήμισης               | 1         | -        | 2        | 3         |
| 7. | Marketing Μη Κερδοσκοπικών Οργανισμών    | 3         | -        | -        | 3         |
| 8. | Τραπεζικό Marketing                      | 3         | -        | -        | 3         |
| 9. | Πολιτική Διαφήμιση                       | 3         | -        | -        | 3         |
|    | <b>Σύνολο Εβδομαδιαίων Ωρών Εξαμήνου</b> | <b>22</b> | <b>2</b> | <b>5</b> | <b>29</b> |

**ΟΓΔΟΟ ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ**

|    |  | Θ | Φ | Ε | Σ         |
|----|--|---|---|---|-----------|
| 1. | Πρακτική άσκηση στο επάγγελμα 5 ημέρες την εβδομάδα<br>X 6 μήνες (Ισοδύναμο σε διδακτικές μονάδες) |   |   |   | 20        |
| 2. | Πτυχιακή Εργασία (Ισοδύναμο σε διδακτικές μονάδες)   | - | - | - | 10        |
|    | <b>Σύνολο Εβδομαδιαίων Ωρών Εξαμήνου</b>   | - | - | - | <b>30</b> |

**Σύνολο Ωρών Διδασκαλίας ανά Εξάμηνο**

|   | Θεωρία     | Φροντιστήριο | Εργαστήριο | Σύνολο     |
|---|------------|--------------|------------|------------|
| Α' Εξάμηνο                                      | 23         | 3            | 2          | <b>28</b>  |
| Β' Εξάμηνο                                      | 21         | 3            | 4          | <b>28</b>  |
| Γ' Εξάμηνο                                      | 21         | 6            | 2          | <b>29</b>  |
| Δ' Εξάμηνο                                      | 19         | 3            | 6          | <b>28</b>  |
| Ε' Εξάμηνο                                      | 14         | 9            | 6          | <b>29</b>  |
| ΣΤ' Εξάμηνο                                     | 14         | 5            | 7          | <b>26</b>  |
| Ζ' Εξάμηνο                                      | 22         | 2            | 5          | <b>29</b>  |
| Η' Εξάμηνο<br>(Ισοδύναμο σε διδακτικές μονάδες) | -          | -            | -          | <b>30</b>  |
| <b>ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ</b>                            | <b>138</b> | <b>31</b>    | <b>32</b>  | <b>227</b> |

**Αναλυτική παρουσίαση των μαθημάτων**

Στις σελίδες που ακολουθούν παρατίθεται το περιεχόμενο του κάθε μαθήματος ανά εξάμηνο διδασκαλίας και το βασικό σύγγραμμα - βοήθημα που παρέχεται στους σπουδαστές. Πρέπει να σημειωθεί ότι το περιεχόμενο μερικών μαθημάτων έχει αναθεωρηθεί σε μερικά σημεία και ότι είναι στην ευχέρεια των διδασκόντων να προτείνουν πολλαπλή βιβλιογραφία και αρθρογραφία που θεωρούν ότι μπορεί να καλύψει πληρέστερα το κάθε μάθημα και είναι, φυσικά, διαθέσιμη.

**Α' ΕΞΑΜΗΝΟ**

**1. Εισαγωγή στο Marketing**

Το πεδίο του Marketing. Το σκεπτικό του Marketing. Περιβάλλον και διαδικασία του Marketing. Ο ρόλος του Marketing στους οργανισμούς και την κοινωνία. Η φύση της εργασίας του Marketing. Η αγορά εργασίας στο Marketing. Τμηματοποίηση της αγοράς. Οργάνωση Marketing.

**Βασικό σύγγραμμα - Βοήθημα:** Κ. Τζωρτζάκη και Α. Τζωρτζάκη, "Marketing, Η ελληνική προσέγγιση".

**2. Εισαγωγή στη Διοίκηση Επιχειρήσεων**

Η έννοια και το αντικείμενο της Διοίκησης Επιχειρήσεων. Ανάπτυξη των αρχών της Διοίκησης. Ηθικές και κοινωνικές ευθύνες της Διοίκησης. Αντικειμενικοί στόχοι και αποτελεσματικός σχεδιασμός. Διοίκηση παραγωγής. Ο οργανωτικός σχεδιασμός των επιχειρήσεων. Ανάλυση και αποκέντρωση εξουσιών. Διοικητικός έλεγχος.

**Βασικό σύγγραμμα - Βοήθημα:** Π. Καρανάσιος, "Αρχές Διοίκησης Επιχειρήσεων".

### **3. Μικροοικονομική Ανάλυση**

Εισαγωγικές έννοιες. Καμπύλη παραγωγικών δυνατοτήτων. Ζήτηση και προσφορά. Ελαστικότητα. Θεωρία καταναλωτή. Θεωρία παραγωγής και κόστους. Προσδιορισμός τιμών στον τέλει ανταγωνισμό. Μονοπώλιο. Μονοπωλιακός ανταγωνισμός. Ολιγοπώλιο. Ζήτηση για παραγωγικούς συντελεστές. Αγορές εργασίας και κεφαλαίου. Έγγειος πρόσοδος.

**Βασικό σύγγραμμα - Βοήθημα:** Γ. & Α. Κώππη, "Εισαγωγή στη σύγχρονη Μικροοικονομική", Εκδόσεις Σμπίλιας.

### **4. Εισαγωγή στην Στατιστική**

Εισαγωγικές έννοιες, παρουσίαση αριθμητικών δεδομένων. Μέτρα θέσης, διασποράς, ασυμμετρίας, κύρτωσης. Αριθμοδείκτες. Στοιχεία θεωρίας πιθανοτήτων. Θεωρητικές κατανομές.

**Βασικό σύγγραμμα - Βοήθημα:** Β. Χουβαρδάς, "Στατιστική Επιχειρήσεων", Μακεδονικές Εκδόσεις.

### **5. Μαθηματικά για Οικονομολόγους**

Στοιχεία Γραμμικής Άλγεβρας. Μελέτη συναρτήσεων μιας μεταβλητής : όρια, συνέχεια, παράγωγα, ολοκληρώματα. Συστήματα κεφαλαιοποίησης. Προεξόφληση τίτλων. Ισοδυναμία τίτλων. Δάνεια. Πολυμεταβλητός διαφορικός λογισμός. Αριστοποίηση με περιορισμούς. Μέθοδος Lagrange. Συνδυαστική ανάλυση. Σειρές. Διαφορικές εξισώσεις. Εξισώσεις διαφορών.

**Βασικό σύγγραμμα - Βοήθημα:** Β. Χουβαρδάς και Α. Φράγκος, "Μαθηματικά για οικονομολόγους", Εκδόσεις Σταμούλης.

### **6. Εισαγωγή στο Αστικό Δίκαιο**

Βασικές έννοιες γενικών αρχών δικαίου, ενοχικού και εμπράγματος δικαίου.

**Βασικό σύγγραμμα - Βοήθημα:** Α. Βάρκα-Αδάμη, "Στοιχεία Αστικού Δικαίου", Εκδόσεις Σάκουλα.

### **7. Χρηματοοικονομική Λογιστική**

Οικονομικές καταστάσεις: Η βάση για την κατανόηση της Λογιστικής. Η τεχνική της διγραφίας. Ο Λογιστικός Κύκλος, για ατομικές επιχειρήσεις, από την αρχή μέχρι το τέλος της διαχειριστικής χρήσης. Αγορές - Πωλήσεις εμπορευμάτων Φ.Π.Α. Αμοιβές και έξοδα προσωπικού. Επεξεργασία στοιχείων με Η/Υ. Εταιρείες στοιχεία συμβάσεις και διανομής των κερδών τους. Αρχές κοστολόγησης.

**Βασικό σύγγραμμα - Βοήθημα:** Ι. Δημοπούλου, "Αρχές Γενικής Λογιστικής". Εκδόσεις ΕΜΗΝ.

### **8. Εισαγωγή στους Η/Υ**

Ιστορική αναδρομή. Επεξεργασία δεδομένων. Δομή υπολογιστών. Περιφερειακά μηχανήματα. Κατηγορίες υπολογιστών. Αρχαιοθέτηση στοιχείων. MS - DOS. Εισαγωγή στον Προγραμματισμό Η/Υ. Επεξεργασία κειμένου. Πρακτική εξάσκηση.

**Βασικό σύγγραμμα - Βοήθημα:** Δημόπουλος, "Εισαγωγική στην Πληροφορική".

## **Β' ΕΞΑΜΗΝΟ**

### **1. Μίγμα Marketing**

Η ανάλυση του μίγματος του Marketing. Προϊόν. Τιμή. Διανομή. Προώθηση.

**Βασικό σύγγραμμα - Βοήθημα:** Π. Τομάρας, "Εισαγωγή στο Marketing και την έρευνα αγοράς".

### **2. Οργάνωση και Διοίκηση Επιχειρήσεων**

Διοίκηση προσωπικού. Υποκίνηση και αρχηγία στην Οργάνωση και Διοίκηση Επιχειρήσεων. Συμπεριφορά στις επιχειρήσεις. Οργάνωση εργασίας. Παραγωγικότητα. Επιχειρησιακές επικοινωνίες. Αυτοματισμός, οργάνωση γραφείου. Μηχανοργάνωση.

**Βασικό σύγγραμμα - Βοήθημα:** Γ. Σταματιάδης - Σ. Ζευγαρίδης, "Διοίκηση και Εποπτεία Προσωπικού", Εκδόσεις Organo Publica.

### **3. Μακροοικονομική Ανάλυση**

Μακροοικονομικές έννοιες. Εθνικό Προϊόν και Εθνικό εισόδημα. Κατανάλωση, αποταμίευση και επένδυση. Ανάλυση πολλαπλασιαστή. Δημόσιος τομέας και εθνικό εισόδημα. Προσφορά χρήματος. Νομισματική ισορροπία. Ανεργία, πληθωρισμός και οι επιπτώσεις τους στην οικονομία. Οικονομικές κυκλικές διακυμάνσεις. Οικονομικές θεωρίες.

**Βασικό σύγγραμμα - Βοήθημα:** Γ. & Α. Κώππη, "Εισαγωγή στη σύγχρονη Μακροοικονομική", Εκδόσεις Σμπίλιας.

### **4. Στατιστική Επιχειρήσεων**

Δειγματοληψία. Δειγματικές κατανομές. Εκτίμηση παραμέτρων πληθυσμού. Έλεγχος υποθέσεων. Συσχέτιση - παλινδρόμηση. Απαραμετρικά κριτήρια. Χρονολογικές σειρές.

**Βασικό σύγγραμμα - Βοήθημα:** Β. Χουβαρδάς, "Στατιστική Επιχειρήσεων", Μακεδονικές Εκδόσεις.

### **5. Στοιχεία Εμπορικού Δικαίου**

Στοιχεία γενικού εμπορικού δικαίου. Το δίκαιο των επιχειρήσεων. Το δίκαιο των αξιογράφων. Βασικές έννοιες της πτωχευτικής διαδικασίας.

**Βασικό σύγγραμμα - Βοήθημα:** Α. Ευθυμιάτου-Πουλάκου, "Στοιχεία Εμπορικού Δικαίου".

### **6. Προγραμματισμός Η/Υ**

Γλώσσες προγραμματισμού. Προγραμματισμός Η/Υ με Quick Basic. Πρακτικές εφαρμογές. Επεξεργασία κειμένου. [Διδάσκεται και το σύγχρονο πρόγραμμα δημιουργίας βάσης δεδομένων Access].

**Βασικό σύγγραμμα - Βοήθημα:** Κ. Ταράκης, "Δουλεύοντας με την Access 2.0"

### **7. Τεχνικές Προώθησης Πωλήσεων**

Η προώθηση πωλήσεων ως εργαλείο του Marketing. Η εξέλιξη των τεχνικών προώθησης πωλήσεων. Κατηγορίες δραστηριοτήτων προώθησης πωλήσεων και επιλογή. Εταιρείες προώθησης πωλήσεων. Οργάνωση και λειτουργία τους. Μελέτη, σχεδιασμός, οργάνωση, υλοποίηση και έλεγχος δραστηριοτήτων προώθησης πωλήσεων. Direct Marketing. Merchandising, Franchising.

**Βασικό σύγγραμμα - Βοήθημα:** Σημειώσεις παραδόσεων.

### **8. Αγγλικά I**

Γραμματική. Χρήση λέξεων. Αποτελεσματική προφορική επικοινωνία. Ανάπτυξη ικανότητας γραφής και ανάγνωσης.

**Βασικό σύγγραμμα - Βοήθημα:** Σημειώσεις παραδόσεων.

## **Γ' ΕΞΑΜΗΝΟ**

### **1. Αρχές Διαφήμισης**

Ιστορικό της διαφήμισης. Κατηγορίες διαφημίσεων. Στόχοι και στρατηγική τη διαφήμισης. Διαφήμιση κομμάτι του Marketing. Διαφημιστικό τρίγωνο. Διαφημιζόμενοι, Διαφημιστές, Μέσα. Media shops. Δεοντολογία της Διαφήμισης. Κριτική της διαφήμισης και επίδραση στον καταναλωτή. Χορηγία.

**Βασικό σύγγραμμα - Βοήθημα:** Γ. Ζώτος, "Διαφήμιση, σχεδιασμός και λειτουργία", Εκδόσεις University Studio Press.

### **2. Επιχειρησιακές Επικοινωνίες**

Θεωρία της Επικοινωνίας. Εφαρμογή στο επιχειρησιακό περιβάλλον επιχειρησιακές εκθέσεις. Οπτική, γραπτή, προφορική, οπτικοακουστική επικοινωνία. Σημειολογία. Βιογραφικό σημείωμα.

Συνέντευξη πρόσληψης. Ειδικά θέματα επιχειρησιακών επικοινωνιών. Τμηματοποίηση στην επικοινωνία. Εταιρική και προϊοντική επικοινωνία.

**Βασικό σύγγραμμα - Βοήθημα:** Himstrit, "Επιχειρησιακές Επικοινωνίες".

### **3. Συμπεριφορά Καταναλωτή**

Γενικές αρχές της συμπεριφοράς του καταναλωτή. Λόγοι που οδηγούν στην μελέτη της συμπεριφοράς του καταναλωτή, Παράγοντες που επιδρούν στη συμπεριφορά του καταναλωτή. Προστασία του καταναλωτή. Η λήψη απόφασης από τον καταναλωτή. Μετά-αγοραστική συμπεριφορά του καταναλωτή. Γνωστική διαφωνία.

**Βασικό σύγγραμμα - Βοήθημα:** Γ. Σιώμκος, "Συμπεριφορά καταναλωτή και στρατηγική Marketing", Α' Τόμος.

### **4. Χρηματοοικονομική Διοίκηση**

Ράντες, παρούσα αξία, αποτίμηση ομολογιών και μετοχών. Αξιολόγηση επενδύσεων και εφαρμογές. Κίνδυνος, χαρτοφυλάκια και το υπόδειγμα τιμολόγησης κεφαλαιακών στοιχείων. Πολιτική μερισμάτων και κεφαλαιακή δομή. Μακροπρόθεσμη χρηματοδότηση και κεφαλαιαγορές. Leasing. Options. Χρηματοοικονομική ανάλυση και προγραμματισμός. Διαχείριση κεφαλαίων κίνησης. Συγχωνεύσεις. Διεθνής χρηματοδότηση.

**Βασικό σύγγραμμα - Βοήθημα:** Π. Αθανασόπουλου, Φιλίππātu, "Εισαγωγή στη Χρηματοοικονομική Διοίκηση", Εκδόσεις Παπαζήση.

### **5. Ηλεκτρονική Επεξεργασία Δεδομένων**

Πίνακες / φύλλα εργασίας για ανάλυση στοιχείων. Οργάνωση, ταξινόμηση και αξιοποίηση στοιχείων από αρχεία δεδομένων. Στατιστικά γραφήματα. Προγράμματα επεξεργασίας πινάκων. Εφαρμογές ηλεκτρονικής επεξεργασίας πινάκων. Πρακτικές εφαρμογές Marketing με τη χρήση φύλλων εργασίας δεδομένων.

**Βασικό σύγγραμμα - Βοήθημα:** Ίσαρη, "Excel 5.0".

### **6. Δίκαιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης**

Έννοια του Κοινοτικού δικαίου. Κοινοτικά όργανα. Ευρωπαϊκή Κοινότητα Ανάλυση. Όργανα Ευρωπαϊκής Κοινότητας. Πολιτικές Ευρωπαϊκής Κοινότητας και ανάλυση έμφαση στις πολιτικές που έχουν σχέση με επιχειρήσεις και οικονομικές δραστηριότητες.

**Βασικό σύγγραμμα - Βοήθημα:** Δ. Παπαγιάννης, "Εισαγωγή στο Ευρωπαϊκό Δίκαιο", Εκδόσεις Σάκκουλα.

### **7. Τράπεζες και Χρηματοπιστωτική Πολιτική**

Μορφές χρήματος. Νομισματικά συστήματα. Πίστη. Πιστωτική πολιτική. Τραπεζικό σύστημα. Ελληνικό τραπεζικό σύστημα στα πλαίσια των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων. Ξένες τράπεζες στην Ελλάδα. Ενιαία τραπεζική αγορά στον χώρο των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων. Χρηματοπιστωτικές εργασίες. Νομισματική και πιστωτική πολιτική στην Ελλάδα. Προβλήματα της Ελληνικής οικονομίας στα πλαίσια της Ε.Ε.

**Βασικό σύγγραμμα - Βοήθημα:** Δ. Πατρινός, "Χρήμα- Πίστη-Τράπεζες".

### **8. Ποσοτικές Μέθοδοι στο Marketing**

Κατάρτιση προϋπολογισμών. Ελαστικοί προϋπολογισμοί. Πρότυπο κόστος. Μέτρηση αποκλίσεων. Αξιολόγηση της απόδοσης κατά τμήμα δραστηριότητας. Προγραμματισμός επενδύσεων. Μεθοδολογία τις επιχειρησιακής έρευνας γραμμικός προγραμματισμός ανάλυση μεθόδων επιχειρηματικών αποφάσεων. Λήψη αποφάσεων κάτω από συνθήκες αβεβαιότητας.

**Βασικό σύγγραμμα - Βοήθημα:** Σημειώσεις παραδόσεων.

### **9. Αγγλικά II**

Γραμματική. Χρήση λέξεων. Αποτελεσματική προφορική επικοινωνία. Ανάπτυξη ικανότητας

γραφής και ανάγνωσης σε προχωρημένο στάδιο.

**Βασικό σύγγραμμα - Βοήθημα:** Σημειώσεις παραδόσεων.

## Δ' ΕΞΑΜΗΝΟ

### 1. Διαφημιστικά Μέσα

Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας. Ταυτότητα και χαρακτηριστικά κοινού των μέσων ενημέρωσης. Όροι μέσων και κριτήρια αξιολόγησης. Αγορά χώρου, χρόνου δικαιωμάτων, χορηγίας. Δομή, ρόλος και τρόπος εργασίας φορέων διαφημιστικών μέσων. Δεοντολογία στα Μ.Μ.Ε.

**Βασικό σύγγραμμα - Βοήθημα:** Σημειώσεις παραδόσεων.

### 2. Δημόσιες Σχέσεις

Γενικές αρχές Δημοσίων Σχέσεων. Προγράμματα Δημοσίων Σχέσεων. Τεχνικές, μέσα και εφαρμογές Δ.Σ. Το επάγγελμα του συμβούλου των Δημοσίων Σχέσεων. Δημοσιογραφική έρευνα.

**Βασικό σύγγραμμα - Βοήθημα:** Ε. Αρναούτογλου και Μ. Ντουρουντάκης, "Δημόσιες Σχέσεις", Εκδόσεις Interbooks.

### 3. Οργάνωση και Διοίκηση Πωλήσεων

Προγραμματισμός, οργάνωση, επιλογή, εκπαίδευση, υποκίνηση, εποπτεία, χειρισμός και ανάπτυξη πωλητών. Χαρακτηριστικά γνωρίσματα του πωλητή. Τεχνικές πωλήσεων, θέατρο πωλήσεων. Οργάνωση πριν, κατά την διάρκεια και μετά την πώληση. Κατανομή πωλητών, προϋπολογισμός και προγραμματισμός πωλήσεων. Logistics διανομής. Ανάλυση σταδίων της πώλησης. Γνώση της συμπεριφοράς του πελάτη.

**Βασικό σύγγραμμα - Βοήθημα:** Σημειώσεις παραδόσεων.

### 4. Διεθνές Management

Επιχείρηση και μεταβαλλόμενος διεθνής χώρος. Διοικητικές και στρατηγικές προσεγγίσεις, εφαρμογές της θεωρίας και της πρακτικής στους διεθνείς χώρους. Στοιχεία διεθνούς εμπορίου. Management ελληνικών επιχειρήσεων στα πλαίσια της ευρωπαϊκής οικονομικής ενοποίησης. Management διεθνών χρηματοδοτήσεων. Management και δομή πολυεθνικών και διεθνών επιχειρήσεων. Διεθνής επιχειρησιακές συμφωνίες και πρακτικές.

**Βασικό σύγγραμμα - Βοήθημα:** Π. Παπαγεωργίου, "Εισαγωγή στο διεθνές Management", Εκδόσεις Σταμούλης.

### 5. Έρευνα Marketing

Η έρευνα Marketing στο κύκλωμα της διαδικασίας του Marketing. Δυνατότητες και περιορισμοί της έρευνας Marketing. Συστήματα πληροφοριών M.I.S. Αξία της τέλει πληροφορόρησης. Ανάλυση των σταδίων διεξαγωγής της έρευνας Marketing. Δεοντολογία.

**Βασικό σύγγραμμα - Βοήθημα:** Ε. Τηλικίδου, "Έρευνα Marketing", Εκδόσεις Global Bookstore.

### 6. Δυναμικές Βάσεις Δεδομένων

Κατηγορίες βάσεων δεδομένων. Προγράμματα βάσεων δεδομένων. Δημιουργία δυναμικών βάσεων δεδομένων. Εισαγωγή επεξεργασία και παρουσίαση δεδομένων. Επικοινωνία με άλλα πακέτα. Προγραμματισμός με τις δυνατότητες των βάσεων δεδομένων.

**Βασικό σύγγραμμα - Βοήθημα:** Σημειώσεις παραδόσεων.

### 7. Βιομηχανικό Marketing

Χαρακτηριστικά. Διαφορές που υπάρχουν μεταξύ αγοράς βιομηχανικών και αγοράς καταναλωτικών προϊόντων. Στρατηγική βιομηχανικού Marketing. Συμπεριφορά βιομηχανικών πελατών του ιδιωτικού και του δημόσιου Τομέα.

**Βασικό σύγγραμμα - Βοήθημα:** Δ. Πατρινός, "Βιομηχανικό Marketing", Εκδόσεις ΙΩΝ.



### **8. Εξειδικευμένα Θέματα Δικαίου στο Marketing**

Δίκαιο της διαφήμισης. Δίκαιο των Μ.Μ.Ε. Δίκαιο της προστασίας του καταναλωτή.

**Βασικό σύγγραμμα - Βοήθημα:** Κ. Δελούκα-Ιγγλέση, "Ελληνικό και Κοινοτικό Δίκαιο του Καταναλωτή", Εκδόσεις Σάκκουλα.

### **9. Αγγλικά (Introduction to Marketing)**

Introduction to Marketing. Definition of Marketing. The importance of Marketing. Marketing concept. Market segmentation. Opportunities in Marketing. Behavior dimensions of the consumer's market. Analysis of data. Marketing and Marketing Information System. What is Marketing Research. The approach to Marketing Research.

**Βασικό σύγγραμμα - Βοήθημα:** Σημειώσεις παραδόσεων.

## **Ε' ΕΞΑΜΗΝΟ**

### **1. Σχεδιασμός και Οργάνωση Διαφημιστικής Εκστρατείας**

Στόχοι διαφημιστικής εκστρατείας. Στάδια υλοποίησης διαφημιστικής καμπάνιας. Η ενημέρωση της διαφημιστικής εταιρείας και του διαφημιζόμενου. Προσδιορισμός αποτελεσματικού διαφημιστικού κονδυλίου, προϋπολογισμός. Σχεδιασμός μέσων, Ανάλυση και σύνθεση της δημιουργικής στρατηγικής των Μ.Μ.Ε. Ραδιοφωνικό και τηλεοπτικό σενάριο. Επιλογή τοποθέτησης μάρκας. Έρευνα - έλεγχος - αξιολόγηση αποτελεσμάτων της διαφημιστικής εκστρατείας.

**Βασικό σύγγραμμα - Βοήθημα:** Γ. Ζύτος, "Διαφήμιση, σχεδιασμός και λειτουργία", Β' Τόμος, Εκδόσεις University Studio Press.

### **2. Marketing Υπηρεσιών**

Γενικά χαρακτηριστικά, ταξινόμηση και διαφοροποίηση των υπηρεσιών, Στρατηγικές Marketing υπηρεσιών. Η εικόνα της επιχείρησης και η εξυπηρέτηση του πελάτη ως ανταγωνιστικό εργαλείο στο Marketing Υπηρεσιών. Ασφαλιστικό Marketing. Ναυτιλιακό Marketing.

**Βασικό σύγγραμμα - Βοήθημα:** Ι. Γαλάνης, "Marketing υπηρεσιών", Εκδόσεις Σταμούλης.

### **3. Εφηρμοσμένη Έρευνα Marketing**

Ανάλυση της μεθοδολογίας και εφαρμογή των σταδίων διεξαγωγής της έρευνας Marketing. Στατιστική ανάλυση στοιχείων. Εκπόνηση ερευνητικού προγράμματος στη βάση πραγματικών δεδομένων.

**Βασικό σύγγραμμα - Βοήθημα:** Σημειώσεις παραδόσεων.

### **4. Σύγχρονη Τεχνολογία στο Marketing**

Προβολή και προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών με τη σύγχρονη τεχνολογία. Η χρήση των πολυμέσων στο Marketing. Η χρήση των Η/Υ στην δημιουργική διαφήμιση.

**Βασικό σύγγραμμα - Βοήθημα:** Μ. Βλαχοπούλου, "e-marketing, πληροφοριακά συστήματα - νέες τεχνολογίες στο Marketing", Εκδόσεις Rosili.

### **5. Τεχνική Πωλητή**

Η προσωπική οργάνωση του πωλητή. Η προετοιμασία του πωλητή. Μέθοδοι ανεύρεσης πελατών. Τεχνικές προσέγγισης του πελάτη. Τεχνικές προσωπικής συνέντευξης με τους πελάτες. Η κυρίως πώληση. Αντιρρήσεις - Χειρισμός άρσης αντιρρήσεων. Το κλείσιμο των πωλητών, Η αποχώρηση του πωλητή. Οι δύσκολοι πελάτες και ο χειρισμός τους. Ο ρόλος του πωλητή για τον πελάτη και την επιχείρηση του. Η πληροφόρηση του πωλητή και η επικοινωνία του με τους πελάτες. Ειδικά θέματα - ομαδικές ασκήσεις. Θέατρο πωλήσεων. Χρήση Video (μεταγλωττισμένου) και διαφανειών.

**Βασικό σύγγραμμα - Βοήθημα:** Σημειώσεις παραδόσεων.

### **6. Οικονομοτεχνικές Μελέτες**

Σχέδιο επένδυσης. Προσδιορισμός της παραγωγικής δυναμικότητας της μονάδας, τόπος εγκατάστασης και οργάνωση της επιχείρησης, συνολικό κόστος επένδυσης. Ιδιωτική - χρηματική αξιολόγηση, εκτίμηση κριτηρίων ιδιωτικής - χρηματικής αξιολόγησης. Οικονομική - κοινωνική αξιολόγηση, εκτίμηση λογιστικών τιμών για την οικονομική κοινωνική αξιολόγηση. Ανάπτυξη διαφορετικών σεναρίων με τη βοήθεια Η/Υ. Αναπτυξιακοί νόμοι. Σύνταξη προτάσεων.

**Βασικό σύγγραμμα - Βοήθημα:** Σ. Καρβούνης, "Μεθοδολογία εκπονήσεως οικονομοτεχνικών μελετών", Εκδόσεις Σταμούλης.

### **7. Διεθνές Marketing**

Χαρακτηριστικά και περιβάλλον του Διεθνούς Marketing. Ανάλυση ευκαιριών στις διεθνείς αγορές. Έρευνα. Προγραμματισμός Marketing στις διεθνείς αγορές. Τα μέσα και οι διαδικασίες του διεθνούς Marketing. Στρατηγικός σχεδιασμός.

**Βασικό σύγγραμμα - Βοήθημα:** Σημειώσεις παραδόσεων.

### **8. Αγγλικά (Introduction to Advertising)**

Introduction to Advertising. Advertising objectives. Coordinating advertising efforts advertising agencies. Measuring advertising effectiveness. How to avoid unfair advertising.

**Βασικό σύγγραμμα - Βοήθημα:** Σημειώσεις παραδόσεων.

## **ΣΤ' ΕΞΑΜΗΝΟ**

### **1. Σχεδιασμός Προγραμματισμός Marketing**

Φιλοσοφία και δομή στρατηγικού σχεδιασμού Marketing. Ενότητες σχεδίου Marketing (Marketing Plan) και πρακτική εφαρμογή. Εκθέσεις ανάλυσης κερδών και ζημιών.

**Βασικό σύγγραμμα - Βοήθημα:** Ph. Kotler, "Marketing Management", Α' Τόμος, Εκδόσεις Interbooks.

### **2. Πολιτικό Marketing**

Ιστορική ανασκόπηση και κριτική του πολιτικού Marketing με την πολιτική προπαγάνδα. Κομματική ταυτότητα, θέσεις του κόμματος. Η επίδραση των Μ.Μ.Ε. στο πολιτικό Marketing. Πολιτική Διαφήμιση. Πολιτική έρευνα. Έρευνες και μετρήσεις των διαθέσεων του κοινού. Η/Υ και πολιτικό Marketing. Χαρακτηριστικές προεκλογικές εκστρατείες στον κόσμο και την Ελλάδα.

**Βασικό σύγγραμμα - Βοήθημα:** Br. McNair, "Εισαγωγή στην πολιτική επιστήμη", Εκδόσεις ΚΑΤΑΡΤΙ.

### **3. Marketing Λιανικού Εμπορίου**

Εισαγωγή στο λιανικό εμπόριο. Διανομή - Κανάλια διανομής. Μεσάζοντες - Χονδρέμποροι. Κατηγορίες λιανικών επιχειρήσεων. Οργάνωση λιανικού καταστήματος. Διεύθυνση προσωπικού. Αγορές εμπορευμάτων. Επίλογή του τόπου εγκατάστασης του καταστήματος. Στρατηγική της προώθησης. Τιμολόγηση εμπορευμάτων. Προγραμματισμός και έλεγχος των αποθεμάτων λιανικού εμπορίου.

**Βασικό σύγγραμμα - Βοήθημα:** Σημειώσεις παραδόσεων.

### **4. Εξειδικευμένα Πακέτα Στατιστικής και Έρευνας Marketing**

Πρακτικές εφαρμογές στατιστικής ανάλυσης στοιχείων ερευνών Marketing με τη χρήση ειδικών πακέτων Η/Υ όπως ενδεικτικά τα SPSS και τα SPADT και SPANN.

**Βασικό σύγγραμμα - Βοήθημα:** Σημειώσεις παραδόσεων.

### **5. Αγγλικά (Marketing Communication)**

Introduction to communication. Development and goals of effective communication. Communication process and promotion. Procedure of communication acceptance. Message of

communication. Marketing mix and communication policy.

**Βασικό σύγγραμμα - Βοήθημα:** Σημειώσεις παραδόσεων.

### 6. Εντυπη και Ηλεκτρονική Διαφήμιση

Παραγωγή διαφημιστικού μηνύματος και ραδιοτηλεοπτικά και έντυπα μέσα. Σχεδιασμός, οργάνωση και έλεγχος παραγωγής ραδιοτηλεοπτικής και έντυπης διαφήμισης. Κατηγορίες εντύπων και εκτυπώσεων. Η εικόνα η μουσική και ο ήχος στις διαφημιστικές ταινίες. Ηλεκτρονική επεξεργασία εικόνας. Πολυμέσα. Δημιουργικός σχεδιασμός με τη βοήθεια ηλεκτρονικού υπολογιστή. Προϋπολογισμός και κοστολόγηση. Φορείς παραγωγής ραδιοτηλεοπτικής και έντυπης διαφήμισης στην Ελλάδα.

**Βασικό σύγγραμμα - Βοήθημα:** Σημειώσεις παραδόσεων.

### 7. Έλεγχος Αποτελεσματικότητας της Διαφήμισης

Μέτρηση της αποτελεσματικότητας των πωλήσεων από την Διαφήμιση. Pre testing, Post testing. Έλεγχος και αξιολόγηση των αποτελεσμάτων της διαφημιστικής καμπάνιας.

**Βασικό σύγγραμμα - Βοήθημα:** Ph. Kotler, "Marketing Management", Β' Τόμος, Εκδόσεις Interbooks.

### 8. Τουριστικό Marketing

Η Ελληνική Τουριστική αγορά. Ο ρόλος του Marketing στον Τουρισμό. Ανάλυση των βασικών σκοπών του τουριστικού Marketing. Μελέτη της τουριστικής αγοράς και της συμπεριφοράς του τουρίστα καταναλωτή. Ποσοτικοί και ποιοτικοί στόχοι του τουριστικού Marketing. Έρευνα τουριστικής αγοράς. Δημόσιες σχέσεις τουριστικών επιχειρήσεων.

**Βασικό σύγγραμμα - Βοήθημα:** Ν. Ηγουμενάκης, "Τουριστικό Marketing".

## Ζ' ΕΞΑΜΗΝΟ

### 1. Διοίκηση Marketing

Ανάλυση ευκαιριών. Επιλογή στόχων, ανάπτυξη στρατηγικών προγραμμάτων Marketing. Διαδικασία λήψης αποφάσεων. Εφαρμογή προγραμμάτων Marketing. Έλεγχος προγραμμάτων Marketing.

**Βασικό σύγγραμμα - Βοήθημα:** Ph. Kotler, "Marketing Management", Β' Τόμος, Εκδόσεις Interbooks.

### 2. Διοίκηση Ολικής Ποιότητας

Έννοια ποιότητας και ολικής ποιότητας. Μοντέλα, Ευρωπαϊκό μοντέλο. Μέτρηση και δείκτες ποιότητας, Benchmarking, κόστος ποιότητας. Ανασχεδιασμός διαδικασιών. Ανάπτυξη διαδικασίας ποιότητας (Q.F.D.). Ανθρώπινος παράγων. Βελτίωση ποιότητας. Στατιστικός έλεγχος, εργαλεία και τεχνικές.

**Βασικό σύγγραμμα - Βοήθημα:** Γ. Τσιότρας, "Βελτίωση Ποιότητας", Εκδόσεις Μπένου.

### 3. Σεμινάριο Τελειοφοίτων

Ανάθεση σε σπουδαστές, ατομικά ή σε ολιγομελείς ομάδες (2-3), που βρίσκονται στο 7ο εξάμηνο σπουδών, να επεξεργαστούν και να αναπτύξουν προφορικά, παρουσία των σπουδαστών που έχουν δηλώσει το μάθημα και εντός ή περισσοτέρων μελών του εκπαιδευτικού προσωπικού, επιλεγμένα θέματα Marketing. Αμέσως μετά την παρουσίαση του θέματος, που θα διαρκέσει 15-20 λεπτά θα ακολουθήσει συζήτηση με συμμετοχή όλων των σπουδαστών. Γραπτή συνοπτική ανάπτυξη του θέματος θα υποβάλλεται στον υπεύθυνο για το Σεμινάριο Καθηγητή και περίληψη θα δίδεται σε όλους τους σπουδαστές προ της παρουσίασης.

### 4. Εφαρμογές Marketing με Η/Υ

Ηλεκτρονικός υπολογιστής και επεξεργασία πληροφοριών για λήψη αποφάσεων Marketing.

Ηλεκτρονικός υπολογιστής και άμεσες πωλήσεις. Πλεονεκτήματα πληροφοριακών συστημάτων Marketing που βασίζονται σε ηλεκτρονικούς υπολογιστές. Ειδικά προγράμματα εφαρμογές.

**Βασικό σύγγραμμα - Βοήθημα:** Μ. Βλαχοπούλου, "e-marketing, πληροφοριακά συστήματα - νέες τεχνολογίες στο Marketing", Εκδόσεις Rosili.

### **5. Αγγλικά (European Marketing)**

The European approach. Comparative analysis of European markets. Information collection, analysis and interpretation. Product, pricing, distribution and communication policies. Marketing planning and control.

**Βασικό σύγγραμμα - Βοήθημα:** Σημειώσεις παραδόσεων.

### **6. Δημιουργικό της Διαφήμισης**

Η έννοια της δημιουργίας στη Διαφήμιση. Η διαδικασία της δημιουργίας στη θεωρία και στην πράξη. Οι φάσεις και η διαδικασία του δημιουργικού σχεδιασμού. Η εταιρική ταυτότητα. Ιδέα, έννοια, δημιουργικότητα, αισθητική. Δημιουργική στρατηγική. Τεχνική δημιουργικότητας. Η προσέγγιση του επικοινωνιακού στόχου. Λέξεις και εικόνες. Μουσική και ήχος. Κινησιολογία. Χρωματολογία. Σημειωτική.

**Βασικό σύγγραμμα - Βοήθημα:** Σημειώσεις παραδόσεων.

### **7. Marketing Μη Κερδοσκοπικών Οργανισμών**

Η εφαρμογή της φιλοσοφίας του Marketing στους μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς. Σχεδιασμός, εφαρμογή και έλεγχος προγραμμάτων Marketing στους μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς.

**Βασικό σύγγραμμα - Βοήθημα:** Σημειώσεις παραδόσεων.

### **8. Τραπεζικό Marketing**

Εισαγωγή. Λειτουργική διάρθρωση του τραπεζικού Marketing. Marketing και δημόσιες σχέσεις, επιλογή προσωπικού, εκπαίδευση και απόδοση. Εσωτερικές επικοινωνίες. Κτιριακές εγκαταστάσεις και εξοπλισμός. Marketing και έρευνα αγοράς. Προγραμματισμός Marketing και δημοσίων σχέσεων. Δημοσιότητα. Διαφήμιση Marketing και πωλήσεις. Εξωτερικές επικοινωνίες. Τραπεζικά προϊόντα. Η Ελληνική τραπεζική αγορά.

**Βασικό σύγγραμμα - Βοήθημα:** Π. Τομάρας, "Τραπεζικό Marketing".

### **9. Πολιτική Διαφήμιση**

Η ανάπτυξη της Πολιτικής Διαφήμισης (στην Ελλάδα και στο Εξωτερικό). Μοντέλα πολιτικής επικοινωνίας. Είδη και κατηγορίες διαφημιστικών εξορμήσεων. Φορείς της Πολιτικής Διαφήμισης. Η συνεργασία του κόμματος με τη διαφημιστική εταιρία. Σχέσεις διαφημιστών - υπευθύνων Επικοινωνίας του κόμματος. Προσωπική επικοινωνία. Μελέτη σχεδιασμός, ανάπτυξη επικοινωνιακής εκστρατείας. Τηλεοπτικοί διάλογοι, δημοσιότητα.

**Βασικό σύγγραμμα - Βοήθημα:** Σημειώσεις παραδόσεων.

## **Η οργάνωση και ο κανονισμός σπουδών**

Ο τρόπος οργάνωσης των σπουδών και ο κανονισμός που τις διέπει ακολουθεί παρακάτω. Η προσεκτική ανάγνωση του κανονισμού μπορεί να βοηθήσει τους σπουδαστές στην καλύτερη οργάνωση και στον αποτελεσματικότερο προγραμματισμό των σπουδών τους.

### **Αρχική εγγραφή**

Σπουδαστής / σπουδάστρια T.E.I. καθίσταται όποιοι / όποιες εγγράφονται σ' αυτά μετά από εισαγωγή, μετεγγραφή ή κατάταξη σύμφωνα με τις κείμενες διατάξεις. Η εγγραφή γίνεται στο

οικείο Τμήμα της Σχολής και μέσα στα χρονικά όρια που ορίζονται με τις εκάστοτε υπουργικές και με βάση τα δικαιολογητικά που ορίζονται στις ίδιες αποφάσεις. Για όσους προέρχονται από μετεγγραφή ή κατάταξη, για την εγγραφή τους απαιτείται η έκδοση σχετικής απόφασης του Τμήματος, σύμφωνα με τις κείμενες διατάξεις.

Για λόγους εξαιρετικής ανάγκης, όπως παρατεταμένη θεομηνία, σοβαρή ασθένεια, στράτευση ή απουσία στο εξωτερικό, είναι δυνατή η εγγραφή σπουδαστή που καθυστέρησε να εγγραφεί μέσα στις προθεσμίες της προηγούμενης παραγράφου του άρθρου αυτού, με αιτιολογημένη απόφαση του Συμβουλίου της Σχολής, ύστερα από αίτηση του ενδιαφερόμενου σπουδαστή, η οποία υποβάλλεται σε αποκλειστική προθεσμία τριάντα (30) ημερών από τη λήξη της προθεσμίας εγγραφής και στην οποία εκτίθενται και οι λόγοι της καθυστέρησης. Σπουδαστής που δε γράφτηκε ούτε με τη διαδικασία του προηγούμενου εδαφίου αυτής της παραγράφου, χάνει το δικαίωμα εγγραφής του στα Τ.Ε.Ι.

Σπουδαστής που έχει εγγραφεί και παρακολουθεί μαθήματα σε ορισμένο Τ.Ε.Ι., δεν μπορεί να είναι συγχρόνως σπουδαστής και σε άλλο τριτοβάθμιο εκπαιδευτικό ίδρυμα. Επίσης, ο σπουδαστής δεν μπορεί, σε καμμία περίπτωση, να καταστεί πτυχιούχος νωρίτερα από την προβλεπόμενη χρονική διάρκεια σπουδών του Τμήματος.

### **Ανανέωση εγγραφής**

Ο σπουδαστής υποχρεούται ανά εξάμηνο σε ανανέωση εγγραφής. Η ανανέωση γίνεται μία εβδομάδα τουλάχιστον πριν από την έναρξη των μαθημάτων του εξαμήνου με ειδική έντυπη δήλωση που διατίθεται από το Τμήμα. Ο σπουδαστής που δεν ανανέωσε την εγγραφή του για δύο (2) συνεχόμενα ή για τρία (3) μη συνεχόμενα εξάμηνα σπουδών, χάνει τη δυνατότητα να συνεχίσει τις σπουδές του και διαγράφεται από τα μητρώα του Τμήματος.

### **Κύκλοι σπουδών, έναρξη, διακοπή και λήξη μαθημάτων**

Κάθε ακαδημαϊκό έτος αρχίζει την 1η Σεπτεμβρίου και λήγει την 31η Αυγούστου. Το διδακτικό έτος που αρχίζει την 1η Σεπτεμβρίου και λήγει την 5η Ιουλίου, περιλαμβάνει δύο αυτοτελή διδακτικά εξάμηνα: το χειμερινό το οποίο αρχίζει την πρώτη Δευτέρα μετά τις 19 Σεπτεμβρίου και το εαρινό, το οποίο αρχίζει μετά τη λήξη των εξετάσεων της δεύτερης εξεταστικής περιόδου του χειμερινού εξαμήνου.

Κάθε εξάμηνο περιλαμβάνει δεκαπέντε (15) εβδομάδες για διδασκαλία και δύο εξεταστικές περιόδους των δύο εβδομάδων η κάθε μια. Το ισχύον Πρόγραμμα Σπουδών αποτελείται από συνολικά οχτώ (8) εξάμηνα [επτά (7) εξάμηνα διδασκαλίας και ένα (1) εξάμηνο πρακτικής άσκησης στο επάγγελμα].

Κατά τη διάρκεια των εξαμήνων, μαθήματα και εξετάσεις δε διεξάγονται τις επίσημες εορτές και διακοπές που ορίζονται στον εσωτερικό κανονισμό των Τ.Ε.Ι. Οι ημέρες αργίας είναι: Εθνικές εορτές 28ης Οκτωβρίου και 25ης Μαρτίου, Θεοφάνεια, των Τριών Ιεραρχών, Καθαρή Δευτέρα, 1η Μαΐου, του Αγίου Πνεύματος και την 14η Σεπτεμβρίου, ημέρα εορτής της εκκλησίας του Τιμίου Σταυρού (πολιούχου της περιοχής του Αγάλεω). Επίσης, μαθήματα δε διεξάγονται τη 17η Νοεμβρίου, κατά τις διακοπές των Χριστουγέννων (από 24 Δεκεμβρίου μέχρι και 2 Ιανουαρίου), κατά τις διακοπές του Πάσχα (από τη Μεγάλη Τετάρτη μέχρι και την Τετάρτη μετά το Πάσχα) και κατά τις διακοπές του καλοκαιριού που αρχίζουν από την 6η Ιουλίου και τελειώνουν την 31η Αυγούστου.

### **Οργάνωση μαθημάτων - Πρόγραμμα σπουδών**

Οι σπουδές είναι οργανωμένες με βάση το **εξαμηνιαίο μάθημα**. Τα μαθήματα του Προγράμματος Σπουδών είναι **υποχρεωτικά**. Κάθε μάθημα του Προγράμματος Σπουδών του Τμήματος χαρακτηρίζεται από έναν αριθμό **διδασκαλικών μονάδων (δ.μ.)**. Η διδακτική μονάδα αντιστοιχεί σε **μια εβδομαδιαία ώρα διδασκαλίας**, για όλα τα μαθήματα του Τμήματος. Η πτυχιακή εργασία αντιστοιχεί σε 10 διδακτικές μονάδες.

Αναλόγως της αλληλουχίας του γνωστικού περιεχομένου τους, ορισμένα μαθήματα διακρίνονται σε **προαπαιτούμενα** και **εξαρτώμενα**. Εάν οι γνώσεις που παρέχονται σ' ένα μάθημα είναι προϋπόθεση επιτυχούς παρακολούθησης ενός άλλου μαθήματος, το πρώτο μάθημα χαρακτηρίζεται ως προαπαιτούμενο του δεύτερου (εξαρτώμενου). Ένα μάθημα μπορεί να είναι ταυτόχρονα και προαπαιτούμενο ενός μαθήματος και εξαρτώμενο από άλλο μάθημα (βλ. Πίνακα 2 - Προαπαιτούμενα και Εξαρτώμενα Μαθήματα).

Το αργότερο δέκα (10) ημέρες πριν από την έναρξη των μαθημάτων κάθε διδακτικού εξαμήνου, συντάσσεται με τη φροντίδα του Συμβουλίου του Τμήματος και ανακοινώνεται με ευθύνη του Προϊσταμένου του Τμήματος, το εβδομαδιαίο ωρολόγιο πρόγραμμα μαθημάτων το οποίο περιέχει:

- α. τα τυπικά προγράμματα σπουδών κάθε εξαμήνου
- β. τα μέλη του Ε.Π. που θα διδάξουν κάθε μάθημα των τυπικών προγραμμάτων και
- γ. την ημέρα, την ώρα και την αίθουσα ή το χώρο που θα πραγματοποιηθεί κάθε μάθημα.

Ο σπουδαστής μπορεί για κάθε διδακτικό εξάμηνο να καταρτίζει το ατομικό του πρόγραμμα σπουδών, το οποίο περιλαμβάνει τα μαθήματα που επιθυμεί και πρόκειται να παρακολουθήσει κατά το εξάμηνο αυτό. Σχετική δήλωση υποβάλλουν στο Τμήμα όλοι οι σπουδαστές **ταυτόχρονα** με την εγγραφή ή την ανανέωση εγγραφής τους. Μέσα σε **δύο εβδομάδες** από την έναρξη των μαθημάτων του εξαμήνου, ο σπουδαστής έχει τη δυνατότητα **τροποποίησης** της αρχικής δήλωσής του κατά **δύο** το πολύ μαθήματα.

Κατά την κατάρτιση του ατομικού προγράμματος σπουδών του εξαμήνου ο σπουδαστής λαμβάνει **υποχρεωτικά** πρόνοια ώστε:

- i) το σύνολο των εβδομαδιαίων ωρών διδασκαλίας για τα μαθήματα που δηλώνει να **κυμαίνεται μεταξύ 20 και 45 ωρών και 55 ωρών** για τους πτυχιούχους και
- ii) να **μη δηλώνονται μαθήματα, τα προαπαιτούμενα των οποίων δεν έχει παρακολουθήσει με επιτυχία.**

### **Διδασκαλία ξένων γλωσσών**

Στο Τμήμα διδάσκεται η αγγλική γλώσσα. Στο τυπικό πρόγραμμα σπουδών το μάθημα της ξένης γλώσσας προβλέπεται σε τέσσερα τουλάχιστον εξάμηνα σπουδών.

Ο νεοεισαγόμενος σπουδαστής που κατέχει την ξένη γλώσσα, μπορεί να ζητήσει την απαλλαγή του από την υποχρέωση παρακολούθησης της γλώσσας αυτής. Τα εξαμηνιαία μαθήματα ξένης γλώσσας από τα οποία απαλλάσσεται ένας σπουδαστής δε βαθμολογούνται.

### **Μορφές διδασκαλίας**

Η εκπαιδευτική διαδικασία κάθε μαθήματος περιλαμβάνει μία ή περισσότερες από τις παρακάτω μορφές: θεωρητική διδασκαλία, σεμινάρια, φροντιστηριακές, πρακτικές και εργαστηριακές ασκήσεις και ανάθεση εκπόνησης εργασιών (ατομικά ή ομαδικά).

- α. Η **θεωρητική διδασκαλία** του μαθήματος, παρουσιάζει εποπτικά μια ευρεία περιοχή ενός γνωστικού αντικειμένου και το σχετικό μ' αυτή επιστημονικό προβληματισμό.
- β. Τα **σεμινάρια** στοχεύουν στην επεξεργασία συγκεκριμένων θεμάτων σε μεγαλύτερο βάθος και έκταση με τη συνεργασία και καθοδήγηση του διδάσκοντα και τη βοήθεια σχετικής βιβλιογραφίας.
- γ. Οι **εργαστηριακές, φροντιστηριακές και πρακτικές ασκήσεις** πραγματοποιούνται περιοδικά σε κατάλληλους χώρους του Τ.Ε.Ι. ή χώρους εργασίας στους οποίους οι σπουδαστές, κάτω από την επίβλεψη και με την καθοδήγηση του εκπαιδευτικού προσωπικού, εκπαιδεύονται κατά μικρές ομάδες στην εφαρμογή θεωρητικών, επαγγελματικών ή τεχνολογικών μεθόδων, στον εθισμό στην ομαδική εργασία κλπ. ώστε να αποκτούν τις κατάλληλες δεξιότητες.

### **Φοίτηση, έλεγχος επίδοσης, επιτυχής παρακολούθηση**

Οι σπουδαστές υπόχρεούνται να παρακολουθούν όλα τα μαθήματα του προγράμματος σπουδών τους, σύμφωνα με τη δήλωσή τους. Οι προβλεπόμενες ώρες διδασκαλίας κατά εξάμηνο για κάθε μάθημα καθορίζονται από την ομάδα μαθημάτων και ανακοινώνονται από τον διδάσκοντα στην αρχή κάθε εξαμήνου, με βάση το ωρολόγιο πρόγραμμα του Τμήματος. Σε κάθε περίπτωση, εάν ο αριθμός των ωρών διδασκαλίας που πραγματοποιήθηκαν σε ένα μάθημα είναι, για οποιονδήποτε λόγο, μικρότερος από τα δύο τρίτα (2/3) του προβλεπόμενου στο πρόγραμμα σπουδών για όλο το διδακτικό εξάμηνο, το μάθημα αυτό θεωρείται ότι δε διδάχτηκε. Η διαπίστωση γίνεται κατά τη λήξη του εξαμήνου από την Ομάδα Μαθημάτων και τον Υπευθύνo αυτής.

### **Βαθμολογική κλίμακα**

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

|              |              |
|--------------|--------------|
| από 0,0-3,9  | "κακώς"      |
| από 4,0-4,9  | "ανεπαρκώς"  |
| από 5,0-6,9  | "καλώς"      |
| από 7,0-8,4  | "λίαν καλώς" |
| από 8,5-10,0 | "άριστα"     |

Όλοι οι βαθμοί υπολογίζονται και καταχωρούνται με προσέγγιση ενός δεκάτου (1/10) της ακεραίας μονάδας.

### **Βαθμοί εργαστηρίων, προόδου και εξετάσεων**

Για την επιτυχή παρακολούθηση **εργαστηριακού μαθήματος** ή του **εργαστηριακού μέρους μικτού μαθήματος**, απαιτείται ο σπουδαστής να έχει διεξαγάγει με επιτυχία τα 80% των ασκήσεων που πραγματοποιήθηκαν κατά τη διάρκεια του εξαμήνου.

Ο βαθμός του εργαστηρίου ή του εργαστηριακού ή πρακτικού μέρους μικτού μαθήματος μπορεί να είναι ο μέσος όρος όλων των επιμέρους βαθμών των ασκήσεων που ο σπουδαστής έχει

διεξάγει με επιτυχία ή οι βαθμοί σε εξετάσεις που διεξάγονται τμηματικά ή τελικά σε όλη την ύλη του εργαστηρίου.

Η **αξιολόγηση** του σπουδαστή για την επίδοσή του καθ' όλη τη διάρκεια του εξαμήνου σε κάθε μάθημα ή μέρος μαθήματος που παρέχεται με τη μορφή της **θεωρητικής διδασκαλίας**, γίνεται:

- i) από μια **γραπτή δοκιμασία** (πρόοδο), η οποία είναι **προαιρετική**, περί τα μέσα του διδακτικού εξαμήνου επί του ημίσεος τουλάχιστον της διδακτέας ύλης του αναλυτικού προγράμματος, με συντελεστή **40%** επί της τελικής αξιολόγησης και
- ii) από την **τελική γραπτή εξέταση** εφ' όλης της διδακτέας ύλης, με συντελεστή **60%**, ή **100%** εάν δεν έχει δοθεί πρόοδος.

Αξιολογες ατομικές ή συλλογικές **εργασίες** σπουδαστών, που εκπονούνται κατά τη διάρκεια του εξαμήνου, είναι δυνατόν, μετά από απόφαση της ομάδας μαθημάτων, να **συνεκτιμώνται** για την τελική αξιολόγηση της επίδοσης των σπουδαστών με συντελεστή όχι ανώτερο του 10% αυτής (δηλαδή μία μονάδα).

Σπουδαστής που δεν παρακολούθησε με επιτυχία **υποχρεωτικό** μάθημα, πρέπει να το **επαναλάβει** κατά το επόμενο εξάμηνο. Για κάθε μάθημα που δηλώνει ο σπουδαστής, μπορεί να συμμετάσχει στις δύο (2) εξεταστικές περιόδους που ακολουθούν το εξάμηνο.

Ο **τελικός βαθμός** προκύπτει από το **συνυπολογισμό** των βαθμών του θεωρητικού και εργαστηριακού / πρακτικού μέρους του μικτού μαθήματος. Η παρακολούθηση σε ένα μάθημα θεωρείται **επιτυχής**, εφ' όσον ο βαθμός στο θεωρητικό και στο εργαστηριακό πρακτικό μέρος του μαθήματος αυτού έχει την ένδειξη τουλάχιστον **"καλώς"**. Όταν ο σπουδαστής έχει παρακολουθήσει **επιτυχώς ένα μόνο μέρος** μικτού μαθήματος, ο **βαθμός** του μέρους αυτού **κατοχυρώνεται** και το μάθημα επαναλαμβάνεται **μόνο** ως προς το άλλο μέρος. Στην περίπτωση αυτή, όμως, ο σπουδαστής **δε μπορεί** να δηλώσει **εξαρτώμενο** του πρώτου μαθήμα (βλ. Πίνακα 2 - Προαπαιτούμενα και Εξαρτώμενα μαθήματα).

### **Εξεταστικές περίοδοι εξαμήνου και πρόγραμμα εξετάσεων**

Μετά τη λήξη των μαθημάτων κάθε διδακτικού εξαμήνου ακολουθούν δύο (2) εξεταστικές περίοδοι, δύο (2) εβδομάδων η κάθε μια, κατά τη διάρκεια των οποίων οι σπουδαστές εξετάζονται, γραπτά ή προφορικά, σε όλη τη διδακτέα ύλη κάθε μαθήματος. **Οι τελικές εξετάσεις** (εξετάσεις περιόδου) σε θεωρητικά μαθήματα, ή στο θεωρητικό μέρος μικτών μαθημάτων είναι, για όλους τους σπουδαστές που τα έχουν δηλώσει, **υποχρεωτικές**.

### **Διαδικασία διεξαγωγής εξετάσεων**

Για την ανάπτυξη των θεμάτων, χορηγούνται στους εξεταζόμενους σπουδαστές ειδικά σφραγισμένα και υπογεγραμμένα ιδιόχειρα από τον εξεταστή του μαθήματος φύλλα χαρτιού (κόλλες αναφοράς ή τυπωμένα ερωτηματολόγια) με ευθύνη των επιτηρητών της αίθουσας. Στην αρχή της εξέτασης γίνεται από τους επιτηρητές έλεγχος των στοιχείων ταυτότητας των εξεταζομένων.

Σπουδαστής που συλλαμβάνεται να αντιγράφει από βιβλία ή σημειώσεις ή από γραπτό σπουδαστή ή συνεννοείται με άλλον ή άλλους σπουδαστές ή παρεμποδίζει την ομαλή διεξαγωγή των εξετάσεων, **μηδενίζεται**, αφού σημειωθεί και μονογραφηθεί το γραπτό του από τον επιτηρητή που έκανε τη διαπίστωση αυτή.



### Εκπόνηση πτυχιακής εργασίας

Κάθε σπουδαστής είναι υποχρεωμένος να εκπονήσει μια **πτυχιακή εργασία** με θέμα που πρέπει να έχει άμεση σχέση με τα πραγματικά προβλήματα της παραγωγής και των υπηρεσιών. **Κοινό θέμα** πτυχιακής εργασίας μπορεί να ανατεθεί και σε **ομάδα** μέχρι τρεις (3) σπουδαστές με ίση κατανομή της εργασίας σε κάθε σπουδαστή.

Η πτυχιακή εργασία δίνει τη δυνατότητα στο σπουδαστή να διεξαγάγει μία έρευνα (μικρής ή μεσαίας κλίμακας) αφού πρώτα κάνει μια κριτική αναδρομή στη σχετική με το θέμα βιβλιογραφία και αρθρογραφία. Έτσι, του δίνεται η ευκαιρία να αναπτύξει περισσότερο τις ικανότητες εύρεσης, συλλογής, επιλογής και επεξεργασίας στοιχείων και την ικανότητα εξαγωγής συμπερασμάτων που οδηγούν στη διαμόρφωση προτάσεων πρακτικής φύσης για το συγκεκριμένο κλάδο ή επιχείρηση που αποτελεί το αντικείμενο της έρευνας.

Ακολουθώς παρατίθενται (ενδεικτικώς) μερικά θέματα πτυχιακών εργασιών που έχουν εκπονηθεί από τους σπουδαστές του Τμήματος :

- Η αγορά και το Marketing του καφέ και των ζεστών ροφημάτων στην Ελλάδα
- Παράγοντες που επιδρούν στην ανάπτυξη των πωλήσεων στο λιανικό εμπόριο με το σύστημα δικαιιοπάροχης (franchising)
- Η συμβολή της έρευνας στην ανάπτυξη νέων προϊόντων
- Η Διοίκηση Ολικής Ποιότητας (Total Quality Management) και η εφαρμογή της στο Marketing
- Το Marketing της τοπικής αυτοδιοίκησης
- Ανάλυση και στρατηγικές ανάπτυξης της αγοράς της φυσικής μαστίχας Χίου
- Τέχνη και διαφήμιση
- Τα κανάλια διανομής και οι λειτουργίες τους στο βιομηχανικό Marketing
- Στρατηγικές επικοινωνίας στο βιομηχανικό Marketing
- Έρευνα Marketing ηλεκτρονικών ταμειακών μηχανών στην Περιφέρεια της Πρωτεύουσας
- Ανάπτυξη, δοκιμή και προώθηση νέων προϊόντων και υπηρεσιών
- Καινοτομίες, νέα προϊόντα και διαχείριση τεχνολογίας: η σημασία τους στο βιομηχανικό Marketing
- Οικολογικό (green) Marketing
- Η Greenpeace και το Marketing των οικολογικών οργανώσεων
- Merchandising
- Εφαρμογή του άμεσου (direct) Marketing στην οργάνωση και λειτουργία ιατρείου
- Το Marketing των αρτοσκευασμάτων Bake Rolls
- Η συμβολή της διαφήμισης στην προώθηση τουριστικών υπηρεσιών σε πολυτελή ξενοδοχεία
- Παιδί και διαφήμιση
- "Σοκ" διαφημίσεις και η επίδρασή τους στη συμπεριφορά του καταναλωτή
- Το Marketing των αυτοκινήτων "B.M.W. - Intercar S.A." στην Ελλάδα
- Η αγορά των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας (private label): η περίπτωση του ελαιολάδου
- Το Marketing των καλλυντικών Nivea Visage και Nivea Sun της εταιρείας Beiersdorf Hellas
- Ο θεσμός της χορηγίας στο χώρο του αθλητισμού : Το Marketing των εταιρειών-χορηγών της Ελληνικής Ολυμπιακής αποστολής στην Ατλάντα το 1996
- Το Marketing των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004
- Marketing αερομεταφορών: η περίπτωση της Ολυμπιακής Αεροπορίας (Ο.Α.)
- Logistics - φυσική διανομή: ο τελευταίος κρίκος της αλυσίδας Marketing
- Οι δημόσιες σχέσεις στην τουριστική βιομηχανία
- Σύγχρονα τραπεζικά προϊόντα
- Το Marketing των ακτοπλοϊκών γραμμών Super Fast Ferries
- Ροή μαρκών και υπολογισμός κέρδους προϊόντων ραφιού
- Ο κλάδος των ανδρικών καλλυντικών και σχεδιασμός προγράμματος της μάρκας Prosar
- Το Marketing των ασφαλιστικών προϊόντων "Αγροτική Ζωής"

- Το Marketing της κινητής τηλεφωνίας: η περίπτωση της Panafon
- Οι δημόσιες Σχέσεις του T.E.I. Αθήνας
- Μουσικό Marketing στην Ελλάδα και η διοργάνωση συναυλιών
- Marketing γυμναστηρίου - sport studio
- Η διαφήμιση του χθες
- Telemarketing
- Marketing μέσω του Διαδικτύου (Internet)
- Ψυχοκοινωνιολογία της διαφήμισης
- Το Marketing των Ελληνικών δημόσιων νοσοκομείων
- Ηλεκτρονικό Marketing και Marketing σε Computer Mediated Environment
- Τουριστικό Marketing για το Δήμο της Αθήνας
- Έρευνα αγοράς βιομηχανικού προϊόντος
- Στρατηγικές Marketing για την αντιμετώπιση των ναρκωτικών

Τα τακτικά μέλη του Ε.Π. προτείνουν θέματα πτυχιακής εργασίας τα οποία εγκρίνονται από την Ομάδα Μαθημάτων και ανακοινώνονται έγκαιρα στους σπουδαστές. Κάθε τακτικό μέλος του Ε.Π. του Τμήματος αναλαμβάνει την επίβλεψη 3 - 5 πτυχιακών εργασιών. Από την Ομάδα Μαθημάτων ορίζεται, για κάθε θέμα πτυχιακής εργασίας, ένα τακτικό μέλος του Ε.Π. που επιβλέπει την πρόοδο στην επεξεργασία του θέματος και καθοδηγεί τους σπουδαστές. **Για να ανατεθεί σε σπουδαστή πτυχιακή εργασία πρέπει αυτός να βρίσκεται στο τελευταίο έτος σπουδών και να έχει περάσει επιτυχώς όλα τα μαθήματα ειδικότητας (βλ. Πίνακα 3).**

Μετά την ολοκλήρωση της πτυχιακής εργασίας και ύστερα από έγκριση του επιβλέποντα εκπαιδευτικού, υποβάλλεται στο Τμήμα. Το Συμβούλιο του Τμήματος ορίζει ημερομηνία κατά την οποία γίνεται παρουσίαση της πτυχιακής εργασίας ενώπιον τριμελούς επιτροπής από μέλη του Ε.Π. του Τμήματος συναφούς ειδικότητας, εκ των οποίων ο ένας είναι ο εισηγητής. Την παρουσίαση αυτή μπορούν να παρακολουθήσουν όλα τα μέλη του Ε.Π. και οι σπουδαστές του Τμήματος.

Τα μέλη της επιτροπής παρακολουθούν την παρουσίαση της εργασίας και υποβάλλουν διευκρινιστικές και εξεταστικές ερωτήσεις, ώστε να διαμορφώσουν άποψη για την ορθότητα και την πληρότητα της εργασίας και για το βαθμό συμμετοχής καθενός εφόσον είναι περισσότεροι από ένας, από τους συμμετέχοντες στην επεξεργασία του θέματος σπουδαστές. Τα μέλη της επιτροπής εξέτασης της πτυχιακής εργασίας αποφασίζουν, κατά πλειοψηφία, ύστερα από πρόταση του επιβλέποντα εκπαιδευτικού για το βαθμό που θα δοθεί στην πτυχιακή εργασία ή σε καθένα από τους συμμετέχοντες στην ομάδα επεξεργασίας ξεχωριστά. Σε περίπτωση που μια πτυχιακή εργασία κριθεί ελλιπής, αναπέμπεται για συμπληρωματική επεξεργασία, οπότε επαναλαμβάνεται η διαδικασία υποβολής και παρουσίασης.

### **Πρακτική άσκηση**

Οι σπουδαστές των T.E.I. κατά τη διάρκεια των σπουδών τους υποχρεούνται σε πρακτική άσκηση στο επάγγελμα. Η διάρκεια της πρακτικής άσκησης στο επάγγελμα ορίζεται σε **έξι (6) ημερολογιακούς μήνες** και πραγματοποιείται μετά το τελευταίο εξάμηνο διδασκαλίας των μαθημάτων. Η περίοδος αυτή της άσκησης είναι συνεχόμενη, χωρίς διακοπή (εκτός εξαιρετικών, ειδικώς αιτιολογημένων, περιπτώσεων).

**Για να μπορέσει ο σπουδαστής να κάνει την πρακτική του άσκηση θα πρέπει :**

- i) Να έχει τελειώσει το έβδομο (7ο) εξάμηνο σπουδών (να είναι στο πτυχίο),**
- ii) Να έχει παρακολουθήσει με επιτυχία όλα τα μαθήματα ειδικότητας (βλ. Πίνακες 2 και 3) και**
- iii) Να έχει παρακολουθήσει με επιτυχία τα 2/3 του συνόλου των μαθημάτων.**

**Κάθε σπουδαστής που πρόκειται να πραγματοποιήσει πρακτική άσκηση στο επάγγελμα θα πρέπει:**

1. Να καταθέσει **αίτηση** στη Γραμματεία του Τμήματος όπου θα ζητά να κάνει εξάμηνη πρακτική άσκηση.
2. Η Γραμματεία εκδίδει **παραπεμπτικό σημείωμα** στο οποίο φαίνεται η σπουδαστική κατάσταση του και εξετάζει την δυνατότητα του σπουδαστή να εκτελέσει την πρακτική άσκηση (σύμφωνα με τα ανωτέρω).
3. Το **παραπεμπτικό σημείωμα** παραδίδεται στην **Επιτροπή Πρακτικής Άσκησης** από όπου θα το παραλάβει ο σπουδαστής για να το παραδώσει στην **επιχείρηση ή οργανισμό** που θα εκτελέσει την πρακτική του άσκηση.

Η πρακτική άσκηση **αρχίζει κάθε Απρίλιο και Οκτώβριο**. Αν όμως, ο σπουδαστής συμφωνήσει με κάποια επιχείρηση, μπορεί να αρχίσει την πρακτική του άσκηση και σε άλλη περίοδο (κάτι τέτοιο δεν ισχύει με τις επιχειρήσεις του Δημόσιου Τομέα).

### **Τρόπος εύρεσης επιχείρησης για πρακτική άσκηση**

- Ο σπουδαστής μπορεί να αναζητήσει μόνος του επιχείρηση στην οποία θα εργαστεί με την **προϋπόθεση** ότι το αντικείμενο με το οποίο θα ασχοληθεί κατά την διάρκεια της πρακτικής του άσκησης, **έχει άμεση σχέση με το Marketing και την διαφήμιση ή είναι παρεμφερές μ' αυτά**.
- Η επιχείρηση πρέπει να βρίσκεται σε πόλη που υπάρχει άλλο T.E.I. και Σ.Δ.Ο. για να καταστεί δυνατή η επιτήρηση του ασκούμενου - σπουδαστή από επόπτη - καθηγητή.
- Όταν βρει ο σπουδαστής επιχείρηση, **αυτή οφείλει να του δώσει μια βεβαίωση του ότι μπορεί να κάνει πρακτική και να αναφέρει σε ποιο αντικείμενο θ' απασχοληθεί**. Την βεβαίωση αυτή θα την παραδώσει στην Επιτροπή Πρακτικής Άσκησης (που αποτελείται από την κα Σπεντζούρη, τον κο Χουβαρδά, και τον κο Θήριο).
- Εάν ο σπουδαστής δεν έχει βρει επιχείρηση, τότε τοποθετείται από την Επιτροπή και **δε χρειάζεται η βεβαίωση** από την επιχείρηση. Ο σπουδαστής θα περάσει από συνέντευξη από την επιχείρηση και, εάν γίνει δεκτός, ενημερώνει σχετικά την Επιτροπή. Εάν όχι, επαναλαμβάνει εκ νέου τη διαδικασία τοποθέτησής του.
- Όταν ολοκληρωθούν όλα τα προαναφερθέντα, **ορίζεται μια ημέρα ενημέρωσης από την Επιτροπή πρακτικής Άσκησης στην οποία οι σπουδαστές παραλαμβάνουν το παραπεμπτικό σημείωμα, τη σύμβαση και το βιβλίο Πρακτικής Άσκησης**.
- Το **παραπεμπτικό σημείωμα δίνεται στην επιχείρηση**.
- Η **σύμβαση συμπληρώνεται εις τριπλούν** και υπογράφεται πρώτα από την επιχείρηση, μετά από τον ασκούμενο και, τέλος, από τον Προϊστάμενο του Τμήματος. Ένα αντίτυπο της σύμβασης κρατά ο σπουδαστής, ένα η επιχείρηση και ένα η Επιτροπή της Πρακτικής Άσκησης.
- Το **βιβλίο Πρακτικής Άσκησης συμπληρώνεται από τον φοιτητή** κάθε μέρα και αναφέρει τις καθημερινές του δραστηριότητες, το χρόνο απασχόλησης, και τις ημέρες απασχόλησης. Μετά την ολοκλήρωση της πρακτικής άσκησης, το **βιβλίο Πρακτικής Άσκησης υπογράφεται και σφραγίζεται από τον υπεύθυνο της επιχείρησης και παραδίδεται στην Γραμματεία μαζί με μια βεβαίωση από την επιχείρηση ότι ο σπουδαστής πραγματοποίησε την πρακτική του άσκηση**. Το βιβλίο ελέγχεται και υπογράφεται από την Επιτροπή Πρακτικής Άσκησης.

### **Δικαιολογητικά για τον Οργανισμό Απασχόλησης Εργατικού Δυναμικού (Ο.Α.Ε.Δ.)**

Ο Ο.Α.Ε.Δ. θα αποδίδει στον εργοδότη το 50% της αποζημίωσης που καταβάλλεται στον ασκούμενο. Η απόδοση θα γίνεται από την Υπηρεσία του Ο.Α.Ε.Δ. της έδρας της επιχείρησης στο τέλος της πρακτικής άσκησης, με επιταγή που θα εκδίδεται στο όνομα του εργοδότη. Για την απόδοση του ποσού, ο εργοδότης θα πρέπει να υποβάλει στην υπηρεσία τα εξής :

- α) **Βεβαίωση** του Τ.Ε.Ι. ότι ο σπουδαστής είχε τις προϋποθέσεις να ξεκινήσει πρακτική άσκηση (παραπεμπτικό),
- β) **Αντίγραφο** της σύμβασης,
- γ) **Υπεύθυνη δήλωση** του εργοδότη σε ειδικό έντυπο που χορηγείται από τον Ο.Α.Ε.Δ. (εις διπλούν),
- δ) **Φωτοτυπία ενσήμων** του εργοδότη και
- ε) **Φορολογική ενημερότητα** του εργοδότη

### **Ασφάλιση**

Οι σπουδαστές που πραγματοποιούν την πρακτική τους άσκηση **ασφαλίζονται μόνο για περίπτωση ατυχήματος μέσα στο χώρο της εργασίας τους (επαγγελματικός κίνδυνος)**. Η ασφαλιστική εισφορά υπολογίζεται σε ποσοστό 1% επί της καταβαλλόμενης κάθε φορά αποζημίωσης και καταβάλλεται από τον εργοδότη σύμφωνα με τις διατάξεις της νομοθεσίας. Οι πρακτικά ασκούμενοι σπουδαστές αναγράφονται ως ασφαλισμένοι στα μητρώα του Ι.Κ.Α. και εφοδιάζονται με καρτέλα ενσήμων.

### **Αμοιβή πρακτικής άσκησης**

Η αμοιβή των σπουδαστών είναι το **80%** των **αποδοχών** του ανειδίκευτου εργάτη. Η αμοιβή για πρακτική άσκηση στο Δημόσιο τομέα είναι πολύ μικρότερη.

Κατά τη διάρκεια της πρακτικής άσκησης ο ασκούμενος σπουδαστής **μπορεί να απουσιάσει δικαιολογημένα για πέντε εργάσιμες ημέρες** συνολικά.

Εάν για οποιοδήποτε λόγο ο πρακτικά ασκούμενος σπουδαστής θέλει να **διακόψει** την πρακτική του άσκηση θα πρέπει να ενημερώσει με **γραπτή αίτησή του την Επιτροπή Πρακτικής Άσκησης**.

### **Βαθμός πτυχίου και ανακήρυξη πτυχιούχων**

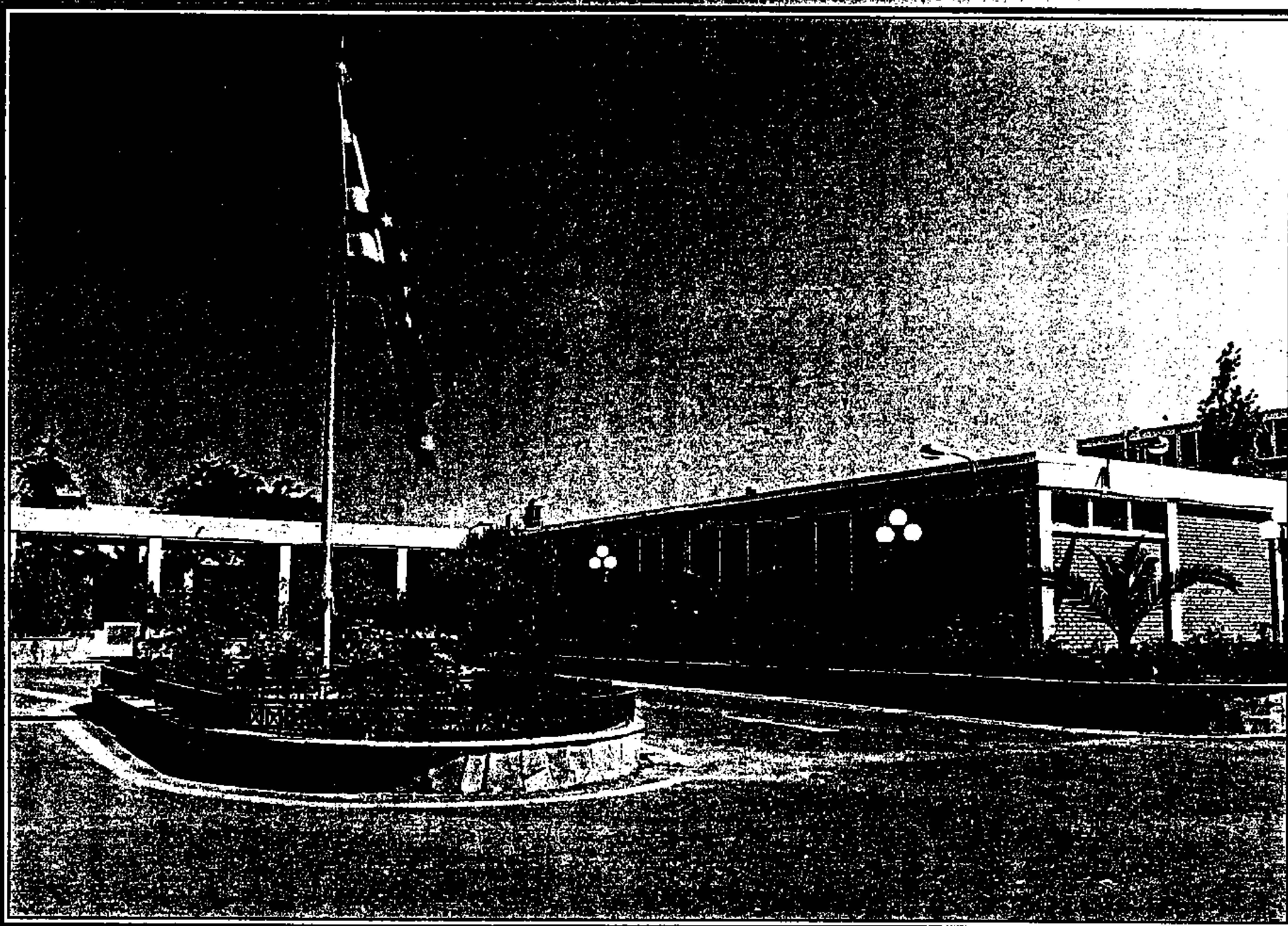
Ο **βαθμός πτυχίου** εξάγεται με προσέγγιση δύο (2) δεκαδικών ψηφίων και προκύπτει από τον τύπο:

$$B = \frac{\delta_1\beta_1 + \delta_2\beta_2 + \dots + \delta_n\beta_n}{\delta_1 + \delta_2 + \dots + \delta_n}$$

όπου  $\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_n$  είναι οι βαθμοί όλων των μαθημάτων που παρακολούθησε ο σπουδαστής και  $\delta_1, \delta_2, \dots, \delta_n$  οι αντίστοιχες διδακτικές μονάδες. Στα μαθήματα περιλαμβάνεται και η πτυχιακή εργασία με 10 διδακτικές μονάδες. Ο/Η τελειόφοιτος του Τμήματος ανακηρύσσεται πτυχιούχος, αφότου πληρώθηκαν όλες οι απαιτούμενες προϋποθέσεις.

ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ (Τ.Ε.Ι.) ΑΘΗΝΑΣ  
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ  
(MARKETING)



ΠΡΟΔΡΟΜΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ  
119 - 2000

ΑΘΗΝΑ 2000

Δημόσιες Σχέσεις ως Εργαλείο του Marketing, την Εξέλιξη της Διαφημιστικής Επικοινωνίας, την Καριέρα στο Marketing, την Εκπαίδευση στην Ε.Ε., και, τέλος, το Marketing στην Ηλεκτρονική Εποχή.

- η. Την υλοποίηση προγραμμάτων κατάρτισης (μέσω του Κέντρου Επαγγελματικής Κατάρτισης - Κ.Ε.Κ. του Τ.Ε.Ι. Αθήνας) σε θέματα Marketing όπως: Τεχνικές Ερευνών Αγοράς, Έρευνα Marketing, Τεχνικές Πωλήσεων, Εξαγωγικό Μάρκετινγκ και σύνδεση επιχειρήσεων Έρευνας Marketing με το Τμήμα. Πέραν της κατάρτισης, με τα προγράμματα αυτά επιδιώκεται η μεταφορά τεχνογνωσίας από την αγορά προς τα συγκεκριμένα γνωστικά αντικείμενα, η οποία ενσωματώνεται στο πρόγραμμα σπουδών και στις τεχνικές διδασκαλίας ενώ, στη συνέχεια, διαχέεται σε όλα τα μαθήματα και σε άλλες οργανωτικές και διοικητικές δραστηριότητες του Τμήματος.

Οι προτεραιότητες και οι προοπτικές του Τμήματος για τα επόμενα χρόνια είναι :

1. Η παραπέρα βελτίωση του επιπέδου σπουδών έτσι ώστε να ικανοποιούνται οι ανάγκες και οι προσδοκίες των σπουδαστών αλλά και να επιτυγχάνεται η συνεχής προσαρμογή στις ανάγκες της αγοράς εργασίας και της επιστημονικής εξέλιξης.
2. Η παραπέρα ανάπτυξη της επιστημονικής έρευνας με την αποπεράτωση των Διδακτορικών από όλα τα μέλη Ε.Π. και την δημοσίευση εργασιών σε διεθνή επιστημονικά περιοδικά και συνέδρια.
3. Ο εμπλουτισμός και η συμπλήρωση των κενών θέσεων με μόνιμο Εκπαιδευτικό Προσωπικό, ιδιαίτερα στα αντικείμενα Ηλεκτρονικών Υπολογιστών, Marketing, και Διαφήμισης.
4. Η καλύτερη και αποτελεσματικότερη αξιοποίηση των νέων και παλαιών Εργαστηρίων του Τμήματος.
5. Η ανάπτυξη και εφαρμογή ενός συστήματος αξιολόγησης του Τμήματος.
6. Η υλοποίηση προγραμμάτων κατάρτισης σε θέματα Marketing.
7. Η ανάληψη πρωτοβουλιών και η συμμετοχή σε ερευνητικά προγράμματα και μελέτες και
8. Το άνοιγμα στην κοινωνία μέσω της επιτυχημένης σταδιοδρομίας των σπουδαστών μας και της ενεργοποίησης του Εκπαιδευτικού Προσωπικού στο δημόσιο και ιδιωτικό τομέα με σεμινάρια και κοινά προγράμματα με άλλα Τμήματα των Τ.Ε.Ι. και Α.Ε.Ι.

### **Οι διεθνείς συνεργασίες**

Το Τμήμα συμμετέχει ενεργά εδώ και δέκα χρόνια στο Πρόγραμμα ανταλλαγών και κινητικότητας των σπουδαστών μεταξύ των τριτοβάθμιων εκπαιδευτικών ιδρυμάτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης (SOCRATES, LEONARDO DA VINCI και TEMPUS).

Μέσω της συμμετοχής του στο Ευρωπαϊκό Σύστημα Μεταφοράς Πιστωτικών Μονάδων (European Credit Transfer System - E.C.T.S.), η βαθμολογία και οι αντίστοιχες πιστωτικές μονάδες (credits) που έχει συγκεντρώσει ένας σπουδαστής, μπορούν να μεταφερθούν σε οποιοδήποτε από τα ιδρύματα που συμμετέχουν στο δίκτυο και να συνεχίσει εκεί τις σπουδές του. Τα ιδρύματα που περιλαμβάνει το δίκτυο SOCRATES είναι:

### **Βέλγιο**

- \* Hogeschool Gent
- HEC Liege

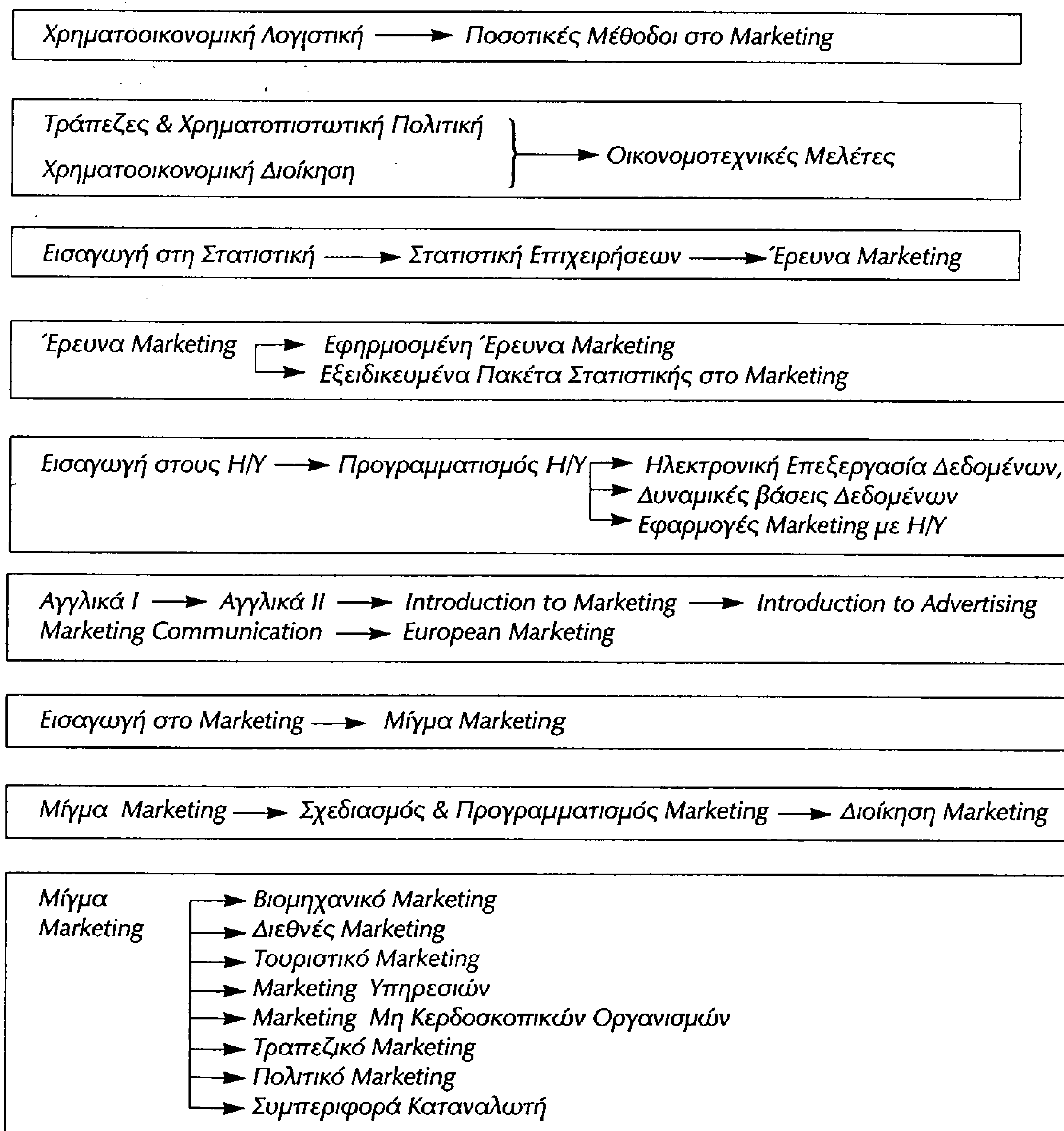
### Τίτλοι σπουδών

Στους σπουδαστές χορηγούνται οι ακόλουθοι τίτλοι σπουδών:

- α. βεβαίωση σπουδαστικής κατάστασης
- β. πιστοποιητικό αποφοίτησης
- γ. πτυχίο

Η βεβαίωση σπουδαστικής κατάστασης αποτελεί αντίγραφο του βιβλιαρίου σπουδών του σπουδαστή και το πιστοποιητικό αποφοίτησης επέχει θέση αντιγράφου πτυχίου.

**Πίνακας 2**  
**Προαπαιτούμενα και εξαρτώμενα μαθήματα**



Αρχές Διαφήμισης → Διαφημιστικά Μέσα → Σχεδιασμός & Οργάνωση Διαφημιστικής Εκστρατείας

Σχεδιασμός & Προγραμματισμός Marketing  
 Σχεδιασμός & Οργάνωση Διαφημιστικής Εκστρατείας } → Σεμινάριο Τελειοφοίτων

**Πίνακας 3**  
**Μαθήματα ειδικότητας**

|                                  |   |
|----------------------------------|---|
| • Εισαγωγή στο Marketing         | • Σχεδιασμός και Οργάνωση Διαφημιστικής Εκστρατείας |
| • Μίγμα Marketing                |   |
| • Τεχνικές Προώθησης Πωλήσεων    | • Τεχνική Πωλητή                                    |
| • Αρχές Διαφήμισης               | • Οικονομοτεχνικές Μελέτες                          |
| • Συμπεριφορά Καταναλωτή         | • Διεθνές Marketing                                 |
| • Διαφημιστικά Μέσα              | • Marketing Λιανικού Εμπορίου                       |
| • Οργάνωση και Διοίκηση Πωλήσεων | • Διοίκηση Marketing                                |
| • Έρευνα Marketing               | • Σεμινάριο Τελειοφοίτων                            |
| • Βιομηχανικό Marketing          | • Τραπεζικό Marketing                               |
| • Εφηρμοσμένη Έρευνα Marketing   | • Πολιτική Διαφήμιση                                |

### Σπουδαστική μέριμνα

#### Στέγαση

Το Τ.Ε.Ι. έχει συνάψει σύμβαση με οχτώ (8) ξενοδοχεία στην περιοχή της Αθήνας, για τη στέγαση των φοιτητών.

1. Jason, Νικηφόρου 3-5 Αθήνα, τηλ. 5248031
2. King Jason, Κολωνού 26 Αθήνα, τηλ. 5234721
3. ΣΟΛΩΜΟΣ, Σολωμού 72 Αθήνα, τηλ. 5231435
4. MARINA, Βούλγαρη 13 Αθήνα, τηλ. 5229109
5. ΛΙΝΤΟ, Ζήνωνος & Νικηφόρου 2 Αθήνα τηλ.5248211
6. Economy, Κλεισθένους 21 Αθήνα. Τηλ. 5220520-2
7. ΔΙΡΟΣ, Αγ. Κωνσταντίνου 21 Αθήνα, τηλ. 5248112
8. CLARIDGE, Δώρου 4 Αθήνα τηλ. 5223013

Τα δικαιολογητικά που απαιτούνται για τη στέγαση είναι :

- **Αίτηση χωρίς χαρτόσημο** (από τη Σπουδαστική Λέσχη).
- **Εκκαθαριστικό Σημείωμα** του προηγούμενου οικονομικού έτους από την αρμόδια Δημόσια Οικονομική υπηρεσία (Δ.Ο.Υ.) της περιοχής σας.
- **Πιστοποιητικό Οικογενειακής κατάστασης** από το Δήμο ή την Κοινότητα, στο οποίο θα διαφαίνεται και ο τόπος μονίμου κατοικίας.



- **Βεβαίωση σπουδών** από τη Γραμματεία του Τμήματος.

Αν υπάρχουν, να προσκομισθούν:

- Ληξιαρχική πράξη θανάτου γονέων
- Βεβαίωση σπουδών σπουδάζοντος αδελφού-ης
- Πιστοποιητικό αναπηρίας συγγενούς α' βαθμού

Τα δικαιολογητικά κατατίθενται στη Σπουδαστική Λέσχη.

### **Σίτιση**

Στους φοιτητές παρέχεται δωρεάν σίτιση, με βάση την οικογενειακή και οικονομική τους κατάσταση, από 1ης Σεπτεμβρίου κάθε ημερολογιακού έτους μέχρι 30ης Ιουνίου του επόμενου και διακόπτεται μόνο κατά τις ημέρες των διακοπών Χριστουγέννων και Πάσχα. Συγκεκριμένα, δικαίωμα για δωρεάν σίτιση έχουν:

- οι σπουδαστές που δεν έχουν ξεπεράσει το 10ο τυπικό εξάμηνο σπουδών τους
- άγαμοι σπουδαστές, εφόσον οι ίδιοι δε διαθέτουν δικό τους εισόδημα και οι γονείς τους διαμένουν μόνιμα μακριά από την έδρα του Τμήματος, στο οποίο φοιτούν και δε διαθέτουν συνολικό ετήσιο δηλούμενο οικογενειακό εισόδημα πάνω από 1.400.000 δρχ.
- οι σπουδαστές τέκνα ομογενών, οι γονείς των οποίων είναι μόνιμα εγκατεστημένοι στο εξωτερικό, αν η εκεί προσφερόμενη εργασία τους είναι της μορφής του ειδικευμένου ή του ανειδίκευτου εργάτη, εφόσον προσκομίσουν βεβαίωση, η οποία χορηγείται από την Ελληνική Προξενική Αρχή του Εξωτερικού.

Τα δικαιολογητικά για τη σίτιση είναι τα ίδια με τη στέγαση και κατατίθενται και αυτά στη Σπουδαστική Λέσχη.

**Στους αλλοδαπούς σπουδαστές δεν παρέχεται στέγαση.**

### **Σπουδαστικά εισιτήρια**

Για λόγους διευκόλυνσης των μετακινήσεων των φοιτητών με τα μέσα μαζικής μεταφοράς παρέχεται έκπτωση στην τιμή του κανονικού εισιτηρίου (25%). Η έκπτωση αυτή παρέχεται στο δικαιούχο για όλο το ακαδημαϊκό έτος και τόσα έτη όσα απαιτούνται για την κανονική διάρκεια των σπουδών του προσαυξημένα κατά το μισό. Σε όσους δικαιούνται μειωμένη τιμή εισιτηρίου, χορηγείται Δελτίο Ειδικού Εισιτηρίου που ισχύει για ένα ακαδημαϊκό έτος και ανανεώνεται κάθε χρόνο.

### **Υγειονομική περίθαλψη**

Οι σπουδαστές, ημεδαποί, ομογενείς και αλλοδαποί, δικαιούνται υγειονομική περίθαλψη (ιατροφαρμακευτική και νοσοκομειακή) κατά τη διάρκεια των σπουδών τους. Σε κάθε σπουδαστή δίνεται βιβλιάριο υγειονομικής περίθαλψης το οποίο πρέπει να θεωρείται κάθε χρόνο.

Η ιατροφαρμακευτική και νοσοκομειακή περίθαλψη που παρέχεται περιλαμβάνει:

1. Ιατρική εξέταση
2. Νοσοκομειακή περίθαλψη
3. Παρακλινικές εξετάσεις
4. Φαρμακευτική περίθαλψη
5. Επίδομα τοκετού

6. Φυσικοθεραπείες

7. Οδοντιατρική περίθαλψη

8. Ορθοπαιδικά είδη

Για την χορήγηση βιβλιαρίου υγειονομικής περίθαλψης χρειάζεται μία υπεύθυνη δήλωση του Ν.1599/86 στην οποία ο σπουδαστής /η σπουδάστρια δηλώνει ότι δεν είναι ασφαλισμένος-η σε άλλο φορέα. Η αίτηση κατατίθεται στην Γραμματεία του Τμήματος.

### **Υποτροφίες και δάνεια**

Δικαίωμα υποψηφιότητας για υποτροφία από το Ίδρυμα Κρατικών Υποτροφιών (Ι.Κ.Υ.) έχουν:

- Τρεις πρωτοετείς, που με την πρώτη συμμετοχή, διακρίθηκαν στις Γενικές εξετάσεις εισαγωγής τους στο Τμήμα και
- Τρεις σπουδαστές, με βάση το μέσο όρο βαθμολογίας των δύο εξαμήνων ενός ακαδημαϊκού έτους με την προϋπόθεση ότι η βαθμολογία τους δεν είναι κατώτερη από 6,5. Σχετική ανακοίνωση αναρτάται στον πίνακα ανακοινώσεων της Γραμματείας στα τέλη Νοεμβρίου με αρχές Δεκεμβρίου.

## ΜΕΡΟΣ ΤΡΙΤΟ

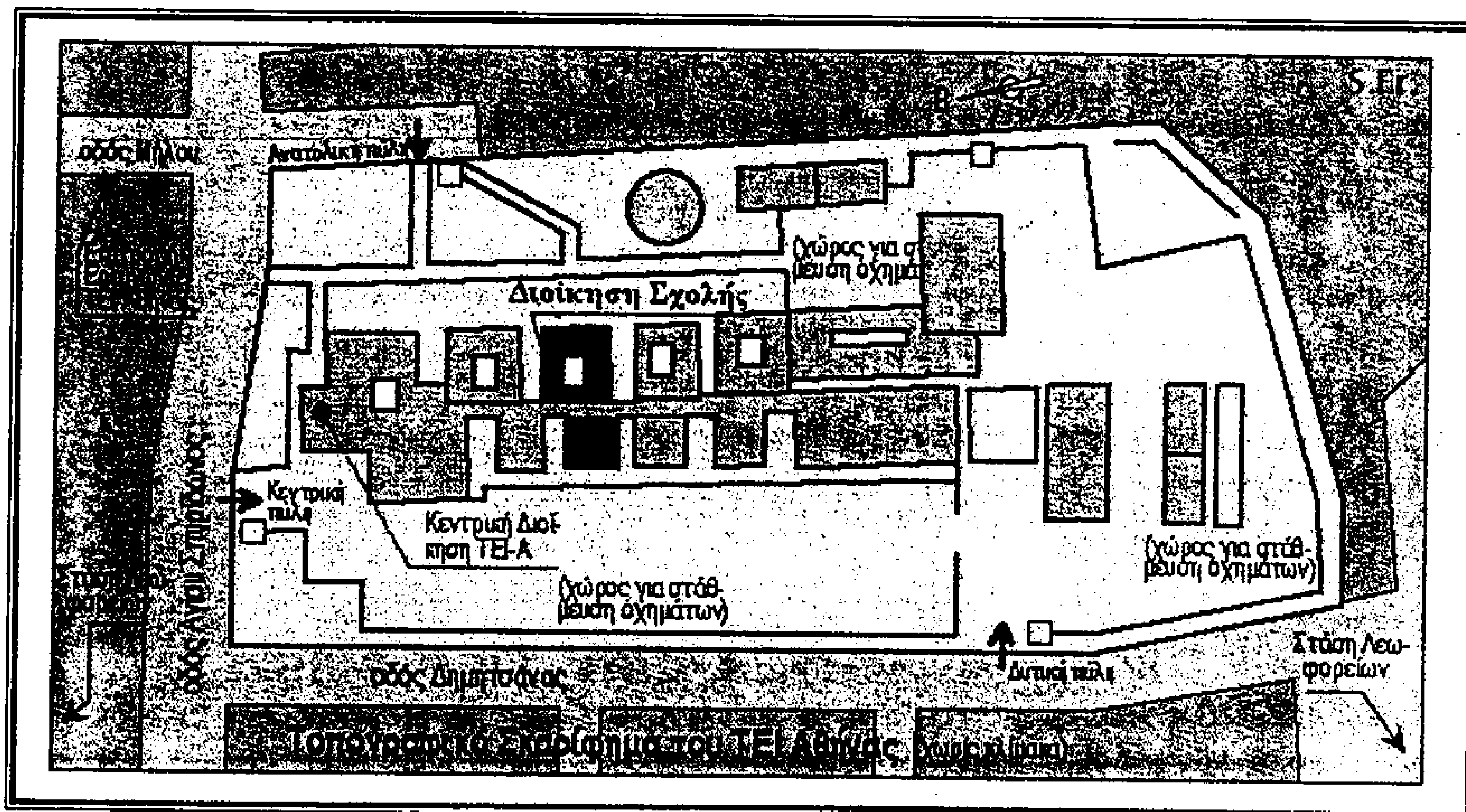
### Πρόσβαση και επικοινωνία με το Τ.Ε.Ι. Αθήνας και το Τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης (Marketing)

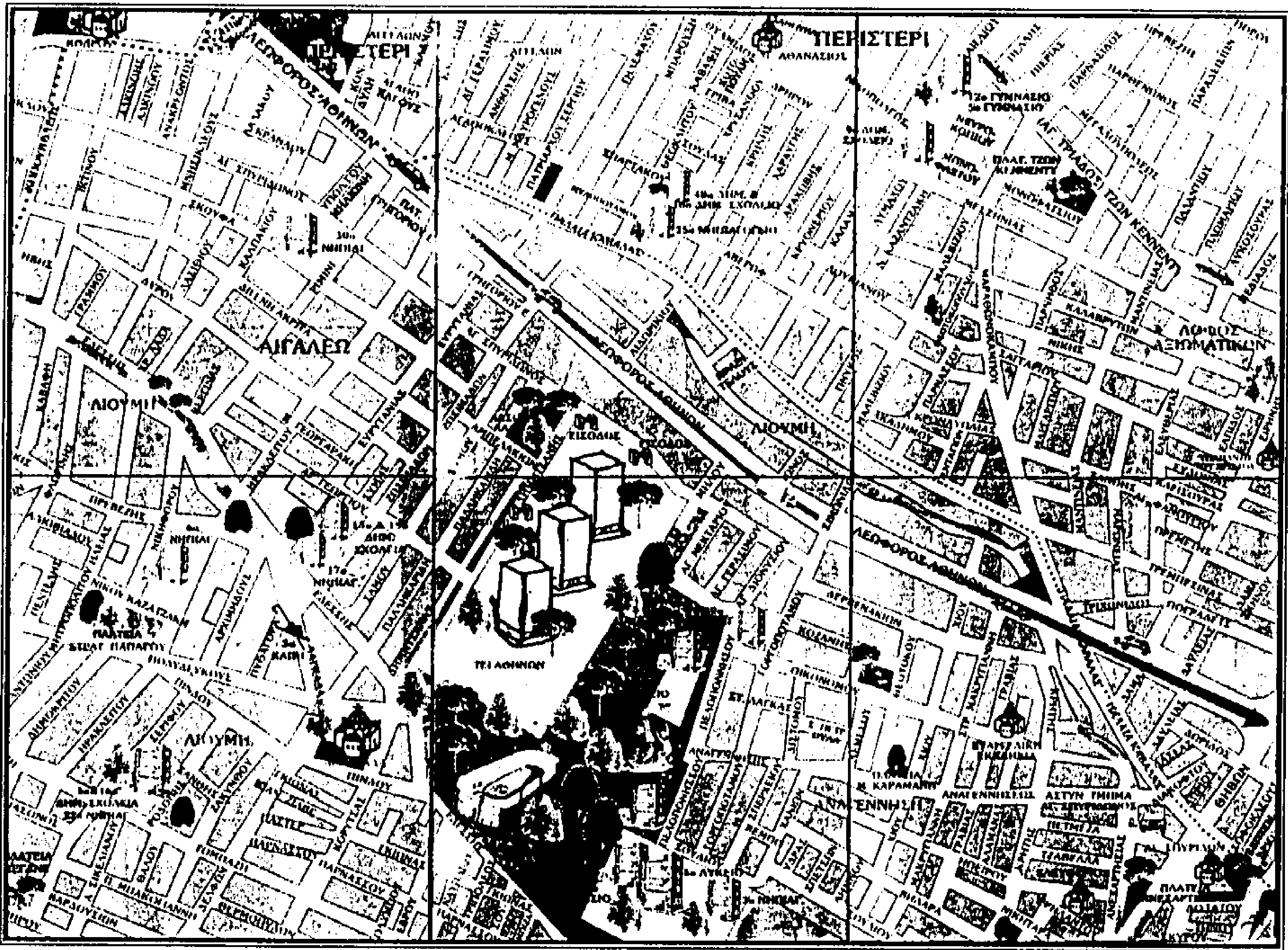
#### Η χωροταξική θέση του Τ.Ε.Ι. και της Σ.Δ.Ο.

Τα σχήματα που ακολουθούν δείχνουν τη θέση του Τ.Ε.Ι. και τους περικλείοντες αυτό δρόμους καθώς και τη θέση της Σ.Δ.Ο. μέσα σε αυτό.

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ (Τ.Ε.Ι.) ΑΘΗΝΑΣ  
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ (Σ.Δ.Ο.)  
ΤΜΗΜΑ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ (MARKETING)

Ταχυδρομική Διεύθυνση :  
Αγίου Σπυριδωνα (παράλληλος της λεωφόρου Αθηνών (Καβάλας))  
Τ.Κ.: 122 10, Αγιάλεω - Αθήνα





### **Η πρόσβαση στο Τ.Ε.Ι.**

Λεωφορεία που εξυπηρετούν το Τ.Ε.Ι.-Α ξεκινούν από την Αθήνα στην οδό Δεληγιώργη, (Ομόνοια). Τα λεωφορεία είναι το Α15 και Β15, και τα λεωφορεία 845 και 802 που ξεκινούν από τον Πειραιά. Η στάση του Τ.Ε.Ι.-Α ονομάζεται στάση "Γλάστρες".

Επίσης, οι σπουδαστές που διαθέτουν αυτοκίνητο και θέλουν να σταθμεύσουν στους προκαθορισμένους χώρους του Τ.Ε.Ι. πρέπει να εφοδιαστούν με την κάρτα ελεύθερης εισόδου από το Γραφείο Δημοσίων Σχέσεων.

Τα δικαιολογητικά για την κάρτα είναι :

1. Βεβαίωση σπουδών από τη Γραμματεία του Τμήματος
2. Άδεια οδήγησης και
3. Δίπλωμα οδήγησης.

### **Οδηγός επικοινωνίας με το Τ.Ε.Ι. και το Τμήμα**

Τηλεφωνικό Κέντρο :

(01) 53 85 100, (01) 59 09 002 - 4, (01) 59 09 015 - 17

Τηλεομοιότυπο (fax) : (01) 59 11 590

Ηλεκτρονικό Ταχυδρομείο (e-mail) : [webmaster@teiath.gr](mailto:webmaster@teiath.gr)

Ιστοσελίδα στο Διαδίκτυο (Internet) : <http://www.teiath.gr>

**Διοικητικές υπηρεσίες**

|  |                      |
|--|----------------------|
| <b>Πρόεδρος</b><br>Δημήτριος Νίνος   | 5385 561             |
| <b>Αντιπρόεδροι</b><br>Κυριάκος Σταθάκης<br>Γεώργιος Κουτρομπής  | 5385 581<br>5385 571 |
| <b>Νομικός σύμβουλος</b><br>Βουλγαράκης Γ.   | 5385 111             |
| <b>Γενικός Γραμματέας</b><br>Ξηρουχάκη Ε.  | 5385 140             |
| Τμήμα Διοικητικών Υποθέσεων  | 5385 101-5           |
| Τμήμα Οικονομικών Υποθέσεων  | 5385 113             |
| Τμήμα Εκδόσεων & Βιβλιοθήκης   | 5385 133-4           |
| Βιβλιοθήκη (Τμήμα βιβλίων)   | 5385 135-6           |
| Βιβλιοθήκη (Τμήμα περιοδικών)<br>Μηχανή αναζήτησης βιβλίων και περιοδικών της<br>βιβλιοθήκης του Τ.Ε.Ι. στο Διαδίκτυο :<br><a href="http://zeus.library.teiath.gr">http://zeus.library.teiath.gr</a> | 5385 137             |
| Τεχνική Υπηρεσία   | 5385 106-9           |
| Υπηρεσία Μηχανογράφησης & Στατιστικής  | 5385 139             |
| Τμήμα Γραμματείας & Διεκπεραίωσης  | 5385 122             |
| Υγειονομική Υπηρεσία   | 5385 128             |
| Βιβλιοθήκη ΕΡΓΑΣ<br>Μητροδώρου 22  | 5385 663             |
| Γραφείο Δημοσίων Σχέσεων   | 5385 126-7           |
| Γραφείο Πληροφοριών  | 5385 131             |
| Σπουδαστική Λέσχη<br>Μήλου 1, 3ος όροφος   | 5385 190-1           |
| Γραφείο Διασύνδεσης  | 5385 180             |
| Γραφείο Φυσικής Αγωγής   | 5385 148             |
| Συμβουλευτική Κοινωνική Υπηρεσία   | 5385 129             |
| Αποθήκη παραλαβής βιβλίων (ΕΡΓΑΣ)  | 53 85 661            |
| Γραφείο Ευρωπαϊκών & Διεθνών Προγραμμάτων,<br>Αγ. Σπυριδωνος 28 & Μήλου 1, Αγάλεω  | 5313 442<br>5385 132 |

**Γραμματείες Σχολών και Τμημάτων**

|  |                 |
|--|-----------------|
| <b>ΣΧΟΛΗ ΓΡΑΦΙΚΩΝ ΤΕΧΝΩΝ ΚΑΙ ΚΑΛΙΤΕΧΝΙΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ (Σ.Γ.Τ.Κ.Σ.)</b> | <b>5385 401</b> |
| 1. Γραφιστική  | 5385 402        |
| 2. Διακοσμητική  | 5385 405        |
| 3. Συντήρηση Αρχαιοτήτων και Έργων Τέχνης                          | 5385 407        |
| 4. Τεχνολογία Γραφικών Τεχνών                                      | 5385 408        |
| 5. Φωτογραφία  | 5385 426        |
| <b>ΣΧΟΛΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΚΑΙ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ (Σ.ΤΕ.ΤΡΟ.Δ.)</b>      | <b>5385 501</b> |
| 1. Οινολογία & Τεχνολογία Ποτών                                    | 5385 504        |
| 2. Τεχνολογία Τροφίμων   | 5385 506        |
| <b>ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ (Σ.Δ.Ο.)</b>                     | <b>5385 201</b> |
| 1. Βιβλιοθηκονομία   | 5385 203        |
| 2. Διοίκηση Επιχειρήσεων   | 5385 205        |
| 3. Διοίκηση Μονάδων Υγείας και Πρόνοιας                            | 5385 207        |
| 4. Εμπορίας και Διαφήμισης (Marketing)                             | 5385 209        |
| 5. Τουριστικών Επιχειρήσεων  | 5385 211        |
| <b>ΣΧΟΛΗ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΩΝ ΥΓΕΙΑΣ ΚΑΙ ΠΡΟΝΟΙΑΣ (Σ.Ε.Υ.Π.)</b>           | <b>5385 601</b> |
| 1. Αισθητική   | 5385 603-4      |
| 2. Βρεφονηπιοκονομία   | 2614721         |
| 3. Γενικό Τμήμα Βασικών Ιατρικών Μαθημάτων                         | 5385 657        |
| 4. Δημόσια Υγιεινή   | 5385 608        |
| 5. Εργοθεραπεία  | 5385 656        |
| 6. Επισκεπτών/τριών Υγείας   | 5385 691        |
| 7. Κοινωνική Εργασία   | 5385 671        |
| 8. Ιατρικών Εργαστηρίων  | 5385 610-1      |
| 9. Ραδιολογία - Ακτινολογία  | 5385 623        |
| 10. Νοσηλευτική Α'   | 5385 613        |
| 11. Νοσηλευτική Β'   | 5385 616        |
| 12. Οδοντοτεχνική  | 5385 618        |
| 13. Οπτική   | 5385 621        |
| 14. Μαιευτική  | 5385 654        |
| 15. Φυσικοθεραπεία   | 5385 674        |

|   |                 |
|---|-----------------|
| <b>ΣΧΟΛΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ (Σ.Τ.ΕΦ.)</b> | <b>5385 301</b> |
| 1. Ενεργειακή Τεχνική                         | 5385 307        |
| 2. Ηλεκτρονική                                | 5385 305        |
| 3. Μαθηματικών                                | 5385 308        |
| 4. Ναυπηγική                                  | 5385 310        |
| 5. Πληροφορική                                | 5385 312        |
| 6. Πολιτικών Έργων Υποδομής                   | 5385 314        |
| 7. Τεχνολογία Ιατρικών Οργάνων                | 5385 302        |
| 8. Τοπογραφία                                 | 5385 316        |
| 9. Φυσική - Χημεία - Τεχνολογία Υλικών        | 5385 318        |

|  |          |
|--|----------|
| <b>Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας (Σ.Δ.Ο.)</b> |          |
| Διευθυντής<br>Π. Λύτρας                        | 5385 200 |
| Αναπληρωτής Διευθυντής<br>Σ. Σούλης            | 5385 206 |
| Προϊσταμένη Γραμματείας<br>Α. Γιαννακοπούλου   | 5385 201 |
| Διοικητικό Προσωπικό<br>Β. Κολοβίνου           | 5385 201 |

|   |                           |
|---|---------------------------|
| <b>Τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης (Marketing)</b>  |                           |
| Προϊστάμενος<br>Π. Τομάρας                        | 5385 208<br>Fax: 5385 247 |
| Αναπληρωτής Προϊστάμενος<br>Δ. Πατρινός           | 5385 228                  |
| Προϊσταμένη Γραμματείας<br>Κ. Παπαηλία - Στεργίου | 5385 209                  |
| Διοικητικό Προσωπικό<br>Αικ. Τσιούνη - Βασιλικάκη | 5385 209                  |
| Α. Αναστασίου                                     | 5385 240                  |
| Α. Βάρκα-Αδάμη                                    | 5385 223                  |
| Ε. Αρναούτογλου                                   | 5385 240                  |
| Ε. Δημοπούλου                                     | 5385 241                  |

|                      |                 |
|----------------------|-----------------|
| <i>Ι. Δημοπούλου</i> | <i>5385 223</i> |
| <i>Χ. Θήριος</i>     | <i>5385 233</i> |
| <i>Καραβασίλης</i>   | <i>5385 240</i> |
| <i>Ν. Μαυρουλέας</i> | <i>5385 228</i> |
| <i>Δ. Μπενάκη</i>    | <i>5385 240</i> |
| <i>Λ. Σπεντζούρη</i> | <i>5385 247</i> |
| <i>Α. Φράγκος</i>    | <i>5385 223</i> |
| <i>Β. Χουβαρδάς</i>  | <i>5385 233</i> |