



# ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΕΩΣ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑΣ

9 Δεκεμβρίου 2020

ΤΕΥΧΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ

Αρ. Φύλλου 5429

## ΑΠΟΦΑΣΕΙΣ

Αριθμ. 1529

**Κανονισμός Μεταπτυχιακών Σπουδών του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών του Τμήματος Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας της Σχολής Οικονομικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Δυτικής Μακεδονίας, με τίτλο «Ηλεκτρονικό Επιχειρείν και Ψηφιακό Μάρκετινγκ».**

Η ΣΥΓΚΛΗΤΟΣ ΤΟΥ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ  
ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ

Έχοντας υπόψη:

1. Την υπ' αρ. 572 απόφαση Συγκλήτου που αφορά στην έγκριση ίδρυσης Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών του Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας της Σχολής Οικονομικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Δυτικής Μακεδονίας, με τίτλο «Ηλεκτρονικό Επιχειρείν και Ψηφιακό Μάρκετινγκ». (Β' 4307/2020)

2. Το Κεφ. Δ' (Ένταξη του Τ.Ε.Ι. Δυτικής Μακεδονίας στο Πανεπιστήμιο Δυτικής Μακεδονίας) άρθρο 16 του ν. 4610/2019 «Συνέργειες Πανεπιστημίων και Τεχνολογικών Εκπαιδευτικών Ιδρυμάτων και λοιπές διατάξεις τριτοβάθμιας εκπαίδευσης» (Α' 70).

3. Την παρ. 1 του άρθρου 45, του ν. 4485/2017, σύμφωνα με την οποία «Με απόφαση της Συνέλευσης του Τμήματος καταρτίζεται ο κανονισμός Μεταπτυχιακών Σπουδών κάθε Π.Μ.Σ, ο οποίος εγκρίνεται από τη Σύγκλητο, δημοσιεύεται στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως, αναρτάται στο διαδικτυακό τόπο του Τμήματος και κοινοποιείται στο Υπουργείο Παιδείας, Έρευνας και Θρησκευμάτων» (Α' 114).

4. Το απόσπασμα πρακτικού της Συνεδρίασης του Τμήματος Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας (συνεδρίαση υπ' αρ. 22/12-11-2020) που αφορά στην Έγκριση Εσωτερικού Κανονισμού ΠΜΣ με τίτλο «Ηλεκτρονικό Επιχειρείν και Ψηφιακό Μάρκετινγκ».

5. Την υπό στοιχεία 137444/Ζ1/11.9.2019 διαπιστωτική πράξη της υπουργού Παιδείας και Θρησκευμάτων «Διορισμός Πρύτανη και τεσσάρων (4) Αντιπρυτάνων του Πανεπιστημίου Δυτικής Μακεδονίας» (Υ.Ο.Δ.Δ. 709) με θητεία τριών (3)ετών, από 01-09-2019 έως 31-08-2022.

6. Το γεγονός ότι από τις διατάξεις της απόφασης αυτής δεν προκαλείται δαπάνη σε βάρος του κρατικού προϋπολογισμού, αποφασίζει και εγκρίνει τον κανονισμό Μεταπτυχιακών Σπουδών του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών του Τμήματος Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας της Σχολής Οικονομικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Δυτικής Μακεδονίας με τίτλο «Ηλεκτρονικό Επιχειρείν και Ψηφιακό Μάρκετινγκ» ως εξής:

Άρθρο 1

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ- ΣΤΟΧΟΙ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

Το Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας της Σχολής Οικονομικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Δυτικής Μακεδονίας, λειτουργεί Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών (ΠΜΣ) με τίτλο: «Ηλεκτρονικό Επιχειρείν και Ψηφιακό Μάρκετινγκ» (Β' 4307/2020). Το ΠΜΣ έχει ως αφετηρία τις προκλήσεις του 21ου αιώνα, με βασική παράμετρο την αυξανόμενη ανταγωνιστικότητα στις σύγχρονες επιχειρήσεις και τους οργανισμούς στο ευρύτερο πλαίσιο του διεθνούς κοινωνικού, οικονομικού, θεσμικού, πολιτικού και πολιτισμικού περιβάλλοντος, καθώς και τη σύγχρονη επιστημονική, τεχνολογική εξέλιξη και διεύρυνση του επαγγελματικού χώρου σε συνάφεια με τα ολοένα εμφανιζόμενα ζητήματα και τις απαιτήσεις της ψηφιακής εποχής. Συγκεκριμένα, το ΠΜΣ έχει ως αντικείμενο την παροχή εκπαίδευσης, υψηλού επιπέδου, σε σύγχρονα ζητήματα και θεματικά πεδία του ηλεκτρονικού επιχειρείν και του ψηφιακού μάρκετινγκ.

Ειδικότερα, σκοπός του μεταπτυχιακού προγράμματος είναι η παροχή των απαραίτητων, πλέον, γνώσεων και δεξιοτήτων για την επιτυχή ανάπτυξη και υποστήριξη επιχειρηματικότητας βασισμένη στην τεχνολογία και την καινοτομία, προσφέροντας παράλληλα το βέλτιστο συνδυασμό τεχνικών και διοικητικών γνώσεων, αλλά και γνώσεων μάρκετινγκ, διαμορφώνοντας την ταυτότητα ενός αποφοίτου που θα είναι ικανός να ανταποκριθεί στις ανάγκες, τόσο των επιχειρήσεων όσο και της δημόσιας διοίκησης στην ψηφιακή εποχή. Το πρόγραμμα απευθύνεται σε αποφοίτους τριτοβάθμιας εκπαίδευσης που επιθυμούν να εξειδικεύσουν τις γνώσεις τους, αποκτώντας μία ολοκληρωμένη προσέγγιση των προκλήσεων των ΤΠΕ για την ανάπτυξη δεξιοτήτων στο σύγχρονο επιχειρηματικό περιβάλλον, με καινοτόμα τεχνολογικά

εργαλεία και μεθόδους. Ακόμα, στοχεύει στην καλλιέργεια της αναλυτικής σκέψης για την αντιμετώπιση επίκαιρων ζητημάτων, τόσο στο χώρο των ΤΠΕ και της ηλεκτρονικής επιχειρηματικότητας όσο και του ψηφιακού μάρκετινγκ.

#### Άρθρο 2 ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟΙ ΤΙΤΛΟΙ

Το ΠΜΣ απονέμει Μεταπτυχιακό Δίπλωμα Ειδίκευσης στο «Ηλεκτρονικό Επιχειρείν και Ψηφιακό Μάρκετινγκ».

Η Γενική Συνέλευση Ειδικής Σύθεσης (ΓΣΕΣ) μετά από σχετική αιτιολογημένη εισήγηση της Συντονιστικής Επιτροπής (ΣΕ), μπορεί να αποφασίσει την αναστολή λειτουργίας του ΠΜΣ για ένα ακαδημαϊκό έτος.

#### Άρθρο 3 ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΦΟΙΤΗΤΩΝ

3.1. Κατηγορίες Υποψηφίων που μπορούν να συμμετάσχουν στο ΠΜΣ.

Στο ΠΜΣ γίνονται δεκτοί πτυχιούχοι τμημάτων Πανεπιστημίων της ημεδαπής και αναγνωρισμένων ομοταγών ιδρυμάτων της αλλοδαπής, καθώς και πτυχιούχοι τμημάτων ΤΕΙ που αποφοίτησαν πριν από τη συνέργεια με τα ΑΕΙ συναφούς γνωστικού αντικείμενου.

Ο αριθμός των εισακτέων στο ΠΜΣ για την απόκτηση Μεταπτυχιακού Διπλώματος ορίζεται κατ' ανώτατο όριο σε σαράντα (40) άτομα κατ' έτος. Η ΓΣΕΣ σε ειδικές περιπτώσεις (ισοβαθήσαντες), μετά από αιτιολόγηση και σχετική έγκριση, μπορεί να τροποποιήσει τον αριθμό των εισακτέων. Επίσης, καθ' υπέρβαση του προβλεπόμενου αριθμού εισακτέων, θα γίνονται επιπλέον δεκτοί όσοι πληρούν τις προϋποθέσεις σύμφωνα με τις διατάξεις του άρθρου 34 του ν. 4485/2017.

Ακόμη η Γ.Σ.Ε.Σ. σε ειδικές περιπτώσεις, μετά από αιτιολόγηση και σχετική έγκριση, μπορεί να τροποποιήσει τον αριθμό των εισακτέων και τον αριθμό τμημάτων σε κάθε κύκλο σπουδών.

#### 3.2. Υποβολή αιτήσεων από Υποψηφίους

Το Νοέμβριο ή αλλιώς προσδιοριζόμενο κάθε έτος δημοσιεύεται στον Τύπο και στην ιστοσελίδα του Πανεπιστημίου Δυτικής Μακεδονίας και του Τμήματος, ανακοίνωση/πρόσκληση εκδήλωσης ενδιαφέροντος στην οποία προσδιορίζονται τουλάχιστον τα παρακάτω:

- Κατηγορίες πτυχιούχων/υποψηφίων που μπορεί να κάνουν αίτηση εισαγωγής στο ΠΜΣ.

- Τα απαραίτητα τυπικά και ουσιαστικά προσόντα των υποψηφίων.

- Ο τρόπος και τα κριτήρια αξιολόγησης των υποψηφίων.

- Ημερομηνίες για την υποβολή των σχετικών δικαιολογητικών

Οι αιτήσεις των υποψηφίων υποβάλλονται ηλεκτρονικά, συλλέγονται, καταγράφονται από τη Γραμματεία του ΠΜΣ και προωθούνται στη Συντονιστική Επιτροπή (ΣΕ) του ΠΜΣ. Τα απαιτούμενα δικαιολογητικά κατατίθεται αυτοπροσώπως ή αποστέλλονται ταχυδρομικώς στη Γραμματεία του ΠΜΣ. Αιτήσεις που δε συνοδεύονται από τα απαραίτητα δικαιολογητικά ή κατατίθενται εκπρόθεσμα (η ημερομηνία κατάθεσης προκύπτει από τη σφραγίδα του Ταχυδρομείου) δεν λαμβάνονται υπόψη κατά τη διαδικασία επιλογής των υποψηφίων. Η διαδικασία επιλογής των υποψηφίων ολοκληρώνεται τον Ιανουάριο ή αλλιώς προσδιοριζόμενο.

Η ΓΣΕΣ, μετά από σχετική αιτιολογημένη εισήγηση της ΣΕ, μπορεί να ορίσει ένα μη επιστρεφόμενο τέλος συμμετοχής για τη μελέτη του φακέλου του υποψηφίου μεταπτυχιακού φοιτητή.

#### 3.3. Αξιολόγηση αιτήσεων υποψηφίων

Ο έλεγχος των δικαιολογητικών γίνεται από Επιτροπή Αξιολόγησης και Επιλογής, που έχει οριστεί από τη ΓΣΕΣ του Τμήματος, απαρτίζεται από: α) Δύο (2) Καθηγητές και β) ένα μέλος του διοικητικού προσωπικού και δικαιούται αποζημίωσης σύμφωνα με απόφαση της ΓΣΕΣ.

Η Συντονιστική Επιτροπή παραλαμβάνει τη λίστα κατάταξης των υποψηφίων και την προωθεί για έγκριση στη ΓΣΕΣ.

Η αξιολόγηση και η κατάταξη των υποψηφίων γίνεται από την Επιτροπή Αξιολόγησης και Επιλογής σε δύο φάσεις:

- Στην πρώτη φάση, γίνεται αξιολόγηση των υποψηφίων σε κλίμακα από 0 μέχρι 100 και κάθε υποψήφιος πιστώνεται με συγκεκριμένο αριθμό αξιολογικών μονάδων (α.μ.) αυτής της κλίμακας. Τα κριτήρια, ανά κατηγορία, που πιστώνονται με α.μ. αναφέρονται στον παρακάτω πίνακα. Ο συντελεστής βαρύτητας στην πρώτη φάση είναι 70%.

- Η δεύτερη φάση περιλαμβάνει συνέντευξη (διαζώσης) των προκρινόμενων υποψηφίων ενώπιον της Επιτροπής Αξιολόγησης και Επιλογής. Ο συντελεστής βαρύτητας στη δεύτερη φάση είναι 30%.

Η διαδικασία επιλογής και η βαρύτητα των αξιολογικών μονάδων κατά τα 2 στάδια επιλογής περιγράφονται στον Πίνακα που ακολουθεί:

ΕΞΕΤΑΣΗ ΕΙΔΙΚΩΝ ΠΡΟΣΟΝΤΩΝ (70%)	Μέγιστος αριθμός α.μ.
Βαθμός βασικού τίτλου σπουδών με αναγωγή σε άριστα το 10 (συντ. Βαρύτητας 2) (Π.χ: 10x2=20)	20
Αριθμός προπτυχιακών μαθημάτων σχετικών με το αντικείμενο του ΠΜΣ 0 μαθήματα = 0 α.μ. 1 έως 2 μαθήματα = 5 α.μ. 3 έως 4 μαθήματα = 10 α.μ. Παραπάνω από 4 μαθήματα = 15 α.μ.	15

Αποδεδειγμένη συμμετοχή σε επιμορφωτικά προγράμματα/σεμινάρια με σχετικό αντικείμενο Καθόλου = 0 α.μ. 1 εξάμηνο = 5 α.μ. 2 εξάμηνα = 10 α.μ.	10
Αποδεδειγμένη γνώση δεύτερης ξένης γλώσσας οποιουδήποτε επιπέδου	10
Δημοσιεύσεις σχετικές με το αντικείμενο του ΠΜΣ (μέγιστη βαθμολογία το 15) 1 α.μ. ανά δημοσίευση σε πρακτικά συνεδρίου 1,5 α.μ. ανά κεφάλαιο σε συλλογικό τόμο 3 α.μ. ανά δημοσίευση σε έγκυρα επιστημονικά περιοδικά 3 α.μ. ανά βιβλίο ή μονογραφία	15
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΚΑΤΑ ΤΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΠΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ (30%)	Μέγιστος αριθμός α.μ.
Αξιολόγηση ενδιαφέροντος για συμμετοχή στο ΠΜΣ - συστατικές επιστολές	15
Διάγνωση ικανοτήτων επικοινωνίας-ωριμότητα υποψηφίου	10
Παρουσίαση δραστηριότητας σχετικής με το ΠΜΣ	5

Μετά την έγκριση και επικύρωση της λίστας κατάταξης με τους υποψηφίους από τη ΓΣΕΣ, ενημερώνονται οι επιτυχόντες από τη Γραμματεία του ΠΜΣ, οι οποίοι θα πρέπει να απαντήσουν θετικά ή αρνητικά εντός πέντε (5) ημερών

Με απόφαση της ΣΕ και έγκριση από τη ΓΣΕΣ, εκτός του αριθμού των επιλεγέντων, θα εισάγεται στο ΠΜΣ, ένα άτομο με αναπηρία καθώς και ένα άτομο που ανήκει στην κατηγορία των οικονομικά ασθενών, εφόσον πληρούν τα τυπικά και ουσιαστικά προσόντα.

Με τη θετική τους απάντηση οι υποψήφιοι αποδέχονται τους όρους λειτουργίας του ΠΜΣ και τις αντίστοιχες υποχρεώσεις. Ακόμα, αναλαμβάνουν και την οικονομική υποχρέωση καταβολής των σχετικών διδάκτρων, με το πρώτο τμήμα (δόση) αυτής να καταβάλλεται εντός πέντε (5) ημερών από την ενημέρωση και αποδοχή της παρακολούθησης του ΠΜΣ.

Η κατάθεση των διδάκτρων γίνεται σε τραπεζικό λογαριασμό του ΕΛΚΕ του ΠΔΜ, το οποίο θα υποδείξει η Γραμματεία του ΠΜΣ. Αποδεικτικό της κατάθεσης (καταθετήριο) θα πρέπει να αποστέλλεται (ηλεκτρονικά ή εντύπως) στη Γραμματεία του τμήματος, που παρακολουθεί και ελέγχει τη διαδικασία. Στο καταθετήριο θα πρέπει να φαίνεται το ονοματεπώνυμο του υποψηφίου και η αιτιολογία της κατάθεσης, για παράδειγμα «1η δόση ΠΜΣ «Ηλεκτρονικό Επιχειρείν και Ψηφιακό Μάρκετινγκ» ή ό,τι άλλο υποδειχθεί από τη Γραμματεία του ΠΜΣ.

#### Άρθρο 4

##### ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ

#### 4.1. Διάρκεια, Δομή και Περιεχόμενο Προγράμματος

1. Η χρονική διάρκεια για την απονομή του Μεταπτυχιακού διπλώματος ειδίκευσης ορίζεται σε τρία (3) εξάμηνα σπουδών, δεκατριών (13) διδακτικών εβδομάδων έκαστο. Ο μέγιστος χρόνος φοίτησης και απόκτησης του Μεταπτυχιακού Διπλώματος Ειδίκευσης ορίζεται σε τρία

έτη από την εγγραφή των μεταπτυχιακών φοιτητών στο ΠΜΣ. Σε περίπτωση διακοπής της φοίτησης κατά το Α' εξάμηνο τα καταβληθέντα δίδακτρα δεν επιστρέφονται και η θέση αναπληρώνεται από τον πρώτο επιλαχόντα/ούσα. Για την απόκτηση του Μεταπτυχιακού Διπλώματος Ειδίκευσης ο μεταπτυχιακός φοιτητής θα πρέπει να παρακολουθήσει και να εξετασθεί επιτυχώς σε όλα τα μαθήματα και να εκπονήσει επιτυχώς τη διπλωματική του εργασία. Η παρακολούθηση και εξέταση των μαθημάτων γίνεται στα εξάμηνα Α' και Β'. Κατά τη διάρκεια του Γ' εξαμήνου ο μεταπτυχιακός φοιτητής υποχρεούται να συγγράψει τη διπλωματική του εργασία, εφόσον έχει εξετασθεί επιτυχώς σε όλα τα μαθήματα των δύο πρώτων εξαμήνων.

2. Προβλέπεται η δυνατότητα μερικής φοίτησης για εργαζόμενους φοιτητές και για μη εργαζόμενους φοιτητές, που η διάρκειά της δεν μπορεί να υπερβαίνει το διπλάσιο της διάρκειας φοίτησης. Επιπλέον, μπορεί να παρέχεται και η δυνατότητα προσωρινής αναστολής των σπουδών που δεν υπερβαίνει τα δύο (2) συνεχόμενα εξάμηνα. Τα εξάμηνα αναστολής της φοιτητικής ιδιότητας δεν προσμετρώνται στην προβλεπόμενη ανώτατη διάρκεια κανονικής φοίτησης.

3. Με πρόταση της ΓΣΕΣ του Τμήματος μπορεί να γίνει ανακατανομή των μαθημάτων, εάν χρειαστεί.

4. Τα υποχρεωτικά μαθήματα δύναται να περιλαμβάνουν θεωρητική και εργαστηριακή διδασκαλία.

5. Το μεταπτυχιακό δίπλωμα ειδίκευσης (ΜΔΕ) απονέμεται μετά τη συμπλήρωση ενενήντα (90) ECTS (European Credit Transfer System), σύμφωνα με το ισχύον ευρωπαϊκό σύστημα μεταφοράς και συσσώρευσης πιστωτικών μονάδων.

Αναλυτικά, η δομή του προγράμματος μαθημάτων του Μεταπτυχιακού Διπλώματος Ειδίκευσης έχει ως ακολούθως:

A/A μαθήματος	Τίτλος Μαθήματος	Κατηγορία Μαθήματος	Πιστωτικές Μονάδες ECTS
Μαθήματα Α' Εξαμήνου			
1	Διαχείριση Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνίας (ICT Management)	Υποχρεωτικό	7.5
2	Ψηφιακό Μάρκετινγκ και Μάρκετινγκ Κοινωνικής Δικτύωσης (Digital and Social Media Marketing)	Υποχρεωτικό	7.5
3	Σχεδιασμός και Ανάπτυξη Διαδικτυακών Εφαρμογών (Web Application Design and Development)	Υποχρεωτικό	7.5
4	Έρευνα Αγοράς και Επιστήμη Δεδομένων I (Market Research and Data Science I)	Υποχρεωτικό	7.5

Σύνολο Πιστωτικών Μονάδων Α' εξαμήνου 30 ECTS

A/A μαθήματος	Τίτλος Μαθήματος	Κατηγορία Μαθήματος	Πιστωτικές Μονάδες ECTS
Μαθήματα Β' Εξαμήνου			
1	Ηλεκτρονικό Εμπόριο και Ψηφιακές Αγορές (E-Commerce and Digital Markets)	Υποχρεωτικό	7.5
2	Στρατηγική Ηλεκτρονικής Επιχείρησης και Ψηφιακού Μάρκετινγκ (E-Business and Digital Marketing Strategy)	Υποχρεωτικό	7.5
3	Ανάπτυξη και Χρηματοδότηση Έργων Ηλεκτρονικού Επιχειρείν (Developing and Financing an E-Business Project)	Υποχρεωτικό	7.5
4	Έρευνα Αγοράς και Επιστήμη Δεδομένων II (Market Research and Data Science II)	Υποχρεωτικό	7.5

Σύνολο Πιστωτικών Μονάδων Β' εξαμήνου 30 ECTS

Γ' εξάμηνο	
Μεταπτυχιακή Εργασία (MSc Thesis)	30
Σύνολο Πιστωτικών Μονάδων ΠΜΣ	90

Οποιαδήποτε αλλαγή του προγράμματος σπουδών και ανακατανομή των μαθημάτων στα εξάμηνα θα εγκρίνεται με αποφάσεις των αρμοδίων οργάνων και θα ενσωματώνεται στον κανονισμό μεταπτυχιακών σπουδών.

Η ΓΣΕΣ μπορεί να αποφασίσει την αναστολή λειτουργίας του ΠΜΣ για ένα ακαδημαϊκό έτος.

#### Άρθρο 5 ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ

##### 5.1. Παρακολούθηση Προγράμματος Σπουδών

Τα μαθήματα είναι υποχρεωτικά. Οι μεταπτυχιακοί φοιτητές είναι υποχρεωμένοι να παρακολουθούν τις διαλέξεις, τα εργαστήρια, τις πρακτικές ασκήσεις και τις άλλες δραστηριότητες που προβλέπονται για κάθε μάθημα. Ένα μέρος των μαθημάτων θα προσφέρεται με τη μορφή τηλεκπαίδευσης. Το όριο απουσιών που δικαι-

ούται ο κάθε μεταπτυχιακός φοιτητής είναι το 20% των διδακτικών ωρών σε κάθε μάθημα, άσχετα αν πρόκειται για απουσίες δικαιολογημένες ή αδικαιολόγητες. Για μεγαλύτερο αριθμό απουσιών η Συντονιστική Επιτροπή αποφασίζει την εκπόνηση ειδικής συμπληρωματικής εργασίας, την επανάληψη του μαθήματος ή τον αποκλεισμό του φοιτητή από το συγκεκριμένο πρόγραμμα.

Κάθε φοιτητής του ΠΜΣ δικαιούται μία πρόσθετη απουσία ανά εξάμηνο σε μαθήματα που συμπίπτουν με ημερομηνίες επιστημονικών συνεδρίων ή άλλων επιστημονικών εκδηλώσεων, εφόσον ικανοποιούνται οι ακόλουθες προϋποθέσεις:

- Ο ενδιαφερόμενος αναμένεται να παρουσιάσει ο ίδιος επιστημονική εργασία ως προφορική ή ως αναρτημένη ανακοίνωση ή να συμμετάσχει επίσημα σε στρογγυλή τράπεζα ή συμπόσιο ως ομιλητής.

- Σε διάστημα μίας εβδομάδας από την ημέρα της απουσίας, ο ενδιαφερόμενος πρέπει να υποβάλει στη γραμματεία του ΠΜΣ: α) βεβαίωση αποδοχής της εργασίας και β) την περίληψη (ή ολόκληρη την εργασία, εφόσον απαιτείται από την εκδήλωση) που συμπεριλαμβάνεται στο πρόγραμμα του συνεδρίου.

#### 5.2 Χρονικός Προγραμματισμός Μαθημάτων

Τα μαθήματα θα πραγματοποιούνται στην Κοζάνη, κατά προτίμηση Παρασκευή, Σάββατο και Κυριακή, στο κατά της Σχολής Οικονομικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Δυτικής Μακεδονίας.

#### 5.3. Υποχρεώσεις Φοιτητών

Οι μεταπτυχιακοί φοιτητές που γίνονται δεκτοί στο ΠΜΣ είναι υποχρεωμένοι:

- Να παρακολουθούν τα μαθήματα του ισχύοντος προγράμματος σπουδών.

- Να σέβονται και να τηρούν τις αποφάσεις των οργάνων του ΠΜΣ καθώς και την ακαδημαϊκή δεοντολογία.

- Για τη φοίτηση στο ΠΜΣ απαιτείται η καταβολή διδάκτρων, σε ημερομηνίες εγκαίρως γνωστοποιημένες, τα οποία ανέρχονται στο συνολικό ποσό των 2.500 ευρώ (1000 ευρώ με την έναρξη του Α' εξαμήνου και από 750 ευρώ με την έναρξη του Β' και Γ' εξαμήνου). Σε περίπτωση διακοπής της φοίτησης τα καταβληθέντα διδάκτρα δεν επιστρέφονται.

#### 5.4. Εξετάσεις και Βαθμολογία Φοιτητών

Η αξιολόγηση των φοιτητών για κάθε μάθημα γίνεται από τον διδάσκοντα με τον τρόπο που ο ίδιος έχει ορίσει πριν από την έναρξη των παραδόσεων (εξέταση/εργασία/ή και συνδυασμός αυτών). Η αξιολόγηση των επιδόσεων τους γίνεται με βάση την κλίμακα 1-10, ενώ υπάρχει η δυνατότητα ακρίβειας και σε ένα δεκαδικό ψηφίο.

Ο φοιτητής που αποτυγχάνει στις εξετάσεις μαθήματος/παράδοση εργασίας επαναλαμβάνει τη διαδικασία εξέτασης/παράδοσης εργασίας τον Μάρτιο ή αλλιώς προσδιοριζόμενο κάθε έτους.

Οι μεταπτυχιακοί φοιτητές του ΠΜΣ μπορούν να ζητήσουν την αναβαθμολόγησή τους σε συγκεκριμένο μάθημα έπειτα από δύο συνεχείς αποτυχίες/διαφωνία στην βαθμολογία και έχουν το δικαίωμα να απευθύνονται σε Τριμελή Επιτροπή, η οποία θα ορίζεται από τη ΓΣΕΣ ειδικά για τη συγκεκριμένη περίπτωση. Η Τριμελής Επιτροπή θα εξετάζει το θέμα και θα εισηγείται στη ΓΣΕΣ, η οποία θα λαμβάνει και την τελική απόφαση. Στην Τριμελή Επιτροπή θα συμμετέχει και ο διδάσκων καθηγητής ο οποίος και βαθμολόγησε το μάθημα.

Οι διδάσκοντες υποχρεούνται να εκδίδουν τα αποτελέσματα των εξετάσεων-γραφτών εργασιών στα μαθήματά τους το αργότερο σε τριάντα (30) ημέρες από την παράδοση εργασιών/διεξαγωγή εξετάσεων.

#### 5.5. Αξιολόγηση Μαθημάτων και Διδασκόντων

Μετά την ολοκλήρωση ενός μαθήματος οι μεταπτυχιακοί φοιτητές καλούνται ή δύνανται να αξιολογήσουν το μάθημα σε ηλεκτρονικό ερωτηματολόγιο (διατίθεται στον ιστότοπο της ΜΟΔΙΠ του ΠΔΜ: <https://modip.uowm.gr/fe/>)

#### 5.6. Διαδικασία Εκπόνησης Διπλωματικής Εργασίας

Οι Καθηγητές που διδάσκουν στο ΠΜΣ και ενδιαφερό-

νται να αναλάβουν διπλωματικές εργασίες κοινοποιούν λίστα με θέματα διπλωματικών εργασιών που ενδιαφέρονται να αναλάβουν/προσφέρουν. Η ΓΣΕΣ καθορίζει τον αριθμό και τα ονόματα των διδασκόντων που θα αναλάβουν διπλωματικές εργασίες. Στην αρχή του Γ' εξαμήνου ο μεταπτυχιακός φοιτητής, και εφόσον έχει ολοκληρώσει επιτυχώς τα μαθήματα των δύο εξαμήνων, πρέπει να ετοιμάσει ένα προκαταρκτικό σχέδιο έρευνας για την εκπόνηση της διπλωματικής εργασίας και να επιλέξει επιβλέποντα καθηγητή με τη σύμφωνη γνώμη του, ο οποίος είτε ανήκει στους διδάσκοντες στο ΠΜΣ ή σε εξωτερικούς συνεργάτες (Καθηγητές του Τμήματος, της Σχολής Οικονομικών Επιστημών και Καθηγητές άλλων Τμημάτων σε Ελλάδα και εξωτερικό). Η αποδοχή της πρότασης για έρευνα γίνεται με κριτήρια τη συνάφεια του θέματος με το μεταπτυχιακό πρόγραμμα, τη συμβολή σε αναμενόμενα οφέλη και τα στοιχεία πρωτοτυπίας στην προσέγγιση και το γνωστικό αντικείμενο του Επιβλέποντα Καθηγητή. Η διπλωματική εργασία μπορεί να υποβάλλεται και στην αγγλική γλώσσα, σε συμφωνία με τον Επιβλέποντα Καθηγητή. Ο Επιβλέπων Καθηγητής με το πέρας της επιτυχούς υποστήριξης λαμβάνει αποζημίωση για την παρακολούθηση της διπλωματικής εργασίας. Τα υπόλοιπα μέλη της τριμελούς επιτροπής δεν αποζημιώνονται. Για μεταπτυχιακές εργασίες που δεν ολοκληρώνονται δεν καταβάλλεται αποζημίωση.

Η αποδοχή της πρότασης για εκπόνηση διπλωματικής εργασίας επικυρώνεται από τη Γενική Συνέλευση Ειδικής Σύστασης του Τμήματος, η οποία ταυτόχρονα ορίζει και τα άλλα δύο μέλη της Εξεταστικής Επιτροπής που θα αξιολογήσει την εκπονούμενη εργασία, τα οποία μπορεί να είναι είτε καθηγητές του οικείου τμήματος ή καθηγητές άλλων Τμημάτων. Η Συντονιστική Επιτροπή και ο επιβλέπων έχουν την ευθύνη της παρακολούθησης και του ελέγχου της πορείας της εργασίας του μεταπτυχιακού φοιτητή.

Ανάλογα με την εξέλιξη στην εκπόνηση της εργασίας, ο μεταπτυχιακός φοιτητής ενημερώνει τον επιβλέποντα καθηγητή, ο οποίος παρακολουθεί αν τηρούνται οι στόχοι και οι προδιαγραφές της έρευνας.

Η έκταση της διπλωματικής εργασίας ορίζεται από 20.000 μέχρι 35.000 λέξεις. Με την ολοκλήρωση της συγγραφής της διπλωματικής εργασίας αυτή αξιολογείται συνολικά από την Τριμελή Εξεταστική Επιτροπή. Η αξιολόγηση της εργασίας περιλαμβάνει προφορική ανάπτυξη του θέματος ενώπιον της τριμελούς Εξεταστικής Επιτροπής, η οποία μπορεί να γίνει και μέσω πλατφόρμας τηλεκπαίδευσης.

Σε περίπτωση που ο φοιτητής ζητήσει αλλαγή του επιβλέποντα καθηγητή ή του θέματος της Διπλωματικής Εργασίας, αποφασίζει σχετικά η ΓΣΕΣ, μετά από εισήγηση της Συντονιστικής Επιτροπής.

Ο φοιτητής υπογράφει υπεύθυνη δήλωση ότι φέρει την ευθύνη για τη συγγραφή της Διπλωματικής Εργασίας και είναι ο μόνος υπεύθυνος για την περίπτωση λογοκλοπής/πλαγιαρισμού κ.λπ.

Ο ελάχιστος χρόνος για την υποβολή της μεταπτυχιακής διπλωματικής εργασίας (ΜΔΕ) είναι πέντε (5) μήνες από την ημερομηνία έγκρισής της από τη ΓΣΕΣ. Σε περι-

πτωση αρνητικής κρίσης, ο φοιτητής έχει τη δυνατότητα επανυποβολής της μετά από μέγιστο χρονικό διάστημα 4 μηνών και αφού βελτιώσει την εργασία σύμφωνα με τις παρατηρήσεις της επιτροπής κρίσης. Ακολουθεί δεύτερη κρίση και σε θετική περίπτωση αποδίδεται ο τίτλος σπουδών. Σε περίπτωση αρνητικής κρίσης, ο φοιτητής επαναλαμβάνει τη διαδικασία το αμέσως επόμενο ακαδημαϊκό έτος με το ίδιο ή με νέο θέμα και καταβάλλει εκ νέου το ποσό της διπλωματικής εργασίας (250 ευρώ). Στην περίπτωση νέας αποτυχίας, ο φοιτητής δεν παίρνει δίπλωμα.

Ο μέγιστος χρόνος για την υποβολή της ΜΔΕ είναι δώδεκα (12) μήνες από την ημερομηνία έγκρισής της από τη ΓΣΕΣ.

Η ΜΔΕ υποβάλλεται εις τριπλούν 10 ημέρες πριν από την ημερομηνία υποστήριξής της για την κρίση της από την επιτροπή και μετά την αποδοχή της, μαζί με τυχόν διορθώσεις ή συμπληρώσεις, υποβάλλεται ένα πλήρες αντίγραφο της τελικής εργασίας (ακόμα και παραρτήματα, σημειώσεις, άρθρα, συνοδευτικό υλικό κ.λπ.) σε ηλεκτρονική μορφή (cd-rom) στη βιβλιοθήκη του ΠΔΜ στην Κοζάνη. Οι εργασίες αποτελούν ιδιοκτησία του ΠΔΜ, το οποίο διατηρεί το δικαίωμα της χρήσης και αναπαραγωγής τους για διδακτικούς και ερευνητικούς σκοπούς.

Η βαθμολογία της ΜΔΕ προκύπτει από τον μέσο όρο της τριμελούς εξεταστικής επιτροπής, με κλίμακα 1-10 ενώ υπάρχει η δυνατότητα ακρίβειας και σε ένα δεκαδικό ψηφίο.

5.7. Δυνατότητα διδασκαλίας των μαθημάτων στην αγγλική γλώσσα

Τα μαθήματα μπορούν να προσφέρονται και στην αγγλική γλώσσα. Απαραίτητη προϋπόθεση είναι η εγγραφή είκοσι (20) τουλάχιστον ενδιαφερομένων.

5.8. Διάρκεια των μαθημάτων

Τα μαθήματα αρχίζουν το δεύτερο δεκαπενθήμερο του Φεβρουαρίου ή αρχές Μαρτίου το αργότερο, για το εαρινό εξάμηνο και το δεύτερο δεκαπενθήμερο του Σεπτεμβρίου ή αρχές Οκτωβρίου το αργότερο για το χειμερινό. Το εξάμηνο ολοκληρώνεται σε 13 εβδομάδες διδασκαλίας (συμπεριλαμβάνεται και η αξιολόγηση μαθήματος). Στο τέλος κάθε εξαμήνου οι διδάσκοντες βαθμολογούν τους μεταπτυχιακούς φοιτητές στηριζόμενοι σε σχετικές γραπτές εργασίες/ή και εξετάσεις, καθώς και στην επίδοσή τους κατά τη διάρκεια των παραδόσεων.

5.9 Τελικός βαθμός ΠΜΣ

Η τελική βαθμολογία του ΠΜΣ προκύπτει από τον μέσο όρο των βαθμών των μαθημάτων των δύο εξαμήνων (Α' και Β') και τον βαθμό που απονέμεται στη διπλωματική μεταπτυχιακή εργασία του υποψηφίου/ας από την τριμελή εξεταστική επιτροπή. Η στάθμιση γίνεται ανάλογα με τις διδακτικές μονάδες που αντιστοιχούν στα προαναφερθέντα. Η βαθμολογική κλίμακα που απονέμεται είναι «Άριστα» (8,5-10), «Λίαν Καλώς» (6,5-8,49) και «Καλώς» (5-6,49).

Άρθρο 6

ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

Το ΠΜΣ λειτουργεί με τα νόμιμα διοικητικά του όργανα, τα οποία είναι α) η Συντονιστική Επιτροπή (ΣΕ) του ΠΜΣ και β) η Γενική Συνέλευση Ειδικής Σύθεσης (ΓΣΕΣ).

Η ΣΕ του ΠΜΣ απαρτίζεται από πέντε (5) μέλη ΔΕΠ του Τμήματος και εκλέγονται από τη ΓΣΕΣ για διετή θητεία. Η θητεία του Προέδρου της ΣΕ μπορεί να ανανεωθεί μία φορά. Τα μέλη της ΣΕ πρέπει να έχουν συνάφεια με το γνωστικό αντικείμενο του ΠΜΣ. Η ΣΕ είναι αρμόδια για την παρακολούθηση και το συντονισμό της λειτουργίας του προγράμματος.

Για την εύρυθμη λειτουργία του ΠΜΣ ορίζεται ο Διευθυντής και ο Αναπληρωτής του ΠΜΣ, οι οποίοι πρέπει να είναι του ιδίου γνωστικού αντικείμενου με το γνωστικό αντικείμενο του ΠΜΣ. Ο ορισμός τους προκύπτει μετά από απόφαση της Συνέλευσης του Τμήματος. Ο Διευθυντής Μεταπτυχιακών Σπουδών σε συνεργασία με τη ΣΕ εισηγείται στη ΓΣΕΣ κάθε θέμα που αφορά την αποτελεσματική λειτουργία του ΠΜΣ. Η θητεία του διευθυντή και Αναπληρωτή είναι διετής, με δυνατότητα ανανέωσης, και ορίζεται από τη ΓΣΕΣ. Ο Διευθυντής δεν μπορεί να έχει περισσότερες από δύο (2) συνεχόμενες θητείες και δεν δικαιούται επιπλέον αμοιβή για το διοικητικό του έργο ως Διευθυντής.

Άρθρο 7

ΔΙΔΑΚΤΙΚΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ

7.1. Γενικά

Στο ΠΜΣ διδάσκουν Καθηγητές, Ε.Δι.Π ή ομότιμοι καθηγητές του Τμήματος, του ΠΔΜ, καθώς και άλλων Ανωτάτων Εκπαιδευτικών Ιδρυμάτων. Επίσης, επιστήμονες κάτοχοι διδακτορικού διπλώματος με αναγνωρισμένο επαγγελματικό έργο σε σχετικό επιστημονικό πεδίο και κύρος της ημεδαπής και αλλοδαπής, και γενικά επιστήμονες που θα συγκεντρώνουν τα νόμιμα προσόντα για διδασκαλία στο ΠΜΣ. "Το 60% τοις εκατό των διδασκόντων προέρχεται από μέλη Δ.Ε.Π. και Ε.Δ.Ι.Π. του Τμήματος" (Οι οποιοδήποτε περιορισμοί και όρια προσδιορίζονται από το ισχύον κάθε φορά νομικό πλαίσιο, και τον κανονισμό σπουδών).

Τα κριτήρια επιλογής των διδασκόντων στο ΠΜΣ είναι η συνάφεια της ειδικότητας, η πείρα και το διδακτικό και ερευνητικό τους έργο στο συγκεκριμένο αντικείμενο. Η επιλογή διδασκόντων στο ΠΜΣ γίνεται με ευθύνη του Διευθυντή του ΠΜΣ και επικυρώνεται από τη ΓΣΕΣ και από τον Δ/ντή του ΠΜΣ.

7.2. Αποζημίωση Διδασκόντων

Οι διδάσκοντες λαμβάνουν αποζημίωση τόσο για τη διδασκαλία όσο και για την παραγωγή εκπαιδευτικού υλικού/εξέταση των φοιτητών στα μαθήματα και τα εργαστήρια. Επίσης, αποζημιώνονται και για την επίβλεψη διπλωματικών εργασιών. Η αποζημίωση των διδασκόντων, μετά από εισήγηση της Συντονιστικής Επιτροπής, αποφασίζεται στην αρχή κάθε ακαδημαϊκού έτους με απόφαση της ΓΣΕΣ.

7.3. Ο μέγιστος αριθμός διπλωματικών εργασιών

Ο μέγιστος αριθμός διπλωματικών εργασιών για κάθε επιβλέποντα είναι πέντε (5), για κάθε ακαδημαϊκό έτος, εκτός αν η ΓΣΕΣ αποφασίσει διαφορετικά. Ο επιβλέπων για την εκπόνηση της Μεταπτυχιακής Διπλωματικής Εργασίας είναι Καθηγητής του ΠΔΜ ή άλλων Πανεπιστημίων της ημεδαπής και της αλλοδαπής.

Άρθρο 8  
ΓΡΑΜΜΑΤΕΙΑ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ  
ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

Η Γραμματεία του ΠΜΣ επιλαμβάνεται των διαφόρων θεμάτων της λειτουργίας του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών. Τηρεί και διαχειρίζεται το αρχείο του ΠΜΣ, παρακολουθεί τη διαδικασία καταβολής των διδάκτρων και ενημερώνει τους ενδιαφερόμενους. Γενικά, η Γραμματεία του ΠΜΣ φροντίζει για την εύρυθμη λειτουργία του προγράμματος, την τήρηση των ημερομηνιών, την ενημέρωση και την επικοινωνία με τους αντίστοιχους εμπλεκόμενους στο ΠΜΣ.

Άρθρο 9  
ΠΑΡΑΛΛΗΛΕΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΕΣ  
ΚΑΙ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

Εκτός από τη διδασκαλία μαθημάτων στο Πρόγραμμα Σπουδών του ΠΜΣ μπορεί να περιλαμβάνονται και παράλληλες εκπαιδευτικές και ερευνητικές δραστηριότητες, όπως διαλέξεις, ημερίδες, διοργάνωση συνεδρίων κ.ά. Για την παρακολούθηση των παράλληλων εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων του ΠΜΣ χορηγείται βεβαίωση στους συμμετέχοντες.

Άρθρο 10  
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΙ ΠΟΡΟΙ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

10.1. Πόροι ΜΠΣ

1. Τα δίδακτρα των μεταπτυχιακών φοιτητών ανέρχονται σε 2.500€. Μετά από σχετική αιτιολογημένη εισήγηση της ΣΕ και έγκριση της ΓΣΕΣ τα δίδακτρα μπορούν να αναπροσαρμόζονται κατ'έτος, λαμβανομένων υπόψη της οικονομικής συγκυρίας και των λειτουργικών αναγκών του Π.Μ.Σ.

2. Χορηγίες από τον ιδιωτικό ή/και από τον δημόσιο τομέα - Επώνυμες έδρες.

3. Έσοδα από το δικαίωμα συμμετοχής τρίτων σε ημερίδες, σεμινάρια ή συνέδρια που διοργανώνει το ΠΜΣ.

4. Επιχορήγηση από τον Ειδικό Λογαριασμό (ΕΛΚΕ) του Πανεπιστημίου Δυτικής Μακεδονίας, με βάση τον Κανονισμό Λειτουργίας του.

5. Προγράμματα δια βίου Εκπαίδευσης στο Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας (ΔΕΤ) και στο Πανεπιστήμιο Δυτικής Μακεδονίας και τα Εργαστήριά του.

6. Έσοδα από την εκπόνηση ερευνητικών προγραμμάτων στο επιστημονικό πεδίο του ΠΜΣ, σύμφωνα με τον κανονισμό λειτουργίας των Ειδικών Λογαριασμών.

10.2 Δαπάνες Λειτουργίας ΠΜΣ

1. Οι αμοιβές των διδασκόντων.

2. Αμοιβές για επίβλεψη και παρακολούθηση διπλωματικών εργασιών, η οποία δίδεται μετά τη δημόσια υποστήριξη της διπλωματικής εργασίας.

3. Αμοιβή της Επιτροπής Αξιολόγησης και Επιλογής. Το ύψος της καθορίζεται από τη ΓΣΕΣ λαμβάνοντας υπόψη τις οικονομικές δυνατότητες του ΠΜΣ.

4. Αμοιβή για παραγωγή εκπαιδευτικού υλικού. Το ύψος αυτής προσδιορίζεται από τη ΓΣΕΣ και είναι συνάρτηση των οικονομικών του ΠΜΣ.

5. Αμοιβή υποψηφίων διδασκόντων για την υποστήριξη των εκπαιδευτικών και υποστηρικτικών-λειτουργικών δραστηριοτήτων του ΠΜΣ.

6. Αμοιβές εξωτερικών συνεργατών του ΠΜΣ για την υποστήριξη τόσο της λειτουργίας του (τηλεκπαίδευση-οικονομικά προγράμματος) ΠΜΣ, όσο και της εκπαιδευτικής διαδικασίας.

7. Αμοιβή για τη Γραμματειακή και Διαχειριστική Υποστήριξη του ΠΜΣ.

Το ύψος όλων των ανωτέρω αμοιβών καθορίζονται από τη ΓΣΕΣ μετά από εισήγηση της ΣΕ λαμβάνοντας υπόψη των οικονομικών δυνατοτήτων του ΠΜΣ.

Β. Διάφορες Άλλες Δαπάνες λειτουργίας ΜΠΣ

1. Αποζημίωση οδοιπορικών και φιλοξενία διδασκόντων και προσκεκλημένων εισηγητών και ομιλητών.

2. Οικονομική κάλυψη της διοργάνωσης Ημερίδων, Σεμιναρίων, Συμποσίων, Συνεδρίων, Διεθνών Συνεδρίων με τη συμμετοχή επιστημόνων από την Ελλάδα και το Εξωτερικό.

3. Οικονομική κάλυψη εκδοτικών δραστηριοτήτων (Πρακτικά Συνεδρίων, έντυπα προβολής και διαφήμισης του ΠΜΣ, τιμητικές πλακέτες ή τιμητικοί τόμοι, επιστημονικά/διδακτικά εγχειρίδια συναφή προς το γνωστικό αντικείμενο του Π.Μ.Σ. κ.ά.).

4. Αγορά βιβλίων, CD, DVD, usb stick και γενικότερα κατάλληλου έντυπου και ψηφιακού υλικού για τη σύσταση μικρής ειδικής βιβλιοθήκης που θα καλύπτει τις ιδιαίτερες ανάγκες του οικείου ΠΜΣ

5. Αγορά εκπαιδευτικού υλικού για την υποστήριξη των μαθημάτων του ΠΜΣ.

6. Χορηγίες (σε χρήματα ή σε εκπαιδευτικό υλικό) σε φορείς σχετικούς με το ΠΜΣ (Πανεπιστημιακά τμήματα, Ινστιτούτα, Ιδρύματα κ.ά. που εδρεύουν και δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα ή στην αλλοδαπή).

7. Αγορά αναλωσίμων για τις ανάγκες της γραμματειακής υποστήριξης και της εκπαιδευτικής διαδικασίας.

8. Αγορά υλικών και εξοπλισμού (Η/Υ κ.λπ.) για την ομαλή διεξαγωγή των μαθημάτων.

9. Δαπάνες γραμματειακής υποστήριξης, επιμέλειας και υποστήριξης των εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων του ΜΠΣ.

10. Συνδρομές σε επιστημονικά περιοδικά συναφή με το ΠΜΣ.

11. Αποζημίωση διδασκόντων μελών ΔΕΠ του Τμήματος ΔΕΤ, για συμμετοχή σε συνέδρια σχετικά με τα γνωστικά αντικείμενα που θεραπεύει το ΠΜΣ.

12. Δαπάνες προβολής του ΠΜΣ.

Το ύψος όλων των ανωτέρω αποζημιώσεων καθορίζεται από τη ΓΣΕΣ μετά από εισήγηση της ΣΕ λαμβάνοντας υπόψη των οικονομικών δυνατοτήτων του ΠΜΣ

Άρθρο 11  
ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΠΑΡΟΧΕΣ ΠΡΟΣ ΤΟΥΣ  
ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟΥΣ ΦΟΙΤΗΤΕΣ/ΤΡΙΕΣ

Οι μεταπτυχιακοί φοιτητές δικαιούνται:

1. Ακαδημαϊκή ταυτότητα.

2. Λογαριασμό ηλεκτρονικού ταχυδρομείου στο ΔΕΤ του ΠΔΜ.

3. Πρόσβαση στις βιβλιοθήκες του ΠΔΜ.

4. Πρόσβαση σε ηλεκτρονική βάση δεδομένων, στις οποίες είναι συνδρομητής το ΠΔΜ (Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών - Σ.Ε.Α.Β.).

5. Υγειονομική περίθαλψη, εφόσον δεν έχουν άλλη ασφάλιση.

Άρθρο 12  
ΑΠΟΝΟΜΗ ΔΙΠΛΩΜΑΤΩΝ

Η τελετή απονομής των Μεταπτυχιακών Διπλωμάτων Ειδίκευσης (ΜΔΕ) γίνεται παρουσία του Πρύτανη (ή εκπροσώπου του), του Διευθυντή του ΠΜΣ και είναι προαιρετική.

Άρθρο 13  
ΤΡΟΠΟΠΟΙΗΣΕΙΣ ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΥ

Για όσα θέματα δεν προβλέπονται από τον Κανονισμό επιλαμβάνεται η ΓΣΕΣ μετά από εισήγηση της ΣΕ του ΠΜΣ. Οι διατάξεις του παρόντος Κανονισμού μπορούν να τροποποιούνται με πρόταση της ΣΕ και έγκριση της ΓΣΕΣ.

ΜΑΘΗΜΑΤΑ

A/A μαθήματος	Τίτλος Μαθήματος	Κατηγορία Μαθήματος	Πιστωτικές Μονάδες ECTS
Μαθήματα Α' Εξαμήνου			
1	Διαχείριση Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνίας (ICT Management)	Υποχρεωτικό	7.5
2	Ψηφιακό Μάρκετινγκ και Μάρκετινγκ Κοινωνικής Δικτύωσης (Digital and Social Media Marketing)	Υποχρεωτικό	7.5
3	Σχεδιασμός και Ανάπτυξη Διαδικτυακών Εφαρμογών (Web Application Design and Development)	Υποχρεωτικό	7.5
4	Έρευνα Αγοράς και Επιστήμη Δεδομένων I (Market Research and Data Science I)	Υποχρεωτικό	7.5

Σύνολο Πιστωτικών Μονάδων Α' εξαμήνου 30 ECTS

A/A μαθήματος	Τίτλος Μαθήματος	Κατηγορία Μαθήματος	Πιστωτικές Μονάδες ECTS
Μαθήματα Β' Εξαμήνου			
1	Ηλεκτρονικό Εμπόριο και Ψηφιακές Αγορές (E-Commerce and Digital Markets)	Υποχρεωτικό	7.5
2	Στρατηγική Ηλεκτρονικής Επιχείρησης και Ψηφιακού Μάρκετινγκ (E-Business and Digital Marketing Strategy)	Υποχρεωτικό	7.5
3	Ανάπτυξη και Χρηματοδότηση Έργων Ηλεκτρονικού Επιχειρείν (Developing and Financing an E-Business Project)	Υποχρεωτικό	7.5
4	Έρευνα Αγοράς και Επιστήμη Δεδομένων II (Market Research and Data Science II)	Υποχρεωτικό	7.5

Σύνολο Πιστωτικών Μονάδων Β' εξαμήνου 30 ECTS

Γ' εξάμηνο	
Μεταπτυχιακή Εργασία	30
Σύνολο Πιστωτικών Μονάδων ΠΜΣ	90

Περιγράμματα Μαθημάτων  
ΠΜΣ «Ηλεκτρονικό Επιχειρείν και Ψηφιακό Μάρκετινγκ»  
1ο Εξάμηνο  
Διαχείριση Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνίας (ICT Management)  
Εξάμηνο: 1ο  
Κατεύθυνση-Τύπος:  
Υποχρεωτικό - Γενικού Υποβάθρου  
Εβδομαδιαία διδασκαλία: 3  
Πιστωτικές μονάδες (ECTS): 7,5

Μαθησιακά αποτελέσματα:

Στόχος του μαθήματος είναι η διερεύνηση του ρόλου και της επίδρασης των πληροφοριακών συστημάτων και των Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών (ΤΠΕ) στις λειτουργίες των επιχειρήσεων, μέσα από την εξέταση των σημαντικότερων μοντέλων διοίκησης της τεχνολογίας που χρησιμοποιούνται στο σύγχρονο επιχειρείν. Για τον σκοπό αυτό εξετάζονται, μέσω μελετών περιπτώσεων (case studies), μία σειρά από πληροφοριακά συστήματα και επιχειρησιακές εφαρμογές που υιοθετούνται στο πλαίσιο της «διευρυμένης» ή αλλιώς «ψηφιακής επιχείρησης»,



όπως: τα Συστήματα Διαχείρισης Επιχειρησιακών Πόρων (ERP), τα Συστήματα Διαχείρισης Σχέσεων με τους Πελάτες (CRM), τα Συστήματα Διαχείρισης Εφοδιαστικής Αλυσίδας (SCM), τα Συστήματα Υποστήριξης Αποφάσεων (DSS) και τα Συστήματα Διαχείρισης Γνώσης (KWS). Ακόμη αναμένεται να παρουσιαστούν και να χρησιμοποιηθούν βασικές λειτουργικές μονάδες των δημοφιλέστερων σύγχρονων πληροφοριακών συστημάτων - επιχειρησιακές εφαρμογών, των Συστημάτων Διαχείρισης Επιχειρησιακών Πόρων (ERP) ή/και των Συστημάτων Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων (CRM), σε εργαστηριακό επίπεδο.

Τέλος, αναμένεται να προσεγγιστεί ολιστικά η σημαντικότητα των δεδομένων και των πληροφοριών στη λήψη επιχειρηματικών αποφάσεων. Για την πληρέστερη κατανόησή τους αναμένεται να εξεταστούν οι λύσεις που προσφέρονται μέσω της υπηρεσίας νέφους Google Analytics..

Με την περάτωση του μαθήματος οι φοιτητές θα είναι σε θέση να:

1. Αναγνωρίζουν τη σημαντικότητα των ΤΠΕ και των πληροφοριακών συστημάτων στο σύγχρονο επιχειρηματικό περιβάλλον.
2. Διακρίνουν τις βασικές κατηγορίες και τα κύρια χαρακτηριστικά των σημαντικότερων σύγχρονων πληροφοριακών συστημάτων και επιχειρησιακών εφαρμογών.
3. Αξιολογούν την ποιότητα και τις δυνατότητες των ΤΠΕ σε μία επιχείρηση/οργανισμό.
4. Γνωρίζουν την τεχνολογική υποδομή των σύγχρονων πληροφοριακών λύσεων.
5. Αναγνωρίζουν τη σημαντικότητα των δεδομένων και της πληροφορίας στη λήψη επιχειρηματικών αποφάσεων.
6. Εφαρμόζουν τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες που παρέχονται από τις βασικές λειτουργικές μονάδες των Συστημάτων Διαχείρισης Επιχειρησιακών Πόρων (ERP) και Συστημάτων Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων (CRM).
7. Εφαρμόζουν τις παρεχόμενες λειτουργίες των Google Analytics ώστε να εξάγουν σημαντικές πληροφορίες για την υποστήριξη των επιχειρηματικών τους αποφάσεων.

Περιεχόμενο μαθήματος:

Στο πλαίσιο του μαθήματος εξετάζονται τα εξής αντικείμενα:

- Τα επιχειρηματικά πληροφοριακά συστήματα στο σύγχρονο επιχειρείν.
- Παγκόσμιο η-επιχειρείν και συνεργασία.
- Επίτευξη ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος με πληροφοριακά συστήματα.
- Ηθικά και κοινωνικά ζητήματα σχετικά με τα πληροφοριακά συστήματα.
- Υποδομή της τεχνολογίας των πληροφοριών και της επικοινωνίας.
- Επίτευξη επιχειρησιακής αριστείας και σχέσεων με τους πελάτες.
- Βελτίωση της λήψης αποφάσεων και της διαχείρισης των γνώσεων.
- Ανάπτυξη και διαχείριση συστημάτων.
- Σημαντικότητα δεδομένων και πληροφοριών στη λήψη επιχειρηματικών αποφάσεων.

- Πρακτική εφαρμογή διαχείρισης δεδομένων και εξαγωγής πληροφοριών με Google Analytics.

- Πρακτική εφαρμογή σε σύγχρονα πληροφοριακά συστήματα και δημοφιλείς επιχειρησιακές λύσεις.

Αξιολόγηση φοιτητών:

- Γραπτή εξέταση (60%)

- Παρουσιάσεις εργασιών ατομικές και ομαδικές (40%)

Βιβλιογραφία:

1. Blokdyk, G. (2019). Google Analytics: A complete guide - 2020 Edition. ISBN: 978- 0655913849.

2. Kroenke M. D., and Randall, J. B. (2016). Πληροφορικά Συστήματα Διοίκησης στην πράξη. Εκδόσεις Broken Hill Publishers Ltd, Λευκωσία, Κύπρος.

3. Laudon, C. K., and Laudon, P. J. (2014). Πληροφορικά Συστήματα Διοίκησης (11η Αμερικάνικη Έκδοση). Εκδόσεις Κλειδάριθμος, Αθήνα.

4. Leuenberger, E. (2018). Google Analytics Uncovered: How to Set Up and Maximize Ecommerce Data in Google Analytics. Voom Ventures, LLC.

5. Rainer, K., and Prince, B. (2017). Introduction to Information Systems (7th Edition). Wiley.

6. Turban, E., Pollard, C., and Wood, G. (2018). Information Technology for Management: In-demand strategies for performance, growth and sustainability (11th Edition). Wiley.

7. Wallace, P. (2014). Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης. Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα.

8. Βλαχοπούλου, Μ. (2020). Ψηφιακό Μάρκετινγκ: Από τη θεωρία στην πράξη. Εκδόσεις Rosili, Αθήνα.

9. Επιπλέον άρθρα, μελέτες περιπτώσεων και υλικό θα δίνονται κατά τη διάρκεια των διαλέξεων σύμφωνα με την επικαιρότητα και τις εξελίξεις στην οικονομία και τις επιχειρήσεις.

Ψηφιακό Μάρκετινγκ και Μάρκετινγκ Κοινωνικής Δικτύωσης - (Digital and Social Media Marketing)

Εξάμηνο: 1ο

Κατεύθυνση-Τύπος:

Υποχρεωτικό - Γενικού Υποβάθρου

Εβδομαδιαία διδασκαλία: 3

Πιστωτικές μονάδες (ECTS): 7,5

Μαθησιακά αποτελέσματα:

Το ψηφιακό marketing και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι του μίγματος marketing των σύγχρονων επιχειρήσεων και οργανισμών. Στόχος του μαθήματος είναι να αναπτύξει τις ψηφιακές ικανότητες των φοιτητών στην χρήση των νέων αυτών μέσων και να τους εξοικειώσει με τις μεθόδους τα εργαλεία και τις δυνατότητες που αυτά προσφέρουν στο marketing και την επικοινωνία.

Το μάθημα δομείται σε 2 βασικές ενότητες. Στην πρώτη ενότητα παρουσιάζονται και αναλύονται οι βασικές έννοιες του marketing και της συμπεριφοράς καταναλωτή στο ψηφιακό περιβάλλον, αλλά και τα κύρια επιχειρηματικά μοντέλα ψηφιακού και social media marketing, όπως affiliate marketing, viral marketing, personalisation, content marketing και Search Engine

Optimization (SEO), τιμολόγηση, διαχείριση πολλαπλών καναλιών διανομής και διαχείριση σχέσεων με τους πελάτες-κοινότητα. Στη δεύτερη ενότητα το ενδιαφέρον του μαθήματος επικεντρώνεται στη σημασία και τη χρήση των εργαλείων του ψηφιακού marketing, όπως το Google AdWords, το Facebook ads, το email marketing, και τη χρήση του YouTube ως κανάλι επικοινωνίας, και την παραγωγή σχετικού υλικού. Και στις δύο ενότητες δίνεται έμφαση στην χρήση των κινητών συσκευών τόσο από τους καταναλωτές όσο και από τις επιχειρήσεις.

Με την περάτωση του μαθήματος οι φοιτητές θα είναι σε θέση να:

1. Αντιλαμβάνονται τη σημασία και τον ρόλο του ψηφιακού marketing και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στα πλαίσια του ολιστικού marketing της επιχείρησης/οργανισμού.

2. Διαχειρίζονται σχέσεις με πελάτες και κοινότητες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

3. Αναλύουν και να σχεδιάζουν δράσεις και εφαρμογές ψηφιακού και social media marketing στα πλαίσια μιας επιχείρησης/οργανισμού.

4. Δημιουργούν υλικό για χρήση στο ψηφιακό περιβάλλον και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μιας επιχείρησης/οργανισμού.

5. Υλοποιούν δράσεις επικοινωνίας και προβολής σε ψηφιακό περιβάλλον με την χρήση των αντίστοιχων ψηφιακών εργαλείων.

Περιεχόμενο μαθήματος:

Στα πλαίσια του μαθήματος εξετάζονται τα έξης αντικείμενα:

- Εισαγωγή στο marketing και το ψηφιακό marketing
- Συμπεριφορά καταναλωτή και η σημασία της κοινότητας στο ψηφιακό περιβάλλον.

- Επιχειρηματικά μοντέλα marketing: affiliate marketing, viral marketing, crowdsourcing, advergames - gamification.

- Content marketing και Search Engine Optimization.
- Θέματα marketing mix στο ψηφιακό περιβάλλον. Τιμολόγηση, κανάλια διανομής.

- Σχεδιασμός καμπάνιας προβολής I: Google Adwords
- Σχεδιασμός καμπάνιας προβολής II: Facebook Ads και Instagram.

- Σχεδιασμός καμπάνιας προβολής III: YouTube.
- Email Marketing

- Μελέτες Περιπτώσεων - Project

Αξιολόγηση φοιτητών:

- Εκπόνηση και παρουσίαση εργασιών - ατομικές και ομαδικές (100%)

Βιβλιογραφία:

1. Ashley, C., and Tuten, T. (2015). Creative strategies in social media marketing: An exploratory study of branded social content and consumer engagement. *Psychology and Marketing*, 32(1), 15-27.

2. Baccarella, C. V., Wagner, T. F., Kietzmann, J. H., and McCarthy, I. P. (2018). Social media? It's serious! Understanding the dark side of social media. *European Management Journal*, 36(4), 431-438.

3. Belch, G., and Belch, M. (2014). The role of new and traditional media in the rapidly changing marketing

communications environment. *International Journal of Strategic Innovative Marketing*, 1(3), 130-136.

4. Chaffey, D., and Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing*. Pearson UK.

5. Chaffey, D. (2015). *E-business and E-commerce Management: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson Education.

6. Kaplan, A. M., and Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*, 53(1), 59-68.

7. Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., and Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business horizons*, 54(3), 241-251.

8. Laudon, K., and Traver, C. (2018). *E-Commerce 2018: business. technology. Society* (14th global edition). Pearson.

9. Mangold, W. G., and Faulds, D. J. (2009). Social media: The new hybrid element of the promotion mix. *Business horizons*, 52(4), 357-365.

10. Qualman, E. (2010). *Socialnomics: How social media transforms the way we live and do business*. John Wiley and Sons.

11. Βλαχοπούλου, Μ. (2020). *Ψηφιακό Μάρκετινγκ: Από τη θεωρία στην πράξη*. Εκδόσεις Rosili, Αθήνα.

12. Καβουρα Α. (2016), *Επικοινωνία και Διαφήμιση στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης*, Εκδ. Διονικός, Αθήνα.

13. Επιπλέον άρθρα, μελέτες περιπτώσεων και υλικό θα δίνονται κατά τη διάρκεια των διαλέξεων σύμφωνα με την επικαιρότητα και τις εξελίξεις στην οικονομία και τις επιχειρήσεις.

Σχεδιασμός και Ανάπτυξη Διαδικτυακών

Εφαρμογών -

(Web Application Design and Development)

Εξάμηνο: 1ο

Κατεύθυνση-Τύπος:

Υποχρεωτικό - Γενικού Υποβάθρου

Εβδομαδιαία διδασκαλία: 3

Πιστωτικές μονάδες (ECTS): 7,5

Μαθησιακά αποτελέσματα:

Στόχος του μαθήματος είναι η επισκόπηση, κατανόηση και εφαρμογή των σύγχρονων τεχνολογιών που εμπλέκονται στην ανάπτυξη συστημάτων και εφαρμογών στο διαδίκτυο.

Ειδικότερα, αναλύονται και αναπτύσσονται εφαρμογές στο διαδίκτυο, τόσο από την πλευρά του πελάτη (client) - με χρήση HTML, CSS, Javascript, και jQuery -, όσο και από την πλευρά του διακομιστή, με PHP. Επιπλέον, μελετώνται μέθοδοι διασύνδεσης των εφαρμογών με σχεσιακές βάσεις δεδομένων, SQL. Ειδική μέριμνα αναμένεται να δοθεί στη δυνατότητα υλοποίησης εφαρμογών για αποστολή ηλεκτρονικών μηνυμάτων - υποστήριξη email marketing - και κινητών συσκευών.

Με την περάτωση του μαθήματος οι φοιτητές θα είναι σε θέση να:

1. Επιλέγουν τις κατάλληλες προγραμματιστικές λύσεις για την υποστήριξη των διαδικτυακών τους εφαρμογών.

2. Προσδιορίζουν τις θεμελιώδεις αρχές που διέπουν το σχεδιασμό και την ανάπτυξη ενός ιστοτόπου.

3. Αναπτύσσουν και να διαχειρίζονται αλληλεπιδραστικές ιστοσελίδες.

4. Αναπτύσσουν εφαρμογές για κινητές συσκευές.

5. Αναπτύσσουν εφαρμογές υιοθετώντας σύγχρονες προγραμματιστικές τεχνικές.

Περιεχόμενο μαθήματος:

Στα πλαίσια του μαθήματος εξετάζονται τα έξης αντικείμενα:

- Εισαγωγή στο διαδίκτυο και στον παγκόσμιο ιστό.
- Η γλώσσα HTML: δομικά στοιχεία και παραδείγματα μορφοποίησης κειμένου

- Διαμόρφωση σελίδων με CSS (Cascading Style Sheets).

- Ανάπτυξη διαδικτυακών εφαρμογών με JavaScript και HTML (Σύνταξη της JavaScript, μεταβλητές, αντικείμενα, πίνακες, τελεστές, έλεγχος).

- Συμβάντα και προγραμματισμός (event-oriented programming).

- Βασικά αντικείμενα της Javascript.

- Φόρμες.

- Εισαγωγή στην PHP (server-side scripting).

- Βασικά στοιχεία της PHP (εντολές ελέγχου, επανάληψης).

- Αποστολή δεδομένων από φόρμες σε σενάρια PHP.

- Global variables. Δυναμικές τοποθεσίες ιστού.

- Διαχείριση αρχείων και αποστολή αρχείων στο web server.

- Διαδικτυακές εφαρμογές με πολλαπλές φόρμες (χρήση hidden fields and sessions).

- Συνεργασία PHP and MySQL.

- Πιστοποίηση χρήστη με χρήση συνόδων.

- Εφαρμογές με PHP and MySQL.

- Εφαρμογές για αποστολή ηλεκτρονικών μηνυμάτων και κινητές συσκευές.

Αξιολόγηση φοιτητών:

- Γραπτή εξέταση (60%)

- Παρουσιάσεις εργασιών ατομικές και ομαδικές (40%)

Βιβλιογραφία:

1. Deitel, P. J., and Deitel, H. M. (2011). Προγραμματισμός Internet and World Wide Web (4η Έκδοση). Εκδόσεις Μ. Γκιούρδας, Αθήνα.

2. Duckett, J. (2014). Web design with html, css, javascript and jquery set. Wiley.

3. Duckett, J. (2011). Html and css: Design and build web sites. Wiley.

4. Lockhart, J. (2015). Modern php: New features and good practices. O'Reilly Media Inc, USA.

5. Tatroe, K., and MacIntyre, P. (2020). Programming php: Creating dynamic web pages (4th Edition). O'Reilly Media Inc, USA.

6. Ullman, L. (2009). Εισαγωγή στις PHP 6 and MySQL 5 με εικόνες (1η Έκδοση). Εκδόσεις Κλειδάριθμος, Αθήνα.

7. Young Rewired State (2017). Get coding!: Learn html, css and javascript and build a website, app and game. Young Rewired State.

Έρευνα Αγοράς και Επιστήμη Δεδομένων I - (Market Research and Data Science I)

Εξάμηνο: 1ο

Κατεύθυνση-Τύπος:

Υποχρεωτικό - Γενικού Υποβάθρου

Εβδομαδιαία διδασκαλία: 3

Πιστωτικές μονάδες (ECTS): 7,5

Μαθησιακά αποτελέσματα:

Στόχος του μαθήματος είναι η κατανόηση των βασικών προσεγγίσεων για τη διεξαγωγή έρευνας αγοράς και η εφαρμογή σχετικών μεθόδων ανάλυσης. Ειδικότερα, το μάθημα σκοπεύει να εισάγει τους φοιτητές στην επιστήμη των δεδομένων και να τους βοηθήσει να μάθουν και να εφαρμόζουν τα βασικά στατιστικά εργαλεία, τα οποία θεωρούνται χρήσιμα για τη σύννοψη και την παρουσίαση των παρελθόντων γεγονότων, δεδομένων ή/και πληροφοριών, προσαρμοσμένα στο πεδίο του μάρκετινγκ.

Ως εκ τούτου, θα μάθουν πως να συλλέγουν δεδομένα, πρωτογενή ή δευτερογενή, και στη συνέχεια να τα μετατρέπουν περιλήψεις που μπορούν εύκολα να κατανοηθούν και να παρουσιαστούν. Επιπλέον, εισάγει τους φοιτητές στις θεμελιώδεις έννοιες της στατιστικής συμπερασματολογίας, όπως η εκτίμηση παραμέτρων και ο έλεγχος υποθέσεων, καθώς και σε στατιστικά εργαλεία χρήσιμα στην επιχειρησιακή αναλυτική, όπως η ανάλυση συσχέτισης, οι έλεγχοι υποθέσεων, οι μη παραμετρικοί έλεγχοι και η ανάλυση διακύμανσης. Δίνεται περισσότερο έμφαση στις εφαρμογές και στην ερμηνεία των αποτελεσμάτων, παρά στη θεωρία και τους υπολογισμούς.

Τέλος, μελετώνται ποιοτικά στοιχεία ανάλυσης δεδομένων και πληροφοριών, με έμφαση στην αναλυτική του μάρκετινγκ.

Με την περάτωση του μαθήματος οι φοιτητές θα είναι σε θέση να:

1. Γνωρίζουν τις βασικές εννοιολογικές προσεγγίσεις της επιστήμης δεδομένων και της έρευνας αγοράς, προσαρμοσμένα στο μάρκετινγκ.

2. Εφαρμόζουν τεχνικές συλλογής δεδομένων.

3. Κωδικοποιούν τα δεδομένα τους.

4. Εφαρμόζουν βασικές μεθόδους περιγραφικής στατιστικής.

5. Υλοποιούν μη παραμετρικούς ελέγχους.

6. Εφαρμόζουν ελέγχους συσχέτισεων μεταβλητών και ελέγχους υποθέσεων.

7. Υλοποιούν αναλύσεις διακύμανσης.

8. Αναλύουν ποιοτικώς δεδομένα από κοινωνικά δίκτυα.

9. Κατανοούν και ερμηνεύουν τα αποτελέσματα των αναλύσεών τους.

10. Συντάσσουν αναφορές των αποτελεσμάτων της ερευνητικής τους διαδικασίας.

Περιεχόμενο μαθήματος:

Στα πλαίσια του μαθήματος εξετάζονται τα έξης αντικείμενα:

- Εισαγωγή στην Έρευνα αγοράς και στην Επιστήμη δεδομένων.

- Κατάρτιση ερευνητικού πλάνου και μεθοδολογία έρευνας στο marketing.

- Βασικά στοιχεία στατιστικών λογισμικών επεξεργασίας δεδομένων (Python - R - SPSS - Stata) και χρήση τους στην έρευνα αγοράς και το marketing.

- Τεχνικές συλλογής δεδομένων - Ερωτηματολογία και Εξόρυξη δεδομένων (Data mining).

- Προετοιμασία - επεξεργασία δεδομένων.
  - Περιγραφική στατιστική και συσχετίσεις μεταξύ μεταβλητών.
  - Μη παραμετρικοί έλεγχοι.
  - Ποσοτική ανάλυση: Βασικά στατιστικά μεγέθη, Έλεγχος υποθέσεων, Ανάλυση διακύμανσης (ANOVA).
  - Ποιοτική ανάλυση: Ανάλυση περιεχομένου, Social Media, πειραματικές μέθοδοι.
  - Βασικά στοιχεία αναλυτικής του μάρκετινγκ (marketing analytics).
  - Σύνταξη και παρουσίαση αναφορών και αποτελεσμάτων ερευνητικής διαδικασίας.
- Αξιολόγηση φοιτητών:
- Γραπτή εξέταση (60%)
  - Παρουσιάσεις εργασιών ατομικές και ομαδικές (40%)
- Βιβλιογραφία:
1. Field, A. (2013). *Discovering statistics using IBM SPSS*. Sage
  2. Grus, J. (2019). *Data science from scratch: First principles with Python (2nd Edition)*. O'Reilly Media Inc, USA.
  3. Malhotra, N. K., Nunan, D., and Birks, D. F. (2017). *Marketing Research: an applied approach (5th edition)*. Pearson.
  4. Mazzocchi, M. (2008). *Statistics for marketing and consumer research*. Sage.
  5. Provost, F., and Fawcett, T. (2013). *Data science for business*. O'Reilly Media Inc, USA.
  6. Radziwill, M. N., and Benton, C. M. (2019). *Statistics (the easier way) with R (3rd Edition)*. Lapis Lucera, USA.
  7. Sekaran, U., and Bougie, R. (2010). *Research methods for business: A skill building approach (5th Edition)*. Wiley.
  8. Σιώμος, Γ., και Βασιλακοπούλου (2005). *Εφαρμογή μεθόδων ανάλυσης στην έρευνα αγοράς*. Εκδόσεις Σταμούλης, Αθήνα.

## 2ο Εξάμηνο

Ηλεκτρονικό Εμπόριο και Ψηφιακές Αγορές (E-Commerce and Digital Markets)

### Εξάμηνο: 2ο

Κατεύθυνση-Τύπος:

Υποχρεωτικό - Γενικού Υποβάθρου

Εβδομαδιαία διδασκαλία: 3

Πιστωτικές μονάδες (ECTS): 7,5

Μαθησιακά αποτελέσματα:

Στόχος του μαθήματος είναι η κατανόηση και εξοικείωση με τις σύγχρονες λύσεις και εφαρμογές του ηλεκτρονικού εμπορίου και του ηλεκτρονικού επιχειρείν από άποψη επιχειρησιακή, τεχνολογική, συνθηκών αγοράς και περιβάλλοντος. Αναμένεται να προσεγγιστούν καίρια ζητήματα ηλεκτρονικών συναλλαγών και επιχειρηματικών η-υπηρεσιών που επηρεάζουν άμεσα ή έμμεσα τη σύγχρονη επιχείρηση, εικονική ή/και παραδοσιακή. Ειδικότερα, βασικές ενότητες του μαθήματος θα αποτελέσουν: η μελέτη των ηλεκτρονικών επιχειρηματικών μοντέλων και των χαρακτηριστικών τους, η σημασία των κοινωνικών δικτύων και των κινητών συσκευών

στο σύγχρονο ηλεκτρονικό εμπόριο, τα στάδια του ηλεκτρονικού εφοδιασμού και των διεπιχειρησιακών η-συναλλαγών, τα είδη και τα χαρακτηριστικά των ηλεκτρονικών πληρωμών, η ασφάλεια των συναλλαγών και η σύνδεση των βασικών επιχειρησιακών εφαρμογών με το ηλεκτρονικό εμπόριο. Οι προαναφερθέντες θεματικές αναμένεται να προσεγγιστούν και μέσω μελετών περιπτώσεων (case studies). Επίσης, σε εργαστηριακό επίπεδο, οι φοιτητές αναμένεται να αναπτύξουν και να διαχειριστούν ιστοτόπους, με τη χρήση συστημάτων διαχείρισης περιεχομένου.

Με την περάτωση του μαθήματος οι φοιτητές θα είναι σε θέση να:

1. Αναγνωρίζουν τη σημαντικότητα του ηλεκτρονικού εμπορίου στο σύγχρονο επιχειρείν.
2. Διακρίνουν τις βασικές κατηγορίες των ηλεκτρονικών επιχειρηματικών μοντέλων.
3. Αναγνωρίζουν τα κύρια χαρακτηριστικά των ηλεκτρονικών επιχειρηματικών δράσεων.
4. Διακρίνουν τις βασικές κατηγορίες του διεπιχειρησιακού ηλεκτρονικού εμπορίου και του ηλεκτρονικού εφοδιασμού.
5. Αναγνωρίζουν τα κύρια ζητήματα ασφάλειας στις ηλεκτρονικές συναλλαγές.
6. Αξιολογούν τις δυνατότητες των παρεχόμενων συστημάτων ηλεκτρονικών πληρωμών.
7. Αναγνωρίζουν τη σημαντικότητα των κινητών συσκευών και των κοινωνικών δικτύων στο σύγχρονο ηλεκτρονικό εμπόριο.
8. Αξιολογούν και επιλέγουν ποιες λύσεις ηλεκτρονικών συναλλαγών ταιριάζουν καλύτερα στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των ηλεκτρονικών επιχειρηματικών μοντέλων.
9. Αναγνωρίζουν τη σημαντικότητα των κυριότερων επιχειρησιακών εφαρμογών στη διεκπεραίωση λύσεων ηλεκτρονικού εμπορίου.
10. Αναπτύσσουν και διαχειρίζονται αλληλεπιδραστικές ιστοσελίδες.

Περιεχόμενο μαθήματος:

Στα πλαίσια του μαθήματος εξετάζονται τα έξης αντικείμενα:

- Εισαγωγικά ζητήματα και έννοιες προσεγγίσεις του ηλεκτρονικού εμπορίου/επιχειρείν.
- Ηλεκτρονικά επιχειρηματικά μοντέλα.
- Ολοκληρωμένη θεώρηση διαδικασίας ηλεκτρονικής επιχειρηματικής δράσης.
- Εικονικές επιχειρήσεις.
- Διεπιχειρησιακό Ηλεκτρονικό Εμπόριο και ηλεκτρονικός εφοδιασμός.
- Κινητό εμπόριο/επιχειρείν.
- Κοινωνικά δίκτυα και ηλεκτρονικό εμπόριο/επιχειρείν.
- Στρατηγική και σχεδιασμός ηλεκτρονικού καταστήματος.
- Ηλεκτρονικές πληρωμές.
- Πληροφοριακά συστήματα διαχείρισης σχέσεων με πελάτες και ηλεκτρονικό εμπόριο/επιχειρείν.
- Εφοδιαστική αλυσίδα και ηλεκτρονικό εμπόριο.
- Ασφάλεια ηλεκτρονικού εμπορίου.
- Εφαρμογή του ηλεκτρονικού/κινητού εμπορίου/επι-

χειρούν σε διάφορους εμπορικούς κλάδους.

- Ανάπτυξη ιστοτόπου με χρήση συστήματος διαχείρισης περιεχομένου (CMS).

Αξιολόγηση φοιτητών:

- Γραπτή εξέταση (60%)

- Παρουσιάσεις εργασιών ατομικές και ομαδικές (40%)

Βιβλιογραφία:

1. Chaffey, D. (2016). Ψηφιακές Επιχειρήσεις και Ηλεκτρονικό Εμπόριο: Στρατηγική, Υλοποίηση και Εφαρμογή. Εκδόσεις Κλειδάριθμος ΕΠΕ, Αθήνα.

2. King, D., Turban, D. C., Turban, E., Lee, J., Liang, T.-P. (2015). Ηλεκτρονικό Εμπόριο. Εκδόσεις Χ. Γκιούρδα και ΣΙΑ ΕΕ, Αθήνα.

3. Laudon, K. and Traver, C. G. (2018). Ηλεκτρονικό Εμπόριο (14η έκδοση). Εκδόσεις Α. Παπασωτηρίου και ΣΙΑ ΙΚΕ, Αθήνα.

4. Rutledge, P.-A. (2014). Οπτικός οδηγός του WordPress. Εκδόσεις Μ. Γκιούρδας, Αθήνα.

5. Βλαχοπούλου Μ., και Δημητριάδης Σ. (2014), Ηλεκτρονικό Επιχειρείν και Μάρκετινγκ - Καινοτόμα μοντέλα και στρατηγικές στην ψηφιακή εποχή. Rosilis, Αθήνα.

6. Βλαχοπούλου, Μ. (2020). Ψηφιακό Μάρκετινγκ: Από τη θεωρία στην πράξη. Εκδόσεις Rosili, Αθήνα.

7. Μπίκας, Γ. (2015). Μάθετε το WordPress 4x. Εκδόσεις Κλειδάριθμος, Αθήνα.

8. Επιπλέον άρθρα, μελέτες περιπτώσεων και υλικό θα δίνονται κατά τη διάρκεια των διαλέξεων σύμφωνα με την επικαιρότητα και τις εξελίξεις στην οικονομία και τις επιχειρήσεις.

Στρατηγική Ηλεκτρονικής Επιχείρησης και

Ψηφιακού Μάρκετινγκ -

(E-Business and Digital Marketing Strategy)

Εξάμηνο: 2ο

Κατεύθυνση-Τύπος:

Υποχρεωτικό - Γενικού Υποβάθρου

Εβδομαδιαία διδασκαλία: 3

Πιστωτικές μονάδες (ECTS): 7,5

Μαθησιακά αποτελέσματα:

Η στρατηγική μίας επιχείρησης αποτελεί τον οδηγό για την ανάπτυξη και επέκταση της, είτε στο ψηφιακό είτε στο παραδοσιακό επιχειρείν. Στο μάθημα αυτό θα εξετάσουμε τις πηγές του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος για τις e-επιχειρήσεις και θέματα που άπτονται στο στρατηγικό ψηφιακό marketing.

Οι φοιτητές θα έρθουν σε επαφή και θα εξοικειωθούν με τα πιο σημαντικά εργαλεία στρατηγικής ανάλυσης και λήψης στρατηγικών αποφάσεων. Με τη βοήθεια μελετών περιπτώσεων θα εστιάσουμε την προσοχή μας σε θέματα εισόδου σε νέες αγορές, διαφοροποίησης, ψηφιακού μετασχηματισμού και θα εξετάσουμε τα νέα μοντέλα e-επιχειρείν και ψηφιακού marketing.

Τέλος, οι φοιτητές μέσα από ένα project, που θα εκπονήσουν στο πλαίσιο του μαθήματος, θα κατανοήσουν τη διαδικασία του στρατηγικού σχεδιασμού για το ηλεκτρονικό επιχειρείν και το ψηφιακό marketing.

Με την περάτωση του μαθήματος οι φοιτητές θα είναι σε θέση να:

1. Κατανοούν τη σημασία της στρατηγικής στο σύγχρονο ψηφιακό περιβάλλον

2. Αναλύουν το εξωτερικό και εσωτερικό στρατηγικό περιβάλλον μιας e-επιχείρησης

3. Σχεδιάζουν, επιλέγουν και να υλοποιούν στρατηγικές για e-επιχειρείν και ψηφιακό marketing

4. Αξιολογούν την αποτελεσματικότητα της εκάστοτε στρατηγικής

5. Παρουσιάζουν αναφορές σχετικές με την στρατηγική που έχει επιλεγεί και τα αποτελέσματα της.

Περιεχόμενο μαθήματος:

Στα πλαίσια του μαθήματος εξετάζονται τα έξης αντικείμενα:

- Στρατηγική: Κύρια στοιχεία και βασικές στρατηγικές ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος

- Ανάλυση εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος: SWOT και PESTEL analysis

- Στρατηγική ανάλυση σύγχρονου ψηφιακού περιβάλλοντος.

- Στρατηγικό marketing: έννοια και σημασία.

- Στρατηγικός σχεδιασμός e-επιχειρείν και ψηφιακού marketing

- Τεχνικές Λήψης αποφάσεων

- Επιλογή στρατηγικής και υλοποίηση στρατηγικής.

- Αξιολόγηση στρατηγικών e-επιχειρείν και ψηφιακού marketing

- Νέα μοντέλα e-επιχειρείν, και ψηφιακός μετασχηματισμός.

- Μελέτες Περιπτώσεων - Project

Αξιολόγηση φοιτητών:

- Εκπόνηση και παρουσίαση εργασιών ατομικών και ομαδικών (100%)

Βιβλιογραφία:

1. Angeloska-Dichovska, M., and Petkovska-Mirchevska, T. (2017). Challenges of the Company in the New Economy and Development of E-business Strategy. Strategic Management, 22(2), 27-35.

2. Chaffey, D. (2015). E-business and E-commerce Management: Strategy, Implementation and Practice. Pearson Education.

3. Felix, R., Rauschnabel, P.A. and Hinsch, C. (2017), "Elements of strategic social media marketing: a holistic framework", Journal of Business Research, Vol. 70, pp. 118-126.

4. Jelassi, T., and Enders, A. (2014) Strategies for e-Business: Concepts and Cases, 3rd Edition, Pearson Education.

5. Johnson, G., Scholes, K., and Whittington, R. (2019). Exploring corporate strategy: text and cases, 12th edition. Pearson education.

6. Hagberg, J., Sundstrom, M. and Egels-Zandén, N. (2016), "The digitalization of retailing: an exploratory framework", International Journal of Retail and Distribution Management, Vol. 44 No. 7, pp. 694-712.

7. Mithas, S., Tafti, A., and Mitchell, W. (2013). How a firm's competitive environment and digital strategic posture influence digital business strategy. MIS quarterly, 511-536.

8. Ross, J. W., Beath, C. M., and Sebastian, I. M. (2017). How to develop a great digital strategy. MIT Sloan Management Review, 58(2), 7.

9. Trainor, K.J. (2012), Relating social media technologies to performance: a capabilities- based perspective, *Journal of Personal Selling and Sales Management*, Vol. 32 No. 3, pp. 317-331.

10. Tsimonis, G., and Dimitriadis, S. (2014). Brand strategies in social media. *Marketing Intelligence and Planning*, 32(3), 328-344.

11. Παπαδάκης Β., (2016), *Στρατηγική των Επιχειρήσεων: Ελληνική και διεθνή εμπειρία.*, Εκδ/Μπένου, Αθήνα.

12. Επιπλέον άρθρα, μελέτες περιπτώσεων και υλικό θα δίνονται κατά τη διάρκεια των διαλέξεων σύμφωνα με την επικαιρότητα και τις εξελίξεις στην οικονομία και τις επιχειρήσεις.

Ανάπτυξη και Χρηματοδότηση Έργων  
Ηλεκτρονικού Επιχειρείν -  
(Developing and Financing an E-Business Project).

Εξάμηνο: 2ο

Κατεύθυνση-Τύπος:

Υποχρεωτικό - Γενικού Υποβάθρου

Εβδομαδιαία διδασκαλία: 3

Πιστωτικές μονάδες (ECTS): 7,5

Μαθησιακά αποτελέσματα:

Η ραγδαία ανάπτυξη της χρήσης ψηφιακής τεχνολογίας σε όλους τους τομείς της οικονομικής δραστηριότητας δημιούργησε σημαντικές ευκαιρίες για την ανάπτυξη καινοτόμων επιχειρηματικών δράσεων που προσφέρουν ψηφιακά προϊόντα και υπηρεσίες τόσο σε καταναλωτές όσο και σε επιχειρήσεις.

Στόχος του μαθήματος είναι να προσφέρει στους φοιτητές τις ικανότητες και δεξιότητες που απαιτούνται για τη δημιουργία μιας νεοφυούς επιχείρησης (startup) που θα έχει ως αντικείμενο το ψηφιακό επιχειρείν. Στο πρώτο μέρος του μαθήματος το ενδιαφέρον μας εστιάζεται στην έννοια και τη σημασία της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας στο ψηφιακό περιβάλλον, και στους τρόπους με τους οποίους μπορούμε να το αναλύσουμε προκειμένου να αναγνωρίσουμε ευκαιρίες και επιχειρηματικές ιδέες. Στο δεύτερο μέρος οι φοιτητές μαθαίνουν με εφαρμοσμένο τρόπο τη σύνταξη ενός επιχειρηματικού σχεδίου για e-επιχειρήσεις (startups), αλλά και τον τρόπο με τον οποίο δημιουργείται και διαχειρίζεται μια ομάδα που καλείται να υλοποιήσει μια επιχειρηματική ιδέα. Στο τρίτο και τελευταίο μέρος του μαθήματος παρουσιάζονται οι κύριες πηγές χρηματοδότησης μια επιχειρηματικής ιδέας, αλλά και ψηφιακά εργαλεία χρηματοδότησης (crowdfunding, ICOs).

Κεντρικό ρόλο στο μάθημα αυτό έχει η ανάληψη ενός project από τους φοιτητές, στο πλαίσιο του οποίου καλούνται να συντάξουν το επιχειρηματικό πλάνο για μια επιχείρηση που θα χρησιμοποιεί την ψηφιακή τεχνολογία και τα ψηφιακά εργαλεία.

Με την περάτωση του μαθήματος οι φοιτητές θα είναι σε θέση να:

1. Αντιλαμβάνονται τις βασικές αρχές της επιχειρηματικότητας και καινοτομίας στο ψηφιακό περιβάλλον για μια νεοφυής επιχείρηση (startup).

2. Αναγνωρίζουν και να αξιολογούν επιχειρηματικές ευκαιρίες και ιδέες.

3. Συντάσσουν και να επικοινωνούν ένα επιχειρηματικό πλάνο.

4. Δημιουργούν και να διαχειρίζονται ομάδες έργου (team management).

5. Κατανοούν και να αξιοποιούν τις διαθέσιμες πηγές χρηματοδότησης.

Περιεχόμενο μαθήματος:

Στα πλαίσια του μαθήματος εξετάζονται τα εξής αντικείμενα:

- Επιχειρηματικότητα και καινοτομία στο ψηφιακό (οικονομικό) περιβάλλον.

- Επιχειρηματικό σχέδιο μιας e-Επιχείρησης - Business model Canvas

- Διαχείριση ομάδων και καινοτομίας.

- Χαρακτηριστικά και προβλήματα μια e-business Startup.

- Χρηματοδότηση e-επιχείρησης.

- Venture capital

- Σύγχρονες μορφές Χρηματοδότησης I: Crowdfunding

- Σύγχρονες μορφές Χρηματοδότησης II: Initial Coin Offering (ICO).

- Μελέτες Περιπτώσεων - Project

- Αξιολόγηση φοιτητών:

- Εκπόνηση και παρουσίαση εργασιών ατομικών και ομαδικών (100%)

- Βιβλιογραφία:

1. Aulet, B. (2013). *Disciplined entrepreneurship: 24 steps to a successful startup*. John Wiley and Sons.

2. Bygrave W.B., Zacharakis A., and Corbett A.C (2019) *Entrepreneurship*. 5th edition, Wiley.

3. Chaffey, D. (2015). *E-business and E-commerce Management: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson Education.

4. Ghezzi, A., and Cavallo, A. (2018). Agile business model innovation in digital entrepreneurship: Lean startup approaches. *Journal of business research*.

5. Kraus, S., Palmer, C., Kailer, N., Kallinger, F. L., and Spitzer, J. (2019). *Digital entrepreneurship*. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*.

6. Nambisan, S. (2017). *Digital entrepreneurship: Toward a digital technology perspective of entrepreneurship*. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(6), 1029-1055.

7. Richter, C., Kraus, S., Brem, A., Durst, S., and Giselsbrecht, C. (2017). *Digital entrepreneurship: Innovative business models for the sharing economy*. *Creativity and Innovation Management*, 26(3), 300-310.

8. Ries E., (2011)., *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses.*, Currency.

9. Spinelli, S., and Adams, R. (2015)., *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century*, 10th edition., McGraw-Hill.

10. Βλαχοπούλου Μ., Δημητριάδης Σ. (2014), *Ηλεκτρονικό Επιχειρείν και Μάρκετινγκ - Καινοτόμα μοντέλα και στρατηγικές στην ψηφιακή εποχή.*, E.Rosili Business Books, Αθήνα.

11. Σαλαβου Ε., (2013). *Καινοτομία και αλλαγή στο Επιχειρείν.*, E.Rosili Business Books, Αθήνα.

12. Επιπλέον άρθρα, μελέτες περιπτώσεων και υλικό θα δίνονται κατά τη διάρκεια των διαλέξεων σύμφωνα με την επικαιρότητα και τις εξελίξεις στην οικονομία και τις επιχειρήσεις.

Έρευνα Αγοράς και Επιστήμη Δεδομένων II -  
(Market Research and Data Science II)

Εξάμηνο: 1ο

Κατεύθυνση-Τύπος:

Υποχρεωτικό - Γενικού Υποβάθρου

Εβδομαδιαία διδασκαλία: 3

Πιστωτικές μονάδες (ECTS): 7,5

Μαθησιακά αποτελέσματα:

Σκοπός του μαθήματος είναι η κατανόηση, η γνώση και η εφαρμογή μεθόδων πολυμεταβλητής (πολυπαραγοντικής) ανάλυσης δεδομένων, για την υλοποίηση διαδικασιών προηγμένης στατιστικής ανάλυσης και εφαρμογή τους στο πεδίο της έρευνας αγοράς και του μάρκετινγκ. Η πολυμεταβλητή ανάλυση ασχολείται με μεθόδους συλλογής, περιγραφής και ανάλυσης ενός συνόλου υποκείμενων ή πειραματικών μονάδων που περιγράφονται από πολλές μεταβλητές. Η χρήση αυτών των μεθόδων αποτελεί πάγια και διαδεδομένη τακτική στις επιχειρήσεις και τους οργανισμούς, για την υποστήριξη στη λήψη αποφάσεων. Μάλιστα, έχουν γίνει ιδιαίτερα δημοφιλείς τα τελευταία χρόνια, καθώς η τεχνολογική εξέλιξη και οι σχετικές παρεχόμενες λύσεις προσφέρουν εύκολη πρόσβαση σε κατακερματισμένα δεδομένα μεγάλου όγκου (big data). Η διδακτέα ύλη αποτελεί συνέχεια του αντίστοιχου μαθήματος του 1ου εξαμήνου και αποβλέπει στη δυνατότητα των φοιτητών να χειριστούν ολιστικά τις σύγχρονες ανάγκες του ψηφιακού μάρκετινγκ για σύνθετη και εις βάθος ανάλυση δεδομένων και ερμηνεία των αντίστοιχων αποτελεσμάτων μέσω της σύνταξης εκθέσεων. Ειδικότερα, εξετάζονται και μελετώνται αναλύσεις παλινδρόμησης (regression analysis), παραγοντικές αναλύσεις (factor analysis), αναλύσεις ομάδων (cluster analysis), διάκρισης (discriminant Analysis), παραγοντικές αναλύσεις των αντιστοιχιών (correspondence Analysis) και conjoint analysis. Το μάθημα ολοκληρώνεται με αναφορά σε εισαγωγικά ζητήματα και εννοιολογικές προσεγγίσεις της SEM (Structural Equation Modeling).

Με την περάτωση του μαθήματος οι φοιτητές θα είναι σε θέση να:

1. Γνωρίζουν τις πολυμεταβλητές (πολυπαραγοντικές) μεθόδους ανάλυσης δεδομένων.
2. Εφαρμόζουν αναλύσεις παλινδρόμησης.
3. Υλοποιούν παραγοντικές αναλύσεις.
4. Υιοθετούν αναλύσεις ομάδων για την κατηγοριοποίηση δεδομένων σχετικών με το μάρκετινγκ.
5. Εφαρμόζουν αναλύσεις διάκρισης και παραγοντικές αναλύσεις αντιστοιχιών.
6. Υλοποιούν conjoint analysis.
7. Γνωρίζουν τη σημασία της SEM στο σύγχρονο μάρκετινγκ.
8. Κατανοούν και ερμηνεύουν τα αποτελέσματα των αναλύσεών τους.
9. Συντάσσουν αναφορές των αποτελεσμάτων της ερευνητικής τους διαδικασίας.

Περιεχόμενο μαθήματος:

Στα πλαίσια του μαθήματος εξετάζονται τα έξης αντικείμενα:

· Εισαγωγή στην πολυπαραγοντική ανάλυση δεδομένων (Multivariate Data Analysis).

- Ανάλυση παλινδρόμησης (Regression Analysis).
- Διερευνητική και Επιβεβαιωτική Παραγοντική ανάλυση (Exploratory και Confirmatory Factor Analysis).
- Ανάλυση ομάδων (Cluster Analysis).
- Ανάλυση διάκρισης (Discriminant Analysis).
- Παραγοντική ανάλυση των αντιστοιχιών (Correspondence Analysis).
- Conjoint Analysis.
- Εισαγωγή στη SEM (Structural Equation Modeling).
- Σύνταξη και παρουσίαση αναφορών και αποτελεσμάτων ερευνητικής διαδικασίας.

Αξιολόγηση φοιτητών:

· Γραπτή εξέταση (60%)

· Παρουσιάσεις εργασιών ατομικές και ομαδικές (40%)

Βιβλιογραφία:

1. Field, A. (2013). *Discovering statistics using IBM SPSS*. Sage
2. Grus, J. (2019). *Data science from scratch: First principles with Python* (2nd Edition). O'Reilly Media Inc, USA.
3. Malhotra, N. K., Nunan, D., and Birks, D. F. (2017). *Marketing Research: an applied approach* (5th edition). Pearson.
4. Mazzocchi, M. (2008). *Statistics for marketing and consumer research*. Sage.
5. Provost, F., and Fawcett, T. (2013). *Data science for business*. O'Reilly Media Inc, USA.
6. Radziwill, M. N., and Benton, C. M. (2019). *Statistics (the easier way) with R* (3rd Edition). Lapis Lucera, USA.
7. Σιώμκος, Γ., και Βασιλακοπούλου (2005). *Εφαρμογή μεθόδων ανάλυσης στην έρευνα αγοράς*. Εκδόσεις Σταμούλης, Αθήνα.

ΔΙΔΑΣΚΟΝΤΕΣ

Διδάσκοντες του Τμήματος Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας:

ΑΝΤΩΝΙΑΔΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ

Αναπληρωτής Καθηγητής. Πανεπιστήμιο Δυτικής Μακεδονίας. Σχολή Οικονομικών Επιστημών. Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας.

Γνωστικό αντικείμενο: Εταιρική Διακυβέρνηση αποδοτικότητα και επενδύσεις.

Σύντομο βιογραφικό σημείωμα

Ο Δρ. Αντωνιάδης Ιωάννης διδάσκει μαθήματα Διοίκησης, Στρατηγικής Επιχειρήσεων και Marketing. Έχει σπουδάσει Αγροτική Οικονομία, Οικονομικά και Εταιρική Διακυβέρνηση στο Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης και Οικονομικά και Marketing στο Πανεπιστήμιο του Reading στο Ην. Βασίλειο. Ακόμη έχει εργαστεί ως σύμβουλος επιχειρήσεων σε θέματα στρατηγικής και επενδύσεων στον πρωτογενή και δευτερογενή τομέα για 6 χρόνια, αλλά και ως αξιολογητής επενδύσεων και χρηματοδοτήσεων μικρομεσαίων Επιχειρήσεων στην ΑΤΕbank για 3 χρόνια. Έχει διδάξει μαθήματα οικονομικών, διοίκησης επιχειρήσεων και marketing, σε τμήματα των ΤΕΙ Δυτικής Μακεδονίας, Α.ΤΕΙ Θεσσαλονίκης, και στο ΤΕΙ Καβάλας, τόσο σε προπτυχιακό όσο και σε μεταπτυχιακό επίπεδο.

Τα ακαδημαϊκά του ενδιαφέροντα και το δημοσιευμένο του επιστημονικό έργο περιστρέφονται γύρω από

θέματα στρατηγικής επιχειρήσεων και εξωστρέφειας, τη σχέση των δομών της Εταιρικής Διακυβέρνησης και απόδοτικότητας των επιχειρήσεων, και το ηλεκτρονικό marketing και τα social media.

Ενδεικτικές επιστημονικές δημοσιεύσεις

Antoniadis, I., Spinthiropoulos, K., and Kontsas, S. (2020). Blockchain Applications in Tourism and Tourism Marketing: A Short Review. In *Strategic Innovative Marketing and Tourism* (pp. 375-384). Springer, Cham.

Antoniadis, I., Gkasis, C., and Kontsas, S. (2019). The Relationship of Insider Trading Announcements, Ownership Structure and Corporate Governance: An Event Study Analysis of Athens Stock Exchange Market Technology Firms. *International Journal of Economics and Finance*, 11(7), 1-13.

Antoniadis, I., Paltsoglou, S., and Patoulidis, V. (2019). Post popularity and reactions in retail brand pages on Facebook. *International Journal of Retail and Distribution Management*.

Antoniadis, I., Assimakopoulos, C., and Koukoulis, I. (2019). Attitudes of college students towards online advertisement in social networking sites: a structural equation modelling approach. *International Journal of Internet Marketing and Advertising*, 13(2), 137-154.

Assimakopoulos, C., Antoniadias, I., Kayas, O. G., and Dvizac, D. (2017). Effective social media marketing strategy: Facebook as an opportunity for universities. *International Journal of Retail and Distribution Management*.

ΒΑΓΓΕΛΗΣ ΣΑΠΡΙΚΗΣ

Επίκουρος Καθηγητής. Πανεπιστήμιο Δυτικής Μακεδονίας. Σχολή Οικονομικών Επιστημών. Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας.

Γνωστικό αντικείμενο: Ηλεκτρονικό Επιχειρείν  
Σύντομο βιογραφικό σημείωμα

Έχει πολυετή διδακτική και ερευνητική εμπειρία, συνεργαζόμενος τόσο με άλλα δημόσια ΑΕΙ της χώρας (Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, Πολυτεχνική Σχολή Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης, Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, ΤΕΙ Δυτικής Μακεδονίας) όσο και με ιδιωτικά Κολέγια (City College - International Faculty of the University of Sheffield, New York College), σε προπτυχιακά και μεταπτυχιακά προγράμματα σπουδών. Αποφοίτησε από το Τμήμα Εφαρμοσμένης Πληροφορικής του Πανεπιστημίου Μακεδονίας και ολοκλήρωσε τις μεταπτυχιακές του σπουδές στα Πληροφοριακά Συστήματα και τη διδακτορική του διατριβή στις διεπιχειρησιακές ηλεκτρονικές αγορές, στο ίδιο Πανεπιστήμιο. Τα ερευνητικά του ενδιαφέροντα επικεντρώνονται στο ηλεκτρονικό εμπόριο/επιχειρείν, την ηλεκτρονική συμπεριφορά καταναλωτή, το κινητό εμπόριο και τα πληροφοριακά συστήματα. Έχει εργαστεί σε 3 ερευνητικά προγράμματα και έχει δημοσιεύσει περισσότερες από 40 εργασίες σε διεθνή περιοδικά και συνέδρια.

Ενδεικτικές δημοσιεύσεις

Saprikis, V., Vlachopoulou, M., and Markos, A. (2019). Modeling Consumers' Payment Behavior Towards Contactless Cards. *International Journal of Business Information Systems*. (Accepted for publication).

Saprikis, V., and Markos, A. (2018). Modeling Users' Acceptance of Social Commerce. *International Journal of e-Business Research*, 14 (4), pp. 28-50.

Saprikis, V., Markos, A., Zampou, T. and Vlachopoulou, M. (2018). Mobile Shopping Consumers' Behavior: An Exploratory Study and Review. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce*, 13 (1), pp. 71-90.

Saprikis, V. (2018). Terrestrial Versus Online Gamblers: An Empirical Study on Their Perceptions Towards e-Gambling. In: Khosrow-Pour, M. *Optimizing Current Practices in e-Services and Mobile Applications*. IGI-Global Publishing. Hershey, Pennsylvania, USA, pp. 24-47.

Gkiolnta, E., Saprikis, V. and Vlachopoulou, M. (2017). The Mobile Shopping Engagement: Surveys' Review and Empirical Study. *Journal of Marketing and Consumer Behaviour in Emerging Markets*, 2 (6), pp. 7796.

Saprikis, V. (2016). An Empirical Investigation on Terrestrial and Online Gamblers' Perceptions Towards e-Gambling Activities. *International Journal of E-Services and Mobile Applications*, 8 (1), pp. 37-46.

Saprikis, V. (2015). An Empirical Investigation of Internet Users' Perceptions Towards National and International e-Shops. *International Journal of Electronic Adoption*, 7 (2), pp. 45-59.

Saprikis, V. (2013). Suppliers' Behavior on the Post-Adoption Stage of Business-to-Business e-Reverse Auctions: An exploratory Study. *Telematics and Informatics*, 30 (2), pp. 132-143.

Saprikis, V. (2013). A longitudinal investigation on Greek university students' perceptions towards online shopping. *Journal of Electronic Commerce in Organizations*, 11 (1), pp. 43- 62.

Saprikis, V. and Vlachopoulou, M. (2012). Determinants of Suppliers' Level of Use of B2B eMarketplaces. *Industrial Management and Data Systems*, 112 (4), pp. 619-643.

Zampou, T., Saprikis, V., Markos, A. and Vlachopoulou, M. (2012). Modeling Users' Acceptance of Mobile Services. *Electronic Commerce Research Journal*, 12 (2), pp. 225-248.

Saprikis, V., Vlachopoulou, M. and Manthou, V. (2010). The Greek B2B e-Marketplace Environment: An Empirical Investigation. *Proceedings of the IADIS International Conference on e-Commerce*. (pp. 53-60). July 28-30, Freiburg, Germany (Best paper conference award).

Saprikis, V., Chouliara, A. and Vlachopoulou, M. (2010). Perceptions Towards Online Shopping: Analyzing the Greek University Students' Attitude. *Communications of the IBIMA*, Article ID 854516.

Saprikis, V., Vlachopoulou, M. and Manthou, V. (2009). A Typology Framework of Greek B2B eMarketplaces. *International Journal of Business Innovation and Research*, 3 (3), pp. 252-267.

ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΣΠΙΝΘΗΡΟΠΟΥΛΟΣ

Επίκουρος Καθηγητής. Πανεπιστήμιο Δυτικής Μακεδονίας. Σχολή Οικονομικών Επιστημών. Τμήμα Διοίκησης Επιστήμης και Τεχνολογίας.

Γνωστικό αντικείμενο: Διοίκηση αποδοτικότητα, βιωσιμότητα και ανάπτυξη Επιχειρήσεων



**Σύντομο βιογραφικό σημείωμα**

Είναι κάτοχος δύο προπτυχιακών τίτλων σπουδών στον τομέα των εφαρμοσμένων οικονομικών και διοίκησης επιχειρήσεων, ενώ έλαβε το Μεταπτυχιακό Τίτλο Σπουδών (M.Sc.) από το Τμήμα Εφαρμοσμένης Πληροφορικής της Σχολής Οικονομικών και Κοινωνικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Μακεδονίας της Θεσσαλονίκης. Κατέχει επίσης Διδακτορικό Δίπλωμα από το Τμήμα Διεθνών και Ευρωπαϊκών Σπουδών του Πανεπιστημίου Μακεδονίας (Θεσσαλονίκη). Έχει εργαστεί εδώ και πάνω από μία δεκαετία σε ελληνικές επιχειρήσεις, ενώ παράλληλα ήταν επιστημονικός συνεργάτης στο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Δυτικής Μακεδονίας στον τομέα της εφαρμοσμένης οικονομίας. Έχει γράψει περισσότερα από 50 άρθρα σε διάφορα περιοδικά ή συνέδρια.

**Ενδεικτικές επιστημονικές δημοσιεύσεις**

Spinthiropoulos K., Garefalakis A, Stiakakis E and Chatsivasiliadou S (2010) "Financial Development and Economic Growth: An Empirical Research About Greece-Cointegration Test", International Conference on Applied Economics pp 743-748. Proceedings: ICOAE 2010, Department of Economic Sciences, National and Kapodistrian University of Athens 26-28 Aug Athens, 2010.

Konstantinos Spinthiropoulos, Christos Nikas and Eleni Zafeiriou (2017) "The Growth and Crisis of the Greek Economy in a Kaldorian Framework". International Review of Applied Economics. (International Journal of Application or Innovation in Engineering and Management (IJAIEM), Volume 7, Issue 4, April 2018, pp 17-27.). Index in Scopus.

Konstantinos Spinthiropoulos, "Rebooting of Greek Economy through the potential role of service sector and tourism". 3rd International Scientific Conference "Productive Reconstruction of Greece: Alternative Strategies", Kozani 7-9 December 2018.

C.G. Tsanaktsidis, K.G. Spinthiropoulos, "Implementation of Basic Principles of Econometric Analysis in Petroleum Technology; A review of the econometric", IntechOpen. Index in Scopus- Web of Science (Accepted for Publication) 2018.

Constantinos Tsanaktsidis, Eleni Zafeiriou, Konstantinos Spinthiropoulos and George Kasapidis and Aikaterini Itziou, "Oreganum vulgare; techno - economic analysis for the alternative uses and the role of soil - climate conditions". The 4th International Conference on Agricultural and Biological Sciences (ABS 2018), June 26th -29th, Hangzhou, Zhejiang, China (Accepted), Paper ID: ABS2651 - Index in Scopus, 2018.

**ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΖΗΣΟΠΟΥΛΟΣ**

Καθηγητής. Πανεπιστήμιο Δυτικής Μακεδονίας. Σχολή Οικονομικών Επιστημών. Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας.

Γνωστικό αντικείμενο: Προγραμματισμός Η/Υ.

Σπουδές

Πτυχιούχος Πολυτεχνείου και Master στο Α.Π.Θ. Διδακτορικό Δίπλωμα:

α. Linguistique

β. Στρατηγική Διαχείριση

**Ενδεικτικές επιστημονικές δημοσιεύσεις**

"Multimedia Learning Materials", Zissopoulos Dimitrios, International Linguistics Association, AILA-APΘ, worldwide conference 15-19 April 1990, Thessaloniki.

"Visualisation of linear programming algorithms", Lazaridis, V., Paparrizos, K., Samaras, N., Zissopoulos, D., in Proc. 13th National Conference in Transport and New Technologies, Hellenic Operational Research Society, 30 November-2 December, University of Piraeus, Greece, pp. 729- 737, 2000 (in Greek).

"Eupsychian Management Implementation", Dimitrios Athanasios Zissopoulos and Iraklis G Mavromatidis, ECONOMIC THOUGHT, BULGARIAN ACADEMY of SCIENCE, vol 3-2000, Sofia, Bulgaria.

"Aspects on Industrial Counseling and Interviewing of Teenagers and Students", Dr. Serdaris Panagiotis and Dr Zissopoulos Dimitrios, Bulgarian Journal of Psychology, Bulgarian Academy of Science, Bulgarian Psychological Society, 2001, Sofia, Bulgaria.

"Efficient Service Provisioning in a Multi-Domain Network Environment", Malamati Louta, Evangelos Loutas, Angelos Michalas, Stylianos Kraounakis, Dimitrios Zissopoulos, SECOND IEEE INTERNATIONAL CONFERENCE ON INTELLIGENT SYSTEMS, June 2004.

"Linking Knowledge Management and E-Learning: The Issue of Reusability", Dr. George F. Kokkinis, George Topalidis, Dr. Dimitrios Zisopoulos, issue 5/2005, REVCAD International journal, ISSN-1583-2279, University ALBA JULIA, Romania.

Zissopoulos Dimitrios, Violeta COROBCEANU, G. Topalidis, "Personality influence knowledge base application from marketing to money power demolition", New Technology and Marketing and Marketing, ISBN: 978-960- 88785-3-2, 24 and 25 May 2007, Ierapetra, Creta.

Dimitrios Zissopoulos, Panagiotis Serdaris, Andreas Karakizo, "EUTAXY-ML: meta language to homogenize a product for distribution in a custom made barter network", 12th WSEAS International Conference on SYSTEMS, Heraklion, Crete Island, Greece, July 22-24, 2008.

«Η ρητορική στον Προεκλογικό Αγώνα, τα πολλαπλά Μέσα και η χρήση τους στην πολιτική.», Ζησόπουλος Δημήτριος, Πληροφορική στη Δεκαετία 90, ΕΠΥ, 28-31 Μαΐου 1991, Ευγενίδειο Ίδρυμα.

**ΑΣΤΕΡΙΟΣ ΣΟΡΜΑΣ**

Επίκουρος Καθηγητής. Πανεπιστήμιο Δυτικής Μακεδονίας. Σχολή Οικονομικών Επιστημών. Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας.

Γνωστικό αντικείμενο: Οικονομική Πολιτική και Προγραμματισμός

Σπουδές

Πτυχίο Οικονομικών - Πανεπιστημιακό Ίδρυμα: Ανωτάτη Βιομηχανική Σχολή Θεσσαλονίκης

Master of Science Economic Policy and Planning (Οικονομική Πολιτική και Προγραμματισμός) - Πανεπιστημιακό Ίδρυμα: Northeastern University, Boston MA. 1979

Πτυχίο Παιδαγωγικών Σπουδών, ΣΕΛΕΤΕ, Θεσσαλονίκη 1990.

Σεμινάρια στην Ε. Ε. Δ. Ε. - Ο προϋπολογισμός εργαλείο ολοκληρωμένου management. - Προχωρημένο πρόγραμμα χρηματοοικονομικού management. - Οικονομικό πλάνο δράσης. - Πιστότητα πελατών (client loyalty). - Ο Εσωτερικός Έλεγχος τον 21ο Αιώνα.

#### ΣΩΤΗΡΙΑ ΤΡΙΑΝΤΑΡΗ

Καθηγήτρια. Πανεπιστήμιο Δυτικής Μακεδονίας. Σχολή Οικονομικών Επιστημών. Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας.

Γνωστικό αντικείμενο: Ηθική Και Κοινωνική Φιλοσοφία. Ρητορική, Επικοινωνία και Ηγεσία.

#### Σύντομο βιογραφικό σημείωμα

Έχει πτυχίο στην Ιστορία και Αρχαιολογία στο Πανεπιστήμιο Ιωαννίνων. Παρακολούθησε μεταπτυχιακό στη Φιλοσοφία στο Παν/μιο Tubingen στη Γερμανία. Έχει δεύτερο Πτυχίο στη Θεολογία στο Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης. Το Διδακτορικό της Δίπλωμα είναι στην Ιστορία της Φιλοσοφίας. Έχει Μεταδιδακτορικό στην Πολιτική Φιλοσοφία στο Παν/μιο Αθηνών (ΕΚΠΑ. Φιλοσοφική Σχολή). Έχει Πιστοποιητικό για την εκπαίδευση ενηλίκων από το ΕΚΕΠΙΣ με αριθμό μητρώου ΕΒ20502. Είναι κάτοχος Πιστοποιητικού για τη Διαμεσολάβηση από το Κέντρο Διαμεσολάβησης Πειραιώς. Γνωρίζει πολύ καλά τη γερμανική και αγγλική γλώσσα. Συμμετείχε και συμμετέχει σε ελληνικά και διεθνή συνέδρια σχετικά με τη μεθοδολογία της έρευνας στην Ιστορία της Φιλοσοφίας, στην Πολιτική Φιλοσοφία, στην Ηθική, στη Ρητορική, Επικοινωνία και στη Φιλοσοφική Συμβουλευτική. Έχει αρκετές συμμετοχές σε ελληνικά και διεθνή συνέδρια στην Ελλάδα και στο εξωτερικό, στο Παιδαγωγικό Ινστιτούτο, Κέντρο Εκπαιδευτικής Έρευνας, συνεργασία με το Παν/μιο του Pittsburgh σε θέματα Πολιτικής Φιλοσοφίας και Ρητορικής, Εθνικό Κέντρο Δημόσιας Διοίκησης και Αυτοδιοίκησης/Περιφερειακό Ινστιτούτο Επιμόρφωσης Θεσσαλονίκης, Οργανισμός Επιμόρφωσης Εκπαιδευτικών (Ο.Ε.Π.Ε.Κ.), πρόγραμμα του Παιδαγωγικού Ινστιτούτου, Πρόγραμμα Ειδικής Εκπαίδευσης στο Παν/μιο Αιγαίου, Πρόγραμμα Ειδικής Συμβουλευτικής, Διαχείρισης Κρίσεων και Ψυχομετρίας του Παν/μίου Αιγαίου, με θέμα: Τεχνικές Διαπραγμάτευσης και Ρητορική, Δια βίου Εκπαίδευση: Επικοινωνία και Ρητορικές τεχνικές στην Επιχειρηματικότητα. Δίδαξε σε προπτυχιακά και μεταπτυχιακά μαθήματα, εκτός από το Τμήμα Νηπιαγωγών, στη Φιλοσοφική σχολή Ιωαννίνων Αισθητική φιλοσοφία και Πολιτική Φιλοσοφία στο Τμήμα Διεθνών Ευρωπαϊκών, Πολιτικών και Οικονομικών Σπουδών του Πανεπιστημίου Μακεδονίας. Δίδαξε σε μεταπτυχιακά στο Τμήμα Νηπιαγωγών, τα μαθήματα: Ρητορική, η τέχνη του Επιχειρήματος, Ρητορική και Δημοσιογραφική Γραφή, Ρητορική και Ανάλυση λόγου, Θεωρίες της γλώσσας και της Επικοινωνίας, Οπτική Ρητορική και Σημειωτική, Ρητορική- Επικοινωνία και Φιλοσοφία. Δίδαξε η Ρητορική. Η τέχνη του Επιχειρήματος στο Τμήμα Εκπαιδευτικής και Κοινωνικής Πολιτικής του Πανεπιστημίου Μακεδονίας, και Εκκλησιαστική Ρητορική στο Παιδαγωγικό Τμήμα Δημοτικής Εκπαίδευσης της Παιδαγωγικής Σχολής του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών. Ήταν Επιστημονικά Υπεύθυνη

στο Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών Επιστήμες της Αγωγής: Εκπαίδευση στη Διαχείριση Ανθρώπινου

Δυναμικού του Παιδαγωγικού Τμήματος Νηπιαγωγών της Παιδαγωγικής Σχολής του Πανεπιστημίου Δυτικής Μακεδονίας και δίδαξε τα μαθήματα: «Εκπαίδευση στις ρητορικές τεχνικές και στα μοντέλα επικοινωνίας», «Μοντέλα Ηγεσίας» και «Μέθοδοι λήψης αποφάσεων και άμβλυνσης διαφορών». Ήταν επιστημονικά Υπεύθυνη στο Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών Επιστήμες της Αγωγής: Εκπαίδευση στη Διαχείριση Ανθρώπινου Δυναμικού-Διαμεσολάβηση του Παιδαγωγικού Τμήματος Νηπιαγωγών της Παιδαγωγικής Σχολής του Πανεπιστημίου Δυτικής Μακεδονίας. Ήταν επιστημονικά Υπεύθυνη και διδάσκουσα σε πολλά Δια Βίου Προγράμματα, δια ζώσης και εξ αποστάσεως, για την Επικοινωνία, τη Διαχείριση Ανθρώπινου Δυναμικού, Μοντέλα Ηγεσίας και τη Συμβουλευτική.

Τα ερευνητικά της ενδιαφέροντα εστιάζονται στην Ηθική και Κοινωνική Φιλοσοφία, και ειδικότερα στη Ρητορική, στην Επικοινωνία, στη σχέση ρήτορα και ηγέτη, στην ηθική της λήψης αποφάσεων και της διαχείρισης συγκρούσεων, στην Ηθική των Επιχειρήσεων και Οργανισμών, στην Ηθική Κοινωνική και Εταιρική Ευθύνη, στην πολιτική της επικοινωνίας, πολιτική φιλοσοφία, στην τέχνη του επιχειρήματος.

Ενδεικτικές επιστημονικές δημοσιεύσεις

Βιβλία: Πολιτική, Ρητορική και Επικοινωνία τον 14ο. Θεσσαλονίκη: Αντων. Σταμούλης, 2009, 400 σ. (Επανεκδοση 2010). Αριστοτέλης Ρητορική εις Αλέξανδρον, Προτρεπτικός προς Θεμίσωνα. Ρητορική και Φιλοσοφία. Θεσσαλονίκη: Ζήτρος, (2012), σελ. 606. Το πορτρέτο του Φιλοσόφου κατά τον Επίκτητο ως βάση της Φιλοσοφικής Συμβουλευτικής. Θεσσαλονίκη: Αντων. Σταμούλης, 2012. Rhetoric of Aristotle in «lifelong education». Lambert Academic Publishing (LAP), 2012. Επίκτητος Εγχειρίδιον. Η τέχνη του βίου: Ο φιλοσοφημένος βίος του πολιτικού. Θεσσαλονίκη: Ζήτρος, 2015, 348 σ. Ρητορική η Τέχνη της Επικοινωνίας από την Αρχαιότητα στο Βυζάντιο. Θεσσαλονίκη, 2016, 200 σ. Από τη Σύγκρουση στη Διαμεσολάβηση. Η Διαμεσολάβηση ως Στρατηγική και Πολιτική της Επικοινωνίας. Θεσσαλονίκη: Εκδ. Αντ. Σταμούλης, 2018, 175 σ.

Υπό δημοσίευση: Ηθική και Κοινωνική Φιλοσοφία της Επικοινωνίας. Εισαγωγή στην Ηθική της Οργανωσιακής και Επιχειρησιακής Επικοινωνίας. Ηγεσία. Θεωρίες Ηγεσίας. Από τον αριστοτελικό ρήτορα στο σύγχρονο Ηγέτη. Θεσσαλονίκη: Υπό έκδοση Αντ. Σταμούλης.

Άρθρα: «The communicational mask of the globalized rhetoric: The modern interpretation of Aristotle's "not invidit and "invidit proofs». Asian Journal of Humanities and Social Studies Vol. 02 -Issue 02 (2014) 253-258. «Communicative reason as a means of the questioning of subjectivity in John Dewey and Jorgen Habermas". Skepsis XXIII (2013), 372-383. «Aristotelian Rhetoric As Tool Of Development Of Critical Thinking In Education». The International Journal of Social Sciences and Humanities Invention. Vol. 2 issue 09 (2015), 1592-1598. «Η Ρητορική του Αριστοτέλη στην ηθική διαπαι-

δαγώγηση του ανθρώπου». Στα Πρακτικά ημερίδας με θέμα: Αριστοτέλης, Άνθρωπος, Επιστήμη, Μεταφυσική. (Θεσσαλονίκη 23-24 Ιανουαρίου 2015) Θεσσαλονίκη, τχ. 12 (2015), σσ. 404-438. «Η αριστοτελική ηθική στον σύγχρονο ηγέτη». Αριστοτέλης: Ο homo universalis της αρχαιότητας και ο αέναος διάλογος με τις επιστήμες (Φλώρινα, Παιδαγωγική Σχολή, 25-27 Νοεμβρίου 2016), 108-120. «Ρήτορας Ηγέτης ή Ηγέτης Ρήτορας. Ο Ηγέτης στη Ρητορική του Αριστοτέλη». Περιοδικό Φιλοσοφείν: επιστήμη, εύνοια, παρρησία τευχ. 20 (2019), 233-247.

#### ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ ΣΕΡΔΑΡΗΣ

Καθηγητής. Πανεπιστήμιο Δυτικής Μακεδονίας. Σχολή Οικονομικών Επιστημών. Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας.

Γνωστικό αντικείμενο: Ψυχολογία Διοίκησης Επιχειρήσεων και Οικονομικού management.

#### Σύντομο βιογραφικό σημείωμα

Έχει σπουδάσει στα Πανεπιστήμια της Σόφιας και της Φιλιππούπολης και είναι κάτοχος: Πτυχίου ψυχολογίας του Πανεπιστημίου Σόφιας (Master of Arts in psychology 1986). Μεταπτυχιακό στο Πανεπιστήμιο Σόφιας (1996) Σύγχρονοι μέθοδοι της γλωσσικής εξέτασης στην Ελλάδα Διδάκτορας Ψυχολογίας της Ακαδημία Επιστημών Σόφιας 1996. Διδάκτορας στο Economy Marketing Πανεπιστήμιο Τεχνολογίας Τροφίμων Πλόβντιβ 2011. Πιστοποίηση του Ε.Κε.Πις Εκπαιδευτή κ Αξιολογητή Εκπαιδευτών από τις 23.02.2006 μέχρι σήμερα.

Διετέλεσε αρκετές φορές αναπληρωτής προϊστάμενος και πρόεδρος του τμήματος στη διάρκεια της υπηρεσίας του μέχρι σήμερα. Είναι υπεύθυνος για τη συμβουλευτική και ψυχολογική υποστήριξη των φοιτητών σε επίπεδο ιδρύματος. Υπήρξε μέλος της οργανωτικής και επιβλέπουσας επιτροπής του ΠΜΣ στη Διοίκηση Επιχειρήσεων (MBA) σε συνεργασία με το Εθνικό Οικονομικό Πανεπιστήμιο του Ternopil στην Ουκρανία. Το 2012 εξελίχθηκε στη βαθμίδα του αναπληρωτή καθηγητή Το 2012 εξελίχθηκε στη βαθμίδα του αναπληρωτή καθηγητή. Έχει πλούσια επαγγελματική, εκπαιδευτική και συμβουλευτική εμπειρία τόσο στον Ιδιωτικό όσο και στο Δημόσιο τομέα, σε θέματα οικονομικού marketing, σύμβουλος εταιρειών, ψυχολογικής υποστήριξης, σε θέματα ερμηνείας της καταναλωτικής συμπεριφοράς και του μάρκετινγκ.

#### Ενδεικτικές δημοσιεύσεις

Η ψυχολογία της προσωπικότητας. Εκδόσεις University Studio press, 2002 Θεσ/νίκη, ISBN 960- 12-1084-9

Ψυχολογία βιομηχανικής - επιχειρησιακής διοίκησης, εκδόσεις University Studio press, 2008 Θεσσαλονίκη, ISBN 978-960-12-1675-1.

Οργανωτική Συμπεριφορά και Διοίκηση. Εκδόσεις University Studio press, 2008 Θεσσαλονίκη, ISBN 978-960-12-2941-3

Κοινωνική Ψυχολογία Παρελθόν, Παρόν, Μέλλον..., εκδόσεις University Studio press, 2014 Θεσσαλονίκη ISBN 978-970-12-2186-1.

Ψυχολογία των διαταραχών του λόγου. Εκδόσεις University Studio press, 1998 Θεσ/νίκη, ISBN 960-12-071-X.

#### ΕΦΗ ΤΣΙΑΤΣΟΥ

ΕΔΙΠ. Πανεπιστήμιο Δυτικής Μακεδονίας. Σχολή Οικονομικών Επιστημών. Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας.

#### Σπουδές

Είναι κάτοχος πτυχίου Λογιστικής, Διοίκησης Επιχειρήσεων και Παιδαγωγικής Κατάρτισης της Ανώτατης Σχολής Παιδαγωγικής και Τεχνολογικής Εκπαίδευσης (Α.Σ.ΠΑΙ.ΤΕ.). Κατέχει Μεταπτυχιακό Δίπλωμα με ειδίκευση στην Τραπεζική, της Σχολής Κοινωνικών Επιστημών του Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου. Επίσης είναι κάτοχος πτυχίου που πιστοποιεί την πολύ καλή γνώση της γερμανικής γλώσσας.

Έχει διδάξει σε προπτυχιακό επίπεδο και η διδακτική εμπειρία της εστιάζεται στα εργαστηριακά μαθήματα, Χρηματοοικονομικής Λογιστικής και Υπολογιστικών Συστημάτων των Τμημάτων Λογιστικής και Διοίκησης Επιχειρήσεων αντίστοιχα.

Έχει συμμετάσχει στην υλοποίηση των έργων:

1. «ΑΡΧΙΜΗΔΗΣ ΙΙ: ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΩΝ ΟΜΑΔΩΝ ΤΟΥ ΤΕΙ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ».

2. «Ανάπτυξη κοινών εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων μεταξύ του ΤΕΙ Δυτικής Μακεδονίας-Παράρτημα Φλώρινας και του Πανεπιστημίου Άγιος Κλεμεντίνος της Οχρίδας στην πόλη Μπίτολα της Π.Γ.Δ.Μ.».

3. «Λογιστική Υποστήριξη του Ειδικού Λογαριασμού Κονδυλίων Εκπαίδευσης και Έρευνας του Τ.Ε.Ι. Δυτικής Μακεδονίας»

#### Ενδεικτικές Επιστημονικές Δημοσιεύσεις

· Zissopoulos, Dimitrios A.; Kiriafini, Panagiota S.; Tsiatsiou, Efthimia F.; Charitoudi, Georgia A.; Topalidis, George (Greece, Slovakia): "University Acquired Skillw to Decrease Unemployment throygh Eupsychian Management"

· Zissopoulos, Dimitrios; Topalidis, George; Kyrgiafini, Panagiota; Tsiatsiou, Efi; "New Media Forgery: TV Ratings, IRC pseudo promotion and EBU Televoting".

#### ΜΑΡΙΝΑ ΒΕΖΟΥ

ΕΔΙΠ. Πανεπιστήμιο Δυτικής Μακεδονίας. Σχολή Οικονομικών Επιστημών. Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας.

#### Σπουδές

Είναι κάτοχος πτυχίου του Τμήματος Φιλοσοφίας, Παιδαγωγικής, Ψυχολογίας Πανεπιστήμιο Ιωαννίνων, Φιλοσοφική Σχολή (1993-1997). Κατέχει Μεταπτυχιακό Δίπλωμα με ειδίκευση στη Διοίκηση Επιχειρήσεων Μ.Β.Α- Πανεπιστήμιο Ternopil της Ουκρανίας και ΤΕΙ Δυτικής Μακεδονίας - Τμήμα Διεθνούς Εμπορίου (2009-2011). Γνωρίζει πολύ καλά την αγγλική και καλή την Ιταλική.

Επιμόρφωση-Ενδεικτικές Επιστημονικές Δημοσιεύσεις  
- Παρακολούθηση επιμορφωτικού Προγράμματος του Π.Ι.Ν.Ε.Π. Δυτικής Μακεδονίας με τίτλο «Διοίκηση Μέσω Στόχων και μέτρηση της αποδοτικότητας»

- Δημερίδα Περιφερειακής Δ/σης Α/θμιας και Β/θμιας Εκπαίδευσης Δυτικής Μακεδονίας- Εισήγηση με θέμα «Η Κοινωνική Κουλτούρα ως Παράγοντας Διαμόρφωσης της Εκπαιδευτικής Δράσης».

- Συμμετοχή στην Δημερίδα της Περιφερειακή Δ/σης Α/θμιας και Β/θμιας Εκπαίδευσης Δυτικής Μακεδονίας με

Θέμα Προβληματισμοί και Προτάσεις για μια σύγχρονη Εκπαίδευση, με Εισήγηση «Εκπαιδευτική Ανισότητα και Πρόσβαση στα ΑΕΙ».

- Επιδράσεις των ΜΜΕ στις αξίες των νέων και την επικοινωνιακή τους διάδραση. Ερευνητικό Πρόγραμμα (2018-2019).

Η απόφαση αυτή να δημοσιευθεί στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως.

Κοζάνη, 1 Δεκεμβρίου 2020

Ο Πρύτανης

ΘΕΟΔΩΡΟΣ ΘΕΟΔΟΥΛΙΔΗΣ