



Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών

Τμήμα Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας

Έκθεση Εσωτερικής Αξιολόγησης

Ακαδημαϊκό έτος 2007-2008

ΑΘΗΝΑ

30 Μαΐου 2008

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

1.	Η ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΤΗΣ ΕΣΩΤΕΡΙΚΗΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ	4
2.	ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ	7
3.	ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΣΠΟΥΔΩΝ	12
3.I.	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ	
3.II.	Μ.Π.Σ. ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΕ ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ	30
3.III.	Μ.Π.Σ. ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ	40
3.IV.	ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ Μ.Π.Σ. ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ - MBA	45
3.V.	Μ.Π.Σ. ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΜΕ ΔΙΕΘΝΗ ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟ (IMBA)	52
3.VI.		
3.VII.	ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΔΙΔΑΚΤΟΡΙΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ	61
4.	ΔΙΔΑΚΤΙΚΟ ΕΡΓΟ	70
4.I.	ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΔΙΔΑΚΤΙΚΟΥ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ.	
4.II.	ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΗΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑΣ.	71
4.III.	ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΟΥ ΔΙΔΑΚΤΙΚΟΥ ΕΡΓΟΥ.	72
4.IV.	ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΑ ΒΟΗΘΗΜΑΤΑ.	73
4.V.	ΜΕΣΑ ΚΑΙ ΥΠΟΔΟΜΕΣ.	74
5.	ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΕΡΓΟ	89
5.I.	ΠΡΟΑΓΩΓΗ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΣΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ.	
5.II.	ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΚΑΙ ΕΡΓΑ ΠΟΥ ΕΚΤΕΛΟΥΝΤΑΙ ΣΤΟ ΤΜΗΜΑ.	91
5.III.	ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ.	94
5.IV.	ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΕΣ ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΙΣ ΤΩΝ ΜΕΛΩΝ ΔΕΠ/ΕΠ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΤΕΛΕΥΤΑΙΑ ΔΙΕΤΙΑ.	96
5.V.	ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΠΟΥ ΓΙΝΕΤΑΙ ΣΤΟ ΤΜΗΜΑ ΑΠΟ ΤΡΙΤΟΥΣ.	113
5.VI.	ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΕΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ.	114
5.VII.	ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΚΑΙ ΒΡΑΒΕΙΑ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟΥ ΕΡΓΟΥ ΠΟΥ ΕΧΟΥΝ ΑΠΟΝΕΜΗΘΕΙ ΣΕ ΜΕΛΗ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ.	115
5.VIII.	ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΤΩΝ ΦΟΙΤΗΤΩΝ ΣΤΗΝ ΕΡΕΥΝΑ.	116
6.	ΣΧΕΣΕΙΣ ΜΕ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥΣ / ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΥΣ / ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟΥΣ (ΚΠΠ) ΦΟΡΕΙΣ	117
6.I.	ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΜΕ ΚΠΠ ΦΟΡΕΙΣ.	
6.II.	ΔΥΝΑΜΙΚΗ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΓΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΩΝ ΜΕ ΚΠΠ ΦΟΡΕΙΣ.	120
6.III.	ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ ΤΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΩΝ ΜΕ ΚΠΠ ΦΟΡΕΙΣ.	122
6.IV.	ΣΥΝΔΕΣΗ ΤΗΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ ΜΕ ΚΠΠ ΦΟΡΕΙΣ ΜΕ ΤΗΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ.	
6.V.	ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΣΤΗΝ ΤΟΠΙΚΗ, ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΚΑΙ ΕΘΝΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ.	123

7. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ	125
7.I. ΥΠΑΡΧΕΙ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗΣ ΣΥΓΚΕΚΡΙΜΕΝΟΥ ΒΡΑΧΥ-ΜΕΣΟΠΡΟΘΕΣΜΟΥ (Λ.Χ. 5ΕΤΟΥΣ) ΣΧΕΔΙΟΥ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ; ΠΟΣΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ ΚΡΙΝΕΤΕ ΟΤΙ ΕΙΝΑΙ Η ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΑΥΤΗ;	
7.II. ΥΠΑΡΧΕΙ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗΣ ΑΥΤΟΥ ΤΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ; ΠΟΣΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ ΚΡΙΝΕΤΕ ΟΤΙ ΕΙΝΑΙ;	
7.III. ΥΠΑΡΧΕΙ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΔΗΜΟΣΙΟΠΟΙΗΣΗΣ ΑΥΤΟΥ ΤΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΤΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΤΟΥ;	
7.IV. ΠΟΙΑ ΕΙΝΑΙ Η ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΤΗΣ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΗΣ ΚΟΙΝΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗ ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΚΑΙ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΤΗΣ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ, ΚΑΙ ΣΤΗ ΔΗΜΟΣΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΤΩΝ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΩΝ ΤΟΥ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΩΝ;	126
7.V. ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΝΕΙ ΚΑΙ ΛΕΙΟΠΟΙΕΙ ΤΟ ΤΜΗΜΑ ΤΑ ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟ ΤΗΣ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΚΑΙ ΔΕΙΚΤΕΣ;	
7.VI. ΤΙ ΠΡΟΣΠΑΘΕΙΕΣ ΚΑΝΕΙ ΤΟ ΤΜΗΜΑ ΠΡΟΚΕΙΜΕΝΟΥ ΝΑ ΠΡΟΣΕΛΚΥΣΕΙ ΜΕΛΗ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟΥ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ ΥΨΗΛΟΥ ΕΠΙΠΕΔΟΥ;	
7.VII. ΠΩΣ ΣΥΝΔΕΕΤΑΙ Ο ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΠΡΟΣΛΗΨΕΩΝ ΚΑΙ ΕΞΕΛΙΞΕΩΝ ΜΕΛΩΝ ΤΟΥ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟΥ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ ΜΕ ΤΟ ΣΧΕΔΙΟ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ;	
7.VIII. ΠΟΣΟΥΣ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ΖΗΤΑΕΙ ΤΕΚΜΗΡΙΩΜΕΝΑ ΤΟ ΤΜΗΜΑ ΑΝΑ ΕΤΟΣ; ΠΟΣΟΙ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ΤΕΛΙΚΑ ΣΠΟΥΔΑΖΟΥΝ ΑΝΑ ΕΤΟΣ ΚΑΙ ΠΟΙΑ ΕΙΝΑΙ Η ΠΡΟΕΛΕΥΣΗ ΤΟΥΣ ΑΝΑ ΤΡΟΠΟ ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ (ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ, ΜΕΤΕΓΓΡΑΦΕΣ, ΕΙΔΙΚΕΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ, ΚΛΠ);	130
7.IX. ΤΙ ΠΡΟΣΠΑΘΕΙΕΣ ΚΑΝΕΙ ΤΟ ΤΜΗΜΑ ΠΡΟΚΕΙΜΕΝΟΥ ΝΑ ΠΡΟΣΕΛΚΥΣΕΙ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ΥΨΗΛΟΥ ΕΠΙΠΕΔΟΥ;	131
8. ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΚΑΙ ΥΠΟΔΟΜΕΣ	139
8.I. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ.	
8.II. ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΦΟΙΤΗΤΙΚΗΣ ΜΕΡΙΜΝΑΣ.	141
8.III. ΥΠΟΔΟΜΕΣ ΠΑΣΗΣ ΦΥΣΕΩΣ ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΕΙ ΤΟ ΤΜΗΜΑ.	143
8.IV. ΛΕΙΟΠΟΙΗΣΗ ΝΕΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΑΠΟ ΤΙΣ ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ (ΠΛΗΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΥ ΚΑΙ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟΥ ΕΡΓΟΥ).	144
8.V. ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗ ΧΡΗΣΗ ΥΠΟΔΟΜΩΝ ΚΑΙ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ.	147
8.VI. ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΠΟΡΩΝ.	148
9. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	148
9.I. ΘΕΤΙΚΑ ΚΑΙ ΑΡΝΗΤΙΚΑ ΣΗΜΕΙΑ ΟΠΩΣ ΠΡΟΚΥΠΤΟΥΝ ΑΠΟ ΤΗΝ ΈΚΘΕΣΗ ΕΣΩΤΕΡΙΚΗΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ	
10. ΣΧΕΔΙΑ ΒΕΛΤΙΩΣΗΣ	151
10.I. ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΟ ΚΑΙ ΜΕΣΟΠΡΟΘΕΣΜΟ ΣΧΕΔΙΟ ΔΡΑΣΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΡΣΗ ΤΩΝ ΑΡΝΗΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΩΝ ΘΕΤΙΚΩΝ ΣΗΜΕΙΩΝ.	
10.II. ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΤΟΥ ΙΔΡΥΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΤΗΝ ΠΟΛΙΤΕΙΑ	
11. ΠΙΝΑΚΕΣ	153

1

Η διαδικασία της εσωτερικής αξιολόγησης

1.1.1 1.1. Περιγραφή και ανάλυση της διαδικασίας εσωτερικής αξιολόγησης στο Τμήμα.

1.1.1.1 Ποια ήταν η σύνθεση της ΟΜΕΑ;

Η ΟΜΕΑ του τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας αποτελείται από μέλη ΔΕΠ. Μικρές ομάδες ανέλαβαν την σύνταξη εκθέσεων που αντιστοιχούσαν στις ενότητες της εσωτερικής αξιολόγησης υπό την επίβλεψη του προέδρου του τμήματος καθηγητή κ. Θάνου Σκούρα.

1.1.1.2 Με ποιους και πώς συνεργάστηκε η ΟΜΕΑ για τη διαμόρφωση της έκθεσης;

Στην διαδικασία της εσωτερικής αξιολόγησης συμμετείχαν μέλη ΔΕΠ, διοικητικό προσωπικό, υποψήφιοι διδάκτορες, φοιτητές και απόφοιτοι του τμήματος. Η κάθε ομάδα ανάλογα με το αντικείμενο που είχε αναλάβει όρισε και τις απαραίτητες διαδικασίες συλλογής και επεξεργασίας στοιχείων καθώς και ανάθεσης καθηκόντων προκειμένου να διαμορφώσει την έκθεση της. Την συνολική επίβλεψη των επιμέρους εκθέσεων και της ένταξης τους στην έκθεση αξιολόγησης είχε ο Πρόεδρος του τμήματος καθηγητής κ. Θάνος Σκούρας, μέσα από συζητήσεις με τις ομάδες κατά την διάρκεια των ΓΣ και των ΓΣΕΣ του τμήματος.

1.1.1.3 Ποιες πηγές και διαδικασίες χρησιμοποιήθηκαν για την άντληση πληροφοριών;

Ανάλογα με την περίπτωση. Παραθέτουμε κάποια ενδεικτικά παραδείγματα.

α) Η ομάδα που ασχολήθηκε με τις αξιολογήσεις προπτυχιακών μαθημάτων όρισε Υπ. Διδάκτορες του τμήματος οι οποίοι μοίρασαν σχετικά ερωτηματολόγια στους φοιτητές κατά την διάρκεια διαλέξεων. Στη συνέχεια τα ερωτηματολόγια δόθηκαν σε μέλος ΔΕΠ για την επεξεργασία των στοιχείων με την χρήση του προγράμματος SPSS και την διεξαγωγή συμπερασμάτων.

β) Η ομάδα που ανέλαβε την διεξαγωγή έρευνας για την απορρόφηση των αποφοίτων του τμήματος συνεργάστηκε με την Γραμματεία για την άντληση στοιχείων για τους απόφοιτους. Στη συνέχεια Υπ. Διδάκτορες του τμήματος έκαναν τηλεφωνικές συνεντεύξεις με βάση δομημένο ερωτηματολόγιο και χρήση εξοπλισμού ενός ερευνητικού εργαστηρίου του τμήματος. Την συγκέντρωση των στοιχείων ανέλαβαν μέλη του βοηθητικού διδακτικού προσωπικού του τμήματος και η τελική έκθεση έγινε υπό την επίβλεψη δύο μελών ΔΕΠ και παρουσίαζε τα δεδομένα με την χρήση διαγραμμάτων του προγράμματος excel.

γ) Η ομάδα που ανέλαβε την παρουσίαση της έρευνας στο τμήμα (2 μέλη ΔΕΠ), ήρθε σε επαφή με κάθε μέλος ΔΕΠ προκειμένου να συλλέξει στοιχεία για συμμετοχές

σε συνέδρια, δημοσιεύσεις, ερευνητικά προγράμματα, εκδόσεις βιβλίων κ.λπ. στέλνοντας ένα σχετικό πίνακα προς συμπλήρωση. Στη συνέχεια συγκέντρωσε και άθροισε τα δεδομένα τα οποία εντάχθηκαν στην τελική έκθεση.

1.1.1.4 Πώς και σε ποια έκταση συζητήθηκε η έκθεση στο εσωτερικό του Τμήματος;

Η αξιολόγηση αντιμετωπίστηκε με θετική ματιά και ο πραγματικός της στόχος έγινε αντιληπτός και υποστηρίχθηκε με θέρμη από το τμήμα. Αντιρρήσεις ως προς την διεξαγωγή της υπήρξαν από την μεριά των φοιτητών και αυτό περιόρισε σε ένα βαθμό τις συζητήσεις στο πλαίσιο των ΓΣ. Τέλος επειδή η διαδικασία συλλογής στοιχείων υπήρξε γραφειοκρατική και χρονοβόρα και επιβάρυνε το ήδη επιβαρυσμένο ανθρώπινο δυναμικό του τμήματος αυτό 'κούρασε' τους εμπλεκόμενους και με την ολοκλήρωση της η διάχυση των αποτελεσμάτων δεν ήταν η αναμενόμενη παρ' όλο που η αξιολόγηση ανέδειξε και με επίσημο τρόπο το υψηλό επίπεδο του τμήματος.

1.1.2 1.2. *Ανάλυση των θετικών στοιχείων και των δυσκολιών που παρουσιάστηκαν κατά τη διαδικασία της εσωτερικής αξιολόγησης.*

Στα θετικά ήταν ότι τα στοιχεία της αξιολόγησης ανέδειξαν και με επίσημο τρόπο το υψηλό επίπεδο του Τμήματος αλλά και το ότι η Αξιολόγηση ως 'αρχή' συζητήθηκε και υποστηρίχθηκε από το ανθρώπινο δυναμικό του τμήματος.

Οι δυσκολίες στην συλλογή στοιχείων (χρονοβόρες γραφειοκρατικές διαδικασίες που περιείχαν κατά περιπτώσεις υπερβολικές καθυστερήσεις ή ήταν αμφίβολες ως προς την αντικειμενικότητά τους, π.χ. πόσο αξιόπιστο είναι ένα ερωτηματολόγιο για ένα μάθημα που έχει πολύ μικρή παρακολούθηση;) ανέδειξαν την επιτακτική ανάγκη για εξασφάλιση πόρων και καλύτερη μηχανοργάνωση της διαδικασίας. Η εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού που θα εμπλέκεται στην διαδικασία αλλά και η εξασφάλιση πόρων για την δημιουργία μίας πληρέστερης, πιο εξειδικευμένης ανά επιστημονικό πεδίο, αυτοματοποιημένης βάσης δεδομένων είναι απαραίτητες ανάγκες προκειμένου να διασφαλιστεί η αντικειμενικότητα της διαδικασίας και να διαφυλαχθεί η εγκυρότητα και αξιοπιστία της αξιολόγησης. Αλλιώς ο κίνδυνος να μετατραπεί σε μία ανούσια γραφειοκρατική διαδικασία που παραμένει στα χαρτιά και δεν αξιοποιείται, μοιάζει έντονος.

1.1.3 1.3. *Προτάσεις για τη βελτίωση της διαδικασίας.*

- Χρήση τεχνολογικών μέσων (κατάλληλη μηχανοργάνωση) στην διαδικασία της αξιολόγησης που θα επιτρέπουν την άμεση αποστολή στοιχείων σε μία βάση δεδομένων.
- Εκπαίδευση του διοικητικού προσωπικού που εμπλέκεται στην διαδικασία.
- Ενημέρωση της εκπαιδευτικής κοινότητας για τα οφέλη της αξιολόγησης αλλά και για την χρήση των αποτελεσμάτων της.
- Επικοινωνία, δημοσιοποίηση και ουσιαστική ερμηνεία από την Πολιτεία των αποτελεσμάτων της αξιολόγησης.

- Ανταμοιβή τμημάτων που τα πήγαν καλά, αλλά και σύνδεση των αποτελεσμάτων με πλάνα δράσης έτσι ώστε η αξιολόγηση να μην πάρει κατά περιπτώσεις τον χαρακτήρα 'τιμωρίας' αλλά να υφίσταται ως μια διαδικασία συνεχούς βελτίωσης.

2 Παρουσίαση του Τμήματος

2.1.1 Γεωγραφική θέση του Τμήματος (π.χ. στην πρωτεύουσα, σε μεγάλη πόλη, σε μικρή πόλη, συγκεντρωμένο, καταναμημένο σε μια πόλη κ.λπ.)

Το τμήμα βρίσκεται στην Αθήνα. Οι προπτυχιακές δραστηριότητες του τμήματος και η Γραμματεία των προπτυχιακών σπουδών βρίσκονται στο κεντρικό κτίριο του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών (πρώην ΑΣΟΕΕ), οδός Πατησίων, αριθμ. 76, Τ.Κ. 10434, Αθήνα. Οι μεταπτυχιακές δραστηριότητες του τμήματος και η Γραμματεία Μεταπτυχιακών σπουδών βρίσκονται στο κτίριο μεταπτυχιακών σπουδών του Πανεπιστημίου, οδός Λευκάδος 33 και Ευελπίδων 47^Α, Αθήνα, 113 62.

2.1.2 Ιστορικό της εξέλιξης του Τμήματος.

2.1.2.1 Στελέχωση του τμήματος σε διδακτικό, διοικητικό και εργαστηριακό προσωπικό, κατά την τελευταία πενταετία (ποσοτικά στοιχεία).

2.1.2.2 Αριθμός και κατανομή των φοιτητών ανά επίπεδο σπουδών (προπτυχιακοί, μεταπτυχιακοί, διδακτορικοί) κατά την τελευταία πενταετία.

Τα σχετικά στοιχεία φαίνονται στο παράρτημα Πίνακες (11-1 και 11-2.1, 11-2.2).

2.1.3 Σκοπός και στόχοι του Τμήματος

2.1.3.1 Ποιοι είναι οι στόχοι και οι σκοποί του Τμήματος σύμφωνα με το ΦΕΚ ίδρυσης του;

Το τμήμα ιδρύθηκε το 1989 (ΦΕΚ 16 Ιουνίου 1989, τεύχος πρώτο, αρ.φύλλου 166) με την 'ονομασία' Τμήμα Διοικητικής των Επιχειρήσεων και Μάρκετινγκ. Σύμφωνα με το παραπάνω ΦΕΚ αποστολή του τμήματος είναι: Η προαγωγή και η μετάδοση της γνώσης με την έρευνα και τη διδασκαλία στο γνωστικό αντικείμενο της διοικητικής επιστήμης και την ανάλυση της αγοράς (MARKETING) και η κατάρτιση επιστημόνων υψηλής στάθμης, ειδικευμένων στη διοίκηση των επιχειρήσεων στην έρευνα της αγοράς και την ανάπτυξη των πωλήσεων.

Το 1992 το Τμήμα Διοικητικής των Επιχειρήσεων και Μάρκετινγκ μετονομάστηκε σε Τμήμα Επιχειρησιακής Έρευνας και Μάρκετινγκ (ΦΕΚ 13 Μαρτίου 1992, τεύχος δεύτερο, αρ. φύλλου 170). Σύμφωνα με το παραπάνω ΦΕΚ η αποστολή του τμήματος αυτού είναι η κατάρτιση επιστημόνων οι οποίοι με τις γνώσεις τους μπορούν να βοηθήσουν μία επιχείρηση ή έναν οργανισμό να προβεί στην καλύτερη χρήση των πόρων που έχει στη διάθεση του ώστε να βελτιώσει την παραγωγικότητα. Το αντικείμενο του τμήματος είναι ο εντοπισμός, η μέτρηση, η πρόβλεψη ζήτησης και οι μέθοδοι λήψεως αποφάσεων, σχετικά με την επιλογή, δημιουργία, τιμολόγηση, διάθεση και προβολή των προϊόντων και υπηρεσιών της επιχείρησης που ικανοποιούν τις ανάγκες της αγοράς.

Με την ίδρυση του Τμήματος Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας όπου αρκετά μέλη ΔΕΠ του τμήματος Επιχειρησιακής Έρευνας και Μάρκετινγκ εντάχθηκαν στο νέο τμήμα, το 2002 το τμήμα μετονομάστηκε από Τμήμα Επιχειρησιακής Έρευνας και Μάρκετινγκ σε τμήμα Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας (ΦΕΚ 28 Ιουνίου 2002, τεύχος πρώτο, αρ. φύλλου 152), χωρίς να αλλάξει η αποστολή και το αντικείμενο του.

2.1.3.2 Πως αντιλαμβάνεται η ακαδημαϊκή κοινότητα του τμήματος τους στόχους και τους σκοπούς του τμήματος;

Το τμήμα για να επιτύχει την αποστολή του εστιάζεται στους παρακάτω τρεις βασικούς πυλώνες:

Πρώτος, βασικός πυλώνας είναι η εκπαίδευση των φοιτητών που επικεντρώνεται σε μια ευρεία και βαθειά γνώση όλων των προβλημάτων και πρακτικών του μάρκετινγκ, της επικοινωνίας και της διοίκησης ανθρώπινων πόρων, τόσο σε προπτυχιακό, όσο και σε μεταπτυχιακό επίπεδο σπουδών. Στο προπτυχιακό επίπεδο οι φοιτητές διδάσκονται τις έννοιες του μάρκετινγκ, της επικοινωνίας και της διοίκησης ανθρώπινων πόρων και αναπτύσσουν της απαιτούμενες δεξιότητες μέσω διαλέξεων, συζητήσεων, case studies, ομαδικών εργασιών, πρακτικής άσκησης σε επιχειρήσεις και προγραμμάτων ανταλλαγής φοιτητών με πανεπιστήμια του εξωτερικού. Στο μεταπτυχιακό επίπεδο λειτουργεί το μεταπτυχιακό πρόγραμμα «Μάρκετινγκ και Επικοινωνία με Νέες Τεχνολογίες». Το πρόγραμμα αυτό παρέχει στους φοιτητές εκτός από τη βαθειά ακαδημαϊκή γνώση και μια ευρεία εμπλουτισμένη με εμπειρίες, προσανατολισμένη στην αγορά εξοικείωση στην αντιμετώπιση πραγματικών επιχειρηματικών προβλημάτων. Το πρόγραμμα προσφέρεται σε τρεις μορφές: είτε ως πρόγραμμα πλήρους φοίτησης στο μάρκετινγκ και την επικοινωνία με νέες τεχνολογίες για νέους πτυχιούχους, είτε ως πρόγραμμα μερικής φοίτησης για παλαιότερους πτυχιούχους που είναι σήμερα στελέχη επιχειρήσεων και οργανισμών, είτε πρόσφατα ως πρόγραμμα πλήρους φοίτησης στο μάρκετινγκ με διεθνή προσανατολισμό (Programme in International Marketing/PR.I.MA.) για νέους πτυχιούχους σε συνεργασία με τέσσερα ευρωπαϊκά πανεπιστήμια. Επίσης, το τμήμα Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας σε συνεργασία με το τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας έχει την κύρια ευθύνη για τη λειτουργία του μεταπτυχιακού προγράμματος στη Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού που προσφέρεται σε δύο προγράμματα: πρόγραμμα για φοιτητές πλήρους φοίτησης και πρόγραμμα μερικής φοίτησης για στελέχη επιχειρήσεων και οργανισμών. Άλλα μεταπτυχιακά προγράμματα στα οποία συμμετέχει το τμήμα σε συνεργασία με άλλα τμήματα είναι: το μεταπτυχιακό πρόγραμμα MBA, το MBA International και το Athens MBA.

Δεύτερος, βασικός πυλώνας είναι η ακαδημαϊκή έρευνα των μελών του τμήματος που είναι δημοσιευμένη στα πιο έγκριτα διεθνή επιστημονικά περιοδικά και πρακτικά συνεδρίων και χαρακτηρίζεται από τη μεγάλη απήχηση της στην ακαδημαϊκή και επιχειρηματική κοινότητα.

Τρίτος, βασικός πυλώνας είναι οι γενικότερες δραστηριότητες του τμήματος και των μελών του όπως, για παράδειγμα, η οργάνωση συνεδρίων και ημερίδων, οι δημοσιεύσεις στον ημερήσιο, εβδομαδιαίο και περιοδικό τύπο που προσφέρουν οφέλη στην ακαδημαϊκή κοινότητα, στον επιχειρηματικό κόσμο και στην κοινωνία γενικότερα.

2.1.3.3 Υπάρχει απόκλιση των επίσημα διατυπωμένων (στο ΦΕΚ ίδρυσης) στόχων του τμήματος από εκείνους που σήμερα το τμήμα θεωρεί ότι πρέπει να επιδιώκει;

Δεν υπάρχει απόκλιση.

2.1.3.4 Επιτυγχάνονται οι στόχοι που σήμερα το Τμήμα θεωρεί ότι πρέπει να επιδιώκει; Αν όχι, ποιοι παράγοντες δρουν ανατρεπτικά ή ανασταλτικά στην προσπάθεια αυτή;

Στο πλαίσιο των περιορισμένων πόρων το τμήμα επιτυγχάνει τους στόχους του.

2.1.3.5 Θεωρείται ότι συντρέχει λόγος αναθεώρησης των επίσημα διατυπωμένων (στο ΦΕΚ ίδρυσης) στόχων του τμήματος;

Δεν συντρέχει λόγος αναθεώρησης

2.1.4 Διοίκηση του Τμήματος

2.1.4.1 Ποιες επιτροπές είναι θεσμοθετημένες και λειτουργούν στο τμήμα;

Στον ακόλουθο πίνακα αναφέρονται οι επιτροπές που είναι θεσμοθετημένες και λειτουργούν στο τμήμα κατά το ακαδημαϊκό έτος 2009-2010.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.4.1.1.

ΕΠΙΤΡΟΠΕΣ - ΕΚΠΡΟΣΩΠΟΙ

ΑΚΑΔ. ΕΤΟΣ : 2009-2010

ΕΠΙΤΡΟΠΕΣ - ΕΚΠΡΟΣΩΠΟΙ	ΤΑΚΤΙΚΟ	ΑΝΑΠΛΗΡΩΜΑΤΙΚΟ	Απόφαση
ΕΠΙΤΡΟΠΗ αξιολόγησης μελών ΔΕΠ	Ν. Παπαβασιλείου, Καθηγητής Γ. Αυλωνίτης, Καθηγητής Ν. Παπαλεξανδρή, Καθηγήτρια		Γ.Σ. 1 ^η /2-10-2008
ΕΚΠΡΟΣΩΠΟΣ στο Διοικητικό Συμβούλιο της Φοιτητικής Λέσχης	Ε.Νικάνδρου, Επίκ. Καθηγήτρια	Β.Πατσουράτης, Καθηγητής, (Αναπλ. Πρόεδρος)	Γ.Σ. 1 ^η /30-9-2009
ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΕΡΕΥΝΩΝ του Ειδικού Λογαριασμού Κονδυλίων Έρευνας	Μ. Κωνσταντοπούλου, Καθηγήτρια	Γ. Μπάλας, Αναπλ. Καθηγ.	Γ.Σ.Ε.Σ. 16 ^η /9-7-2008
ΕΚΠΡΟΣΩΠΟΣ στη Σύγκλητο του Πανεπιστημίου	Κ. Ήντουνας, Λέκτορας	Π. Αργουσιδης, Λέκτορας	Γ.Σ. 12 ^η /1-7-2009
ΕΚΠΡΟΣΩΠΟΣ στην Επιτροπή του Προγράμματος Ενίσχυσης Βασικής Έρευνας (ΠΕΒΕ)	Γ. Μπάλας, Αναπλ. Καθηγητής	Β.Σταθακόπουλος, Αναπλ. Καθηγητής	Γ.Σ. 1 ^η /2-10-2008
ΕΠΙΤΡΟΠΗ Κατατακτηρίων	Ν. Παπαβασιλείου, Καθηγητής,		

Εξετάσεων	Πρόεδρος τμήματος Μ. Κωνσταντοπούλου, Καθηγήτρια Γ. Μπάλας, Αναπλ. Καθηγητής Σ. Γούναρης, Αναπλ. Καθηγητής Κ. Ήντουνας, Λέκτορας		
ΕΚΠΡΟΣΩΠΟΣ στη Επιτροπή Επαγγελματικών Δικαιωμάτων Αποφοίτων	Β. Πατσουράτης, Καθηγητής, Αναπλ. Πρόεδρος		Γ.Σ. 1 ^η /2-10-2008
ΕΠΙΤΡΟΠΗ Προσλήψεων διδασκόντων με το Π.Δ. 407/80	Γ.Αυλωνίτης, Καθηγητής Γ. Μπάλας, Αναπλ. Καθηγητής Φλ. Κοκκινάκη, Επικ. Καθηγήτρια		
ΣΥΜΒΟΥΛΟΙ ΣΠΟΥΔΩΝ	Όλα τα μέλη ΔΕΠ αλφαβητικά, εκτός αυτών που έχουν εκπαιδευτική άδεια		Γ.Σ. 1 ^η /30-9-2009
ΕΠΙΤΡΟΠΗ Προβολής Τμήματος	Ε. Νικάνδρου, Επικ. Καθηγήτρια Π. Αργουσλίδης, Λέκτορας Ε. Καφέζα, Λέκτορας Ν. Παπαβασιλείου, Καθηγητής Ε. Πολιτοπούλου, Υπάλληλος		Γ.Σ. 5 ^η /14-1-2009
ΕΠΙΤΡΟΠΗ Πιστοποίησης του έργου «Πρακτική Άσκηση Φοιτητών ΟΠΑ» Γ' Φάση	Μ. Κωνσταντοπούλου, Καθηγήτρια Α. Σκούρα, Καθηγητής Ν. Παπαλεξανδρή, Καθηγήτρια		Γ.Σ. 8 ^η /8-4-2009
ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΗ ΥΠΕΥΘΥΝΗ «Πρακτική Άσκηση Φοιτητών»	Ν. Παπαλεξανδρή, Καθηγήτρια		Γ.Σ. 8 ^η /8-4-2009
ΥΠΕΥΘΥΝΗ Erasmus	Ν. Παπαλεξανδρή, Καθηγήτρια		
ΕΚΠΡΟΣΩΠΟΣ στην Επιτροπή Βιβλιοθήκης	Ε. Νικάνδρου, Επικ. Καθηγήτρια		Γ.Σ. 6 ^η /11-2-2009
ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΤΜΗΜΑΤΟΣ για την έκδοση των Εποπείων των εξετάσεων	Ν. Μιχαλοπούλου, ΕΔΠ Ερωφίλη Πολιτοπούλου, Διοικητική Υπάλληλος		Γ.Σ. 9 ^η /20-5-2009
ΕΚΠΡΟΣΩΠΟΣ στην Επιτροπή Εργαστηρίων του Πανεπιστημίου	Γ. Αυλωνίτης, Καθηγητής		Γ.Σ. 12 ^η /1-7-2009
ΕΠΙΤΡΟΠΗ Αξιολόγησης ΑΔΙΠ	Κ. Καραντινού, Λέκτορας Ε. Πολιτοπούλου, Υπάλληλος		Γ.Σ. 2 ^η /14-10-2009
ΕΠΙΤΡΟΠΗ Επικαιροποίησης Ιστοσελίδας τμήματος	Σ. Δημητριάδης Α. Σκούρας		

2.1.4.2 Ποιοι εσωτερικοί κανονισμοί (π.χ. εσωτερικός κανονισμός λειτουργίας προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών) υπάρχουν στο τμήμα;

Για κάθε πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών που ανήκει η συμμετέχει το τμήμα υπάρχει εσωτερικός κανονισμός.

2.1.4.3 Είναι διαρθρωμένο το τμήμα σε τομείς; Σε ποιούς; Ανταποκρίνεται η διάρθρωση αυτή στη σημερινή αντίληψη του τμήματος για την αποστολή του;

Το τμήμα δεν είναι διαρθρωμένο σε τομείς. Υπάρχουν δύο κατευθύνσεις που ανταποκρίνονται στη σημερινή αντίληψη τους τμήματος για την αποστολή του: Κατεύθυνση Μάρκετινγκ και Κατεύθυνση Επικοινωνίας και Διοίκησης Ανθρωπίνων Πόρων

3 Προγράμματα Σπουδών

3.1 Προπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών

3.1.1 Ανταπόκριση του Προγράμματος Προπτυχιακών Σπουδών στους στόχους του Τμήματος και τις ανάγκες της κοινωνίας

3.1.1.1 Υπάρχουν διαδικασίες ελέγχου της ανταπόκρισης αυτής; Πόσο αποτελεσματικά εφαρμόζονται;

Ο βασικός στόχος του τμήματος είναι η μόρφωση και διάπλαση ατόμων, τα οποία η αγορά εργασίας αναγνωρίζει ότι είναι ικανά να προσληφθούν και να αναλάβουν σύντομα θέσεις ευθύνης για να εξελιχθούν σε πολύτιμα στελέχη και άξιους επιχειρηματίες.

Οι στενές σχέσεις που έχουν αναπτύξει τα περισσότερα μέλη ΔΕΠ του τμήματος με επιχειρηματικά στελέχη και με το χώρο των επιχειρήσεων, επιτρέπουν τον έλεγχο της ανταπόκρισης από την αγορά εργασίας.

Τα ανεπίσημα αυτά κανάλια πληροφόρησης και ελέγχου έχουν ενισχυθεί πρόσφατα με την ανάληψη έρευνας από μέλη του τμήματος σχετικά με την επαγγελματική αποκατάσταση των αποφοίτων μας. Η έρευνα επιβεβαιώνει σε γενικές γραμμές την αίσθηση ότι η αγορά εργασίας εκτιμά το πτυχίο του τμήματος (δες Παράρτημα 1).

3.1.1.2 Υπάρχουν διαδικασίες αξιολόγησης και αναθεώρησης του Προγράμματος Σπουδών; Πόσο αποτελεσματικά εφαρμόζονται;

Η Γενική Συνέλευση του τμήματος, εξετάζει και εγκρίνει σε ετήσια βάση το πρόγραμμα σπουδών για το επόμενο έτος, σε συνεδρίαση της προς το τέλος κάθε ακαδημαϊκού έτους. Μικρές αναθεωρήσεις του προγράμματος μπορούν να γίνουν, εάν χρειαστεί κατά την κρίση της Γενικής Συνέλευσης, και κατά τη διάρκεια του ακαδημαϊκού έτους.

Σημαντικές αναθεωρήσεις έχουν γίνει 4 φορές από την αρχή λειτουργίας του προγράμματος το 1992.

3.1.1.3 Πώς δημοσιοποιείται το Πρόγραμμα Σπουδών;

Το Πρόγραμμα Σπουδών δημοσιοποιείται με τον Οδηγό Σπουδών, που ενημερώνεται και εκδίδεται ετησίως σε έντυπη και ηλεκτρονική μορφή. Ο Οδηγός Σπουδών σε έντυπη μορφή παρέχεται από τη Γραμματεία του τμήματος σε κάθε ενδιαφερόμενο. Ο Οδηγός Σπουδών εκδίδεται και στην αγγλική γλώσσα για τους ξένους φοιτητές που επισκέπτονται το τμήμα στο πλαίσιο του προγράμματος ERASMUS.

3.1.1.4 Υπάρχει αποτελεσματική διαδικασία παρακολούθησης της επαγγελματικής εξέλιξης των αποφοίτων; Πώς χρησιμοποιούνται τα αποτελέσματά της;

Η παρακολούθηση της επαγγελματικής εξέλιξης των αποφοίτων δεν είναι όσο ικανοποιητική θα την επιθυμούσαμε. Ειδικά, τα στοιχεία των παλαιότερων αποφοίτων δεν είναι ακριβή και παρουσιάζουν ελλείψεις, ιδίως όσον αφορά την επικαιροποίηση.

Αξιόπιστα στοιχεία και σωστή παρακολούθηση υπάρχουν για περίπου το 35% του συνόλου των αποφοίτων. Η ομάδα εργασίας που συστήθηκε για να διεξάγει την έρευνα σχετικά με την επαγγελματική αποκατάσταση των αποφοίτων του τμήματος, θα συντηρεί και επικαιροποιεί το αρχείο που δημιουργήθηκε για αυτόν το σκοπό και θα επαναλαμβάνει την έρευνα κάθε ένα με δύο χρόνια. Τα αποτελέσματα αυτής της επαναλαμβανόμενης έρευνας δείχνουν την ανταπόκριση της αγοράς εργασίας στις σπουδές και το πτυχίο που παρέχει το τμήμα και βοηθούν την αποτελεσματική αναθεώρηση ή άλλες διορθωτικές ενέργειες τις οποίες χρειάζεται να αναλάβει το τμήμα.

3.1.2 Δομή, συνεκτικότητα και λειτουργικότητα του Προγράμματος Προπτυχιακών Σπουδών.¹

3.1.2.1 Ποιο είναι το ποσοστό των μαθημάτων κορμού / ειδίκευσης / κατευθύνσεων στο σύνολο των μαθημάτων;

Μαθήματα κορμού	30
Μαθήματα κατεύθυνσης Μάρκετινγκ	12 (5 υποχρεωτικά, 7 επιλογής)
Μαθήματα κατεύθυνσης Επικοινωνίας	11 (5 υποχρεωτικά, 6 επιλογής)
Εργασία πρακτικής εφαρμογής (επιλογής)	1
Προαιρετικά μαθήματα τμήματος	11
Προαιρετικά μαθήματα άλλων τμημάτων	13
Σύνολο μαθημάτων	78
Ποσοστό μαθημάτων κορμού	39%
Ποσοστό μαθημάτων κατευθύνσεων	31%
Ποσοστό μαθημάτων ελεύθερης επιλογής	30%

¹ Πολλές από τις ερωτήσεις αυτές μπορούν να απαντηθούν συγκεντρωτικά συμπληρώνοντας τους Πίνακες 7.1.1 και 7.1.2.

3.1.2.2 Πόσα μαθήματα ελεύθερης επιλογής προσφέρονται;

Μαθήματα ελεύθερης επιλογής	24
Μαθήματα ελεύθερης επιλογής (μη προσμετρήσιμα)	2

3.1.2.3 Ποιο είναι το ποσοστό των υποχρεωτικών μαθημάτων / μαθημάτων υποχρεωτικής επιλογής / μαθημάτων ελεύθερης επιλογής στο σύνολο των μαθημάτων;

Μαθήματα υποχρεωτικά	40
Μαθήματα υποχρεωτικής επιλογής	14
Μαθήματα ελεύθερης επιλογής	24
Ποσοστό υποχρεωτικών μαθημάτων	51%
Ποσοστό μαθημάτων υποχρεωτικής επιλογής	18%
Ποσοστό μαθημάτων ελεύθερης επιλογής	31%

3.1.2.4 Ποια είναι η ποσοστιαία σχέση μεταξύ μαθημάτων υποβάθρου, μαθημάτων επιστημονικής περιοχής, μαθημάτων γενικών γνώσεων και μαθημάτων ανάπτυξης δεξιοτήτων στο σύνολο των μαθημάτων;

Όλα τα μαθήματα του προγράμματος σπουδών του Τμήματος (65), εντάσσονται σε Επιστημονικές Περιοχές (7). Οι Επιστημονικές Περιοχές είναι οι εξής: 1) Διοίκηση, 2) Λογιστική και Χρηματοδότηση, 3) Στατιστική – Ποσοτικές Μέθοδοι, 4) Επιστήμη Υπολογιστών – Πληροφοριακά Συστήματα, 5) Οικονομία – Δίκαιο, 6) Μάρκετινγκ και 7) Επικοινωνία. Το μάθημα «Εκπόνηση Εργασίας Πρακτικής Εφαρμογής», κατηγορίας υποχρεωτικής επιλογής κατευθύνσεων, αποτελεί μάθημα Ανάπτυξης Δεξιοτήτων (ΑΔ).

3.1.2.5 Πώς κατανέμεται ο χρόνος μεταξύ θεωρητικής διδασκαλίας, ασκήσεων, εργαστηρίων, άλλων δραστηριοτήτων;

Τα μαθήματα είναι ισοδύναμα μεταξύ τους και κάθε ένα διδάσκεται τέσσερις ώρες την εβδομάδα. Ορισμένα από τα μαθήματα περιλαμβάνουν μία ή δύο πρόσθετες ώρες την εβδομάδα για φροντιστηριακές ασκήσεις που συντελούν στην καλύτερη εμπέδωση της διδασκόμενης ύλης.

3.1.2.6 Πώς οργανώνεται και συντονίζεται η ύλη μεταξύ των μαθημάτων; Παρατηρείται επικάλυψη ύλης μεταξύ των μαθημάτων; Υπάρχουν κενά ύλης; Είναι ορθολογική η έκταση της ύλης των μαθημάτων; Υπάρχει διαδικασία επανεκτίμησης, αναπροσαρμογής και επικαιροποίησης της ύλης των μαθημάτων;

Κάθε μέλος ΔΕΠ, στα πλαίσια του αυτοδύναμου διδακτικού έργου που επιτελεί, είναι ο μόνος υπεύθυνος για την οργάνωση και συντονισμό της ύλης του μαθήματος που διδάσκει.

Στις περιπτώσεις συνδιδασκαλίας, ορίζεται ένας από τους συνδιδάσκοντες ως Υπεύθυνος του μαθήματος και έχει την ευθύνη της οργάνωσης του μαθήματος και της ύλης, καθώς και του συντονισμού διδασκαλίας του μαθήματος.

Υπάρχει διαδικασία επανεκτίμησης, αναπροσαρμογής και επικαιροποίησης της ύλης όλων των μαθημάτων, ανάλογα με τις εξελίξεις της οικείας επιστήμης και τις ανάγκες της αγοράς, σε ετήσια βάση από τον Υπεύθυνο κάθε μαθήματος.

Οι νέες προτάσεις και μεταβολές για τα μαθήματα υποβάλλονται στη θεσμοθετημένη Επιτροπή Προπτυχιακών Σπουδών του Τμήματος, η οποία με τη σειρά της υποβάλλει τελική πρόταση προς έγκριση στη ΓΣ του Τμήματος. Με τον τρόπο αυτόν, σε ετήσια βάση επικαιροποιείται ο Οδηγός Σπουδών του Τμήματος και αντίστοιχα η ιστοσελίδα του Τμήματος που πληροφορεί σχετικά όλη την ακαδημαϊκή κοινότητα και κάθε ενδιαφερόμενο.

3.1.2.7 Εφαρμόζεται σύστημα προαπαιτούμενων μαθημάτων; Πόσο λειτουργικό είναι; Ποιο είναι το ποσοστό των μαθημάτων που εντάσσονται στο σύστημα;

Όχι. Η αντίθεση των κομματικών φοιτητικών παρατάξεων στην αποκαλούμενη «εντατικοποίηση» των σπουδών εμποδίζει την ορθολογική καθιέρωση προαπαιτούμενων. Όμως, το ωρολόγιο πρόγραμμα μαθημάτων διαμορφώνεται στη βάση του Οδηγού Σπουδών που κατατάσσει τα μαθήματα σε διαφορετικά έτη. Έτσι, οι φοιτητές που πράγματι παρακολουθούν τα μαθήματα, ωφελούνται από τη λογική προοδευτικότητας που χαρακτηρίζει την κατάταξη των μαθημάτων σε διαδοχικά εξάμηνα και έτη στον Οδηγό Σπουδών.

Οι φοιτητές που δεν παρακολουθούν συστηματικά τα μαθήματα, ελπίζουν ότι κάποια στιγμή με κάποιο τρόπο (με την τύχη ή την αντιγραφή) θα περάσουν τα μαθήματα για τα οποία δεν έχουν τις κατάλληλες βάσεις. Η ελπίδα αυτή δεν είναι αβάσιμη και συντηρείται από τις φοιτητικές παρατάξεις που διεκδικούν συνεχώς περισσότερες εξεταστικές περιόδους και κάθε είδους «διευκολύνσεις» για την απόκτηση πτυχίου.

3.1.2.8 Πόσα μαθήματα προσφέρονται από άλλα και πόσα σε άλλα προγράμματα σπουδών; Ποια είναι αυτά;

Μαθήματα που προσφέρονται στο τμήμα από άλλα τμήματα του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών για το ακαδημαϊκό έτος 2007-2008:

Από το τμήμα Οικονομικής Επιστήμης προσφέρονται στο τμήμα τα εξής μαθήματα:

- | | |
|--------------------------------|-------------|
| • Αρχές Κοινωνιολογίας | φθινοπωρινό |
| • Αρχές Πολιτικής Επιστήμης | φθινοπωρινό |
| • Διεθνής Οικονομική | φθινοπωρινό |
| • Χρήμα και Τραπεζική | εαρινό |
| • Θεωρία Οικονομικής Πολιτικής | εαρινό |

Από το τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων προσφέρονται στο τμήμα τα εξής μαθήματα:

- Επιχειρησιακή Στρατηγική φθινοπωρινό
- Βιομηχανική Οργάνωση και Πολιτική φθινοπωρινό
- Ανάλυση Χρηματαγορών και Κεφαλαιαγορών εαρινό

Από το τμήμα Πληροφορικής προσφέρονται στο τμήμα τα εξής μαθήματα:

- Μαθηματικά για τη Διοίκηση Επιχειρήσεων φθινοπωρινό
- Δίκτυα Επικοινωνιών φθινοπωρινό
- Ανάλυση και Σχεδίαση Επιχειρησιακών Εφαρμογών φθινοπωρινό
- Σχεδιασμός Βάσεων Δεδομένων φθινοπωρινό
- Τεχνητή Νοημοσύνη φθινοπωρινό
- Λειτουργικά Συστήματα εαρινό
- Βάσεις Δεδομένων εαρινό

Από το τμήμα Πληροφορικής προσφέρονται στο τμήμα τα εξής μαθήματα:

- Λογιστική I φθινοπωρινό
- Λογιστική II εαρινό
- Λογιστική Κόστους εαρινό
- Προχωρημένη Χρηματοοικονομική των Επιχειρήσεων εαρινό

Από το τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας προσφέρονται στο τμήμα τα εξής μαθήματα:

- Ποσοτικές Μέθοδοι III φθινοπωρινό
- Διοίκηση Έργων και Προγραμμάτων φθινοπωρινό
- Εφαρμογές Διοικητικής Επιστήμης φθινοπωρινό
- Διοίκηση Επιχειρήσεων και Τεχνολογία φθινοπωρινό
- Τεχνολογίες και Εφαρμογές Διαδικτύου φθινοπωρινό
- Πληροφοριακά Συστήματα και Βάσεις Δεδομένων φθινοπωρινό
- Ανάπτυξη και Διαχείριση Συστημάτων Πληροφορικής εαρινό
- Διοίκηση Παραγωγής και Υπηρεσιών εαρινό
- Διοίκηση Εφοδιαστικής Αλυσίδας εαρινό
- Γραμμική Άλγεβρα και Βελτιστοποίηση εαρινό

Μαθήματα που προσφέρει το τμήμα σε άλλα τμήματα του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών για το ακαδημαϊκό έτος 2007-2008:

Σε όλα τα τμήματα του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών, το τμήμα προσφέρει τα κάτωθι μαθήματα:

Διδακτική	φθινοπωρινό
Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ	φθινοπωρινό
Παιδαγωγική	εαρινό

Στο τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων, το τμήμα προσφέρει τα κάτωθι μαθήματα:

Διοίκηση Προμηθειών και Βιομηχανικό Μάρκετινγκ (business to business marketing)	φθινοπωρινό
Τιμολόγηση και Χρηματοοικονομική Ανάλυση	φθινοπωρινό
Διοίκηση Ποιότητας και Αλλαγών	φθινοπωρινό
Δίκτυα Διανομής και Logistics	εαρινό
Ποσοτικές Μέθοδοι II	εαρινό
Ανάπτυξη Προσωπικών Δεξιοτήτων	εαρινό

Στο τμήμα Πληροφορικής, το τμήμα προσφέρει τα κάτωθι μαθήματα:

Συμπεριφορά Καταναλωτή	φθινοπωρινό
Ψυχολογία	φθινοπωρινό
Διοίκηση Ανθρωπίνων Πόρων	εαρινό
Διαφήμιση	εαρινό

Στο τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας, το τμήμα προσφέρει τα κάτωθι μαθήματα:

Προώθηση Πωλήσεων και Άμεσο Μάρκετινγκ	φθινοπωρινό
Συμπεριφορά Καταναλωτή	φθινοπωρινό
Διαφήμιση	εαρινό
Στρατηγικό Μάρκετινγκ	εαρινό
Διαπραγματεύσεις και Επίλυση Διαφωνιών	εαρινό
Έρευνα Μάρκετινγκ	εαρινό
Εταιρική Επικοινωνιακή Στρατηγική	εαρινό

Στο τμήμα Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής, το τμήμα προσφέρει τα κάτωθι μαθήματα:

Διοίκηση Ανθρωπίνων Πόρων	εαρινό
---------------------------	--------

Στο τμήμα Στατιστικής προσφέρει το τμήμα τα κάτωθι μαθήματα:

Εισαγωγή στη Διοίκηση των Επιχειρήσεων	φθινοπωρινό
--	-------------

Διαφήμιση	εαρινό
Ηλεκτρονικό Μάρκετινγκ	εαρινό
Διοίκηση Ανθρωπίνων Πόρων	εαρινό
Συμπεριφορά Οργανώσεων	εαρινό
Μάρκετινγκ μη Κερδοσκοπικών Οργανισμών	εαρινό
Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας	εαρινό
Στρατηγικό Μάρκετινγκ	εαρινό
Μάρκετινγκ Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων	εαρινό

Το τμήμα Διεθνών Ευρωπαϊκών και Οικονομικών Σπουδών και το τμήμα Οικονομικής Επιστήμης, προσφέρουν στους φοιτητές τους τη δυνατότητα επιλογής έως 3 μαθημάτων από όλα τα μαθήματα του τμήματος μας.

3.1.2.9 Ποιες ξένες γλώσσες διδάσκονται στο Τμήμα; Είναι υποχρεωτικά τα σχετικά μαθήματα;

Όλοι οι φοιτητές υποχρεούνται να παρακολουθήσουν επιτυχώς έξι μαθήματα μιας από τις τρεις ξένες γλώσσες που προσφέρονται στο Πανεπιστήμιο: Αγγλικά, Γαλλικά και Γερμανικά. Στο πιστοποιητικό αναλυτικής βαθμολογίας αναγράφεται το μάθημα της ξένης γλώσσας χωρίς βαθμό.

Απαλλάσσονται από όλα τα εξαμηνιαία μαθήματα της ξένης γλώσσας όσοι έχουν πιστοποιητικό:

- Proficiency του Cambridge ή Michigan (αγγλική γλώσσα),
- Superieur III ή Sorbonne II (γαλλική γλώσσα),
- Kleines Sprachdiplom ή Grosses Sprachdiplom (γερμανική γλώσσα),
- Κρατικό πιστοποιητικό γλωσσομάθειας επιπέδου Γ2 (για κάθε γλώσσα αντίστοιχα).

Απαλλάσσονται από τα πέντε πρώτα εξαμηνιαία μαθήματα της ξένης γλώσσας όσοι έχουν:

- Κρατικό πιστοποιητικό γλωσσομάθειας επιπέδου Γ1 (για κάθε γλώσσα αντίστοιχα).

Απαλλάσσονται από τα τέσσερα πρώτα εξαμηνιαία μαθήματα της ξένης γλώσσας, όσοι έχουν:

- First Certificate in English, για την αγγλική γλώσσα,
- Superieur II ή Sorbonne I, για τη γαλλική γλώσσα,
- Mittelstufe Diplom, για τη γερμανική γλώσσα,
- Κρατικό πιστοποιητικό γλωσσομάθειας επιπέδου B2 (για κάθε γλώσσα αντίστοιχα).

Περιπτώσεις φοιτητών που έχουν κάποιο άλλο πιστοποιητικό και αιτούνται απαλλαγής, εξετάζονται από τη ΓΣ, η οποία αποφασίζει στηριζόμενη κατά κανόνα στη συμβουλή του τμήματος ξένων γλωσσών του Πανεπιστημίου.

3.1.3 Το εξεταστικό σύστημα

3.1.3.1 Εφαρμόζονται, και σε ποια έκταση, πολλαπλοί (σε είδος και χρόνο) τρόποι αξιολόγησης των φοιτητών; Ποιοι συγκεκριμένα;

Η αξιολόγηση των φοιτητών είναι ευθύνη του κάθε διδάσκοντος και διαφέρει από μάθημα σε μάθημα.

Πέρα από τις γραπτές εξετάσεις (οι οποίες γίνονται σε όλα τα μαθήματα), σε πολλά μαθήματα ατομικές ή/και ομαδικές εργασίες αποτελούν σημαντικό μέρος της αξιολόγησης. Έτσι, κατά μέσο όρο, οι περισσότεροι φοιτητές κάνουν 20 με 30 εργασίες κατά τη διάρκεια των σπουδών τους.

Όσον αφορά τις γραπτές εξετάσεις, συνήθως υπάρχει επιλογή θεμάτων, τα οποία οι φοιτητές αναπτύσσουν μέσα σε 3 ώρες. Υπάρχουν όμως και πιο σύντομες εξετάσεις, προφορικές εξετάσεις με παρουσιάσεις εργασιών, καθώς και εξετάσεις με χρήση πολλαπλών επιλογών (multiple choice questions).

3.1.3.2 Πώς διασφαλίζεται η διαφάνεια της διαδικασίας αξιολόγησης των φοιτητών;

Η βαθμολογία κάθε μαθήματος αναρτάται στον πίνακα ανακοινώσεων της Γραμματείας. Οποιοσδήποτε φοιτητής έχει απορία ή ένσταση για τον βαθμό του μπορεί να απευθυνθεί στον υπεύθυνο διδάσκοντα, ο οποίος του υποδεικνύει τους λόγους αποτυχίας του. Στην περίπτωση που δεν ικανοποιείται από την απάντηση του διδάσκοντος, μπορεί να υποβάλλει σχετικό αίτημα στην Γενική Συνέλευση, η οποία εξετάζει το θέμα και έχει το δικαίωμα να ζητήσει επανεξέταση.

3.1.3.3 Υπάρχει διαδικασία αξιολόγησης της εξεταστικής διαδικασίας και ποια είναι αυτή;

Η βαθμολογία κάθε μαθήματος δημοσιοποιείται και είναι διαθέσιμη όχι μόνο στον Πρόεδρο του τμήματος και στη Γενική Συνέλευση αλλά και στις κομματικές φοιτητικές οργανώσεις. Οι τελευταίες αναλύουν τα αποτελέσματα και πιέζουν συστηματικά για υψηλότερους βαθμούς και χαμηλότερα ποσοστά αποτυχίας, ειδικά στα μαθήματα που το ποσοστό αποτυχίας υπερβαίνει τον μέσο όρο. Κάτω από αυτές τις συνθήκες, και δεδομένης της γενικής χαλαρότητας και γενικευμένης τάσης αντιγραφής στις πολλαπλές εξετάσεις που επιτρέπει το σύστημα ανώτατης παιδείας στη χώρα μας, αυτό που προέχει να διασφαλιστεί είναι η αυστηρότητα της εξεταστικής διαδικασίας και ο έλεγχος της ελάχιστης αποδεκτής ποιότητας. Ευτυχώς, η πλειονότητα των μελών ΔΕΠ αντιστέκεται στις πιέσεις των φοιτητικών παρατάξεων στη Γενική Συνέλευση και ανησυχεί σχεδόν αποκλειστικά μόνο για μαθήματα υπερβολικά «εύκολα», με βαθμολογία αισθητά πάνω από τον μέσο όρο.

Η πρόσφατη δημοσιοποίηση των στατιστικών στοιχείων όλων των τμημάτων του πανεπιστημίου (σχετικά με τους βαθμούς πτυχίου τους), βοηθά στην αναγνώριση τάσεων για «ευκολότερα» και μικρότερης αξίας πτυχία και ενισχύει την αντίσταση στις συνεχείς πιέσεις ορισμένων φοιτητικών παρατάξεων για διαρκή υποβάθμιση του πτυχίου.

3.1.3.4 Πόσο διαφανής είναι η διαδικασία ανάθεσης και εξέτασης της πτυχιακής/ διπλωματικής εργασίας;

Το πρόγραμμα σπουδών δεν προβλέπει πτυχιακή/διπλωματική εργασία. Η εργασία πρακτικής εφαρμογής, που μπορεί να υποκαταστήσει ένα από τα 40 μαθήματα, ανατίθεται από τη Γενική Συνέλευση σε διδάσκοντα που ενδιαφέρεται για το θέμα στο οποίο ο φοιτητής προτίθεται να εκπονήσει εργασία. Γενικά, το ενδιαφέρον των φοιτητών είναι εξαιρετικά μικρό και η ανάθεση εργασίας πρακτικής εφαρμογής είναι σπάνια.

3.1.3.5 Υπάρχουν συγκεκριμένες προδιαγραφές ποιότητας για την πτυχιακή/ διπλωματική εργασία; Ποιες;

Το πρόγραμμα σπουδών δεν προβλέπει πτυχιακή/διπλωματική εργασία. Η εργασία πρακτικής εφαρμογής, που μπορεί να υποκαταστήσει ένα από τα 40 μαθήματα, απαιτεί προσπάθεια από μέρος του φοιτητή τουλάχιστον ανάλογη με αυτή που θεωρητικά απαιτείται για ένα μάθημα, δηλαδή περίπου 100 ώρες (4 ώρες μάθημα την εβδομάδα + 4 ώρες διάβασμα = 8 ώρες την εβδομάδα X 13 ώρες = 104 ώρες). Ένα μέλος ΔΕΠ εποπτεύει την εργασία και αυτό είναι υπεύθυνο για την ποιότητα της εν λόγω πτυχιακής/διπλωματικής εργασίας.

3.1.4 Διεθνής διάσταση του Προγράμματος Προπτυχιακών Σπουδών.

3.1.4.1 Υπάρχει συμμετοχή διδασκόντων από το εξωτερικό; Σε ποιο ποσοστό;

Δεν υπάρχει συμμετοχή διδασκόντων από το εξωτερικό.

3.1.4.2 Υπάρχει συμμετοχή αλλοδαπών φοιτητών (απόλυτος αριθμός και ποσοστό);

Στο τμήμα φοιτούν 64 αλλοδαποί φοιτητές (εκ των οποίων 39 Κύπριοι) και αποτελούν το 7% του συνόλου των φοιτητών.

3.1.4.3 Πόσα και ποια μαθήματα διδάσκονται (και) σε ξένη γλώσσα;

Το Τμήμα προσφέρει 12 μαθήματα στην Αγγλική στο πλαίσιο του προγράμματος ERASMUS:

Φθινοπωρινό Εξάμηνο:

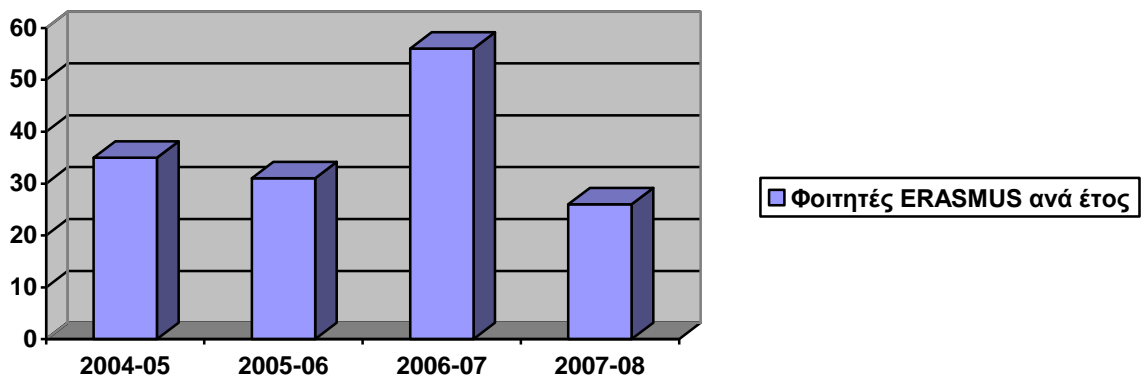
- 1.-Marketing of Financial Services, P. Papastathopoulou
- 2.- Organizational Behaviour, M. Vakola
- 3.- Industrial Marketing, P. Argouslidis
- 4.- Electronic Commerce (reading course), S. Dimitriadis
- 5.- Sales Force Management, E. Katsikea
- 6.-Public Finance (reading course), V. Patsouratis

Εαρινό Εξάμηνο:

- 1.- Human Resource Management, L. Panayotopoulou,
- 2.- Public Relations (reading course), I. Christodoulakis
- 3.- Political Economy and Social Communication, A. Skouras
- 4.- Introduction to Marketing, K. Intounas
- 5.- Change Management, M. Vakola
- 6.- Negotiations and Dispute Resolution, F. Kokkinaki

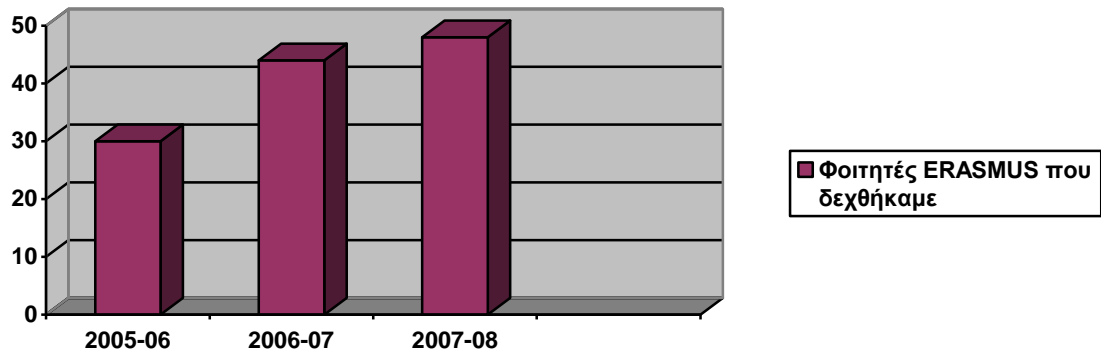
3.1.4.4 Σε πόσα (και ποια) προγράμματα διεθνούς εκπαιδευτικής συνεργασίας (π.χ. ERASMUS, LEONARDO, TEMPUS, ALPHA) σε επίπεδο προπτυχιακών σπουδών συμμετέχει το Τμήμα;

Το Πρόγραμμα ERASMUS άρχισε να λειτουργεί το ακαδημαϊκό έτος 1987-88 στο Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών. Το τμήμα μας συμμετέχει ενεργά στο πρόγραμμα αυτό και στις δράσεις του. Πιο συγκεκριμένα, τα τελευταία 4 έτη, **έχουν συμμετάσχει 148 φοιτητές** μας προς όλες σχεδόν τις χώρες της Ευρώπης. Μια απεικόνιση του αριθμού αυτού ανά έτος φαίνεται στο γράφημα που ακολουθεί.



Στο τρέχον ακαδημαϊκό έτος (2007-08), ο αριθμός των συμμετεχόντων στο πρόγραμμα μειώθηκε σημαντικά, λόγω του κλίματος αβεβαιότητας και των δυσκολιών που προέκυψαν από την κατάληψη του Πανεπιστημίου πέρυσι, κατά την περίοδο των εγγραφών στα ξένα ιδρύματα

Επίσης, **το τμήμα μας έχει δεχτεί 122 φοιτητές** όπως φαίνεται από το παρακάτω γράφημα:



Αρκετά μέλη ΔΕΠ του τμήματος έχουν λάβει μέρος σε πολλά Ευρωπαϊκά προγράμματα Leonardo και κυρίως Tempus. Το τμήμα έχει επίσης ηγηθεί, σε συνεργασία με την ESC Grenoble, ενός προγράμματος TACIS για την αναμόρφωση των σπουδών οικονομικών και διοίκησης επιχειρήσεων στο πανεπιστήμιο του Kaliningrad της Ρωσίας.

3.1.4.5 Υπάρχουν συμφωνίες διμερούς συνεργασίας με ιδρύματα και φορείς του εξωτερικού; Ποιες;

Υπάρχουν διμερείς συμφωνίες με πολλά εκπαιδευτικά ιδρύματα, με σκοπό την συνεργασία στο πρόγραμμα ERASMUS. Τα ιδρύματα αυτά με μικρές παραλλαγές κάθε χρόνο στέλνουν τους φοιτητές τους που επιθυμούν να σπουδάσουν για προκαθορισμένο χρόνο στο τμήμα μας. Η συνεργασία αυτή εξασφαλίζει ότι τα ιδρύματα αυτά δέχονται κάθε χρόνο τους δικούς μας φοιτητές στις εξής 26 χώρες: Αυστρία, Βέλγιο, Βουλγαρία, Γαλλία, Γερμανία, Δανία, Δημοκρατία της Τσεχίας, Ελβετία, Ηνωμένο Βασίλειο, Ιρλανδία, Ισλανδία, Ισπανία, Ιταλία, Καναδάς, Κύπρος, Λιθουανία, Μάλτα, Νορβηγία, Ολλανδία, Ουγγαρία, Πολωνία, Πορτογαλία, Σλοβακία, Σλοβενία, Σουηδία και Φινλανδία.

3.1.4.6 Υπάρχουν διεθνείς διακρίσεις του Προγράμματος Προπτυχιακών Σπουδών; Ποιες;

Ο αριθμός των ξένων φοιτητών, που αυξάνει από χρόνο σε χρόνο και έχει φθάσει φέτος τους 47, δείχνει ότι το τμήμα έχει ένα καλό όνομα στην Ευρώπη. Επίσης, φοιτητές του τμήματος μας έχουν κατά καιρούς διακριθεί σε διεθνείς διαγωνισμούς (π.χ. Economix Workshop, 2008 στο πανεπιστήμιο Bocconi – δες σχετικά ενημερωτικό δελτίο «ΕΝΗΜΕΡΩΝΟΥΜΕ» στο Παράρτημα).

3.1.4.7 Εφαρμόζεται το σύστημα μεταφοράς διδακτικών μονάδων (ECTS);

Σε ενημερωτικές συναντήσεις με τους ενδιαφερόμενους φοιτητές μας, τους συμβουλεύουμε να αναζητήσουν

- προγράμματα σπουδών που προσαρμόζονται στα δικά τους προγράμματα
- πλήρη ακαδημαϊκή αναγνώριση, που εγγυάται ότι δεν θα χάσουν χρόνο και μαθήματα σπουδάζοντας στο εξωτερικό.

Επίσης εξηγούμε, σε προσωπικές ωριαίες συναντήσεις με τους ενδιαφερόμενους, το ρόλο των πιστωτικών μονάδων και πως εφαρμόζονται.

Με βάση τα συμπεράσματα της δοκιμαστικής περιόδου, το ECTS αποδείχθηκε ότι είναι ένα αποτελεσματικό εργαλείο για εξασφάλιση διαφάνειας στα προγράμματα σπουδών και διευκόλυνση της ακαδημαϊκής αναγνώρισης. Έτσι το ECTS εφαρμόστηκε στο Πρόγραμμα Erasmus, του τομέα που αφορά την τριτοβάθμια εκπαίδευση στο Πρόγραμμα Σωκράτης (1995-1999). Οι φοιτητές μας πριν αναχωρήσουν για την χώρα υποδοχής γνωρίζουν πως το σύστημα μεταφοράς διδακτικών μονάδων:

- Εξασφαλίζει την ακαδημαϊκή αναγνώριση των σπουδών στο εξωτερικό.
- Καθιστά ικανή την πρόσβαση στα κανονικά προγράμματα σπουδών των εντόπιων φοιτητών, με το όφελος της πλήρους συμμετοχής στην ακαδημαϊκή ζωή του ιδρύματος υποδοχής.
- Διευκολύνει περαιτέρω σπουδές στο εξωτερικό, διότι ο φοιτητής μπορεί να παραμείνει στο ίδρυμα υποδοχής προκειμένου να τύχει του τελικού τίτλου σπουδών ή να μετακινηθεί σε ένα άλλο ίδρυμα για να συνεχίσει τις σπουδές του. Τα ίδια τα εκπαιδευτικά ιδρύματα αποφασίζουν ποιες προϋποθέσεις πρέπει να έχει ο ενδιαφερόμενος φοιτητής για να γίνει δεκτός, να τύχει του τίτλου σπουδών τους ή να μεταφέρει την εγγραφή του σε άλλο ίδρυμα.
- Βασίζεται στο ότι 60 πιστωτικές μονάδες αντιπροσωπεύουν τον φόρτο εργασίας ενός ακαδημαϊκού έτους, 30 ενός εξαμήνου και 20 ενός τριμήνου σπουδών.

3.1.4.8 Υπάρχουν και διανέμονται ενημερωτικά έντυπα εφαρμογής του ECTS;

Τα «έντυπα-κλειδιά» που υπάρχουν στο τμήμα και χρησιμοποιούνται για να λειτουργήσει το ECTS ως μηχανισμός προς διευκόλυνση της ακαδημαϊκής αναγνώρισης είναι:

1. Ο Πληροφοριακός οδηγός.

Αποτελεί την ταυτότητα του πανεπιστημιακού τμήματος στο οποίο αναφέρεται. Ανανεώνεται ετησίως και παρέχει γενικές πληροφορίες για το συγκεκριμένο πανεπιστήμιο, πλήρη ενημέρωση για το τμήμα και τα προσφερόμενα προγράμματα σπουδών με τα επί μέρους μαθήματα και τις λεπτομερείς περιγραφές τους. Επίσης, παρέχονται χρήσιμες πληροφορίες για την πόλη, τη στέγαση, τις πολιτιστικές εκδηλώσεις, κλπ.

2. Το Συμβόλαιο Εκμάθησης.

Αυτό το έγγραφο περιγράφει το πρόγραμμα που θα ακολουθήσει ο φοιτητής στο ίδρυμα υποδοχής και υπογράφεται από τον φοιτητή και τους συντονιστές των ιδρυμάτων υποδοχής και προέλευσης, πριν την αναχώρηση του φοιτητή για το εξωτερικό.

3. Το Πιστοποιητικό Αναλυτικής Βαθμολογίας.

Σε αυτό, αναγράφονται οι βαθμοί που έχει λάβει ο φοιτητής μέχρι την αναχώρησή του για το εξωτερικό. Εκδίδεται από το ίδρυμα προέλευσης και αποστέλλεται μαζί με την αίτηση συμμετοχής και το συμβόλαιο εκμάθησης στο ίδρυμα υποδοχής.

Το ίδιο έντυπο συμπληρώνεται από το ίδρυμα υποδοχής αναφέροντας τα μαθήματα που παρακολούθησε ο φοιτητής κατά το διάστημα της παραμονής του σε αυτό, μαζί με τη βαθμολογία και τις πιστωτικές μονάδες, και αποστέλλεται στο ίδρυμα προέλευσης. Ένα αντίγραφο αυτού του εγγράφου δίδεται στο φοιτητή για τον προσωπικό του φάκελο.

Επίσης, υπάρχει μια συγκεκριμένη διαδικασία που εξασφαλίζει διαφάνεια ως προς την επιλογή των φοιτητών που θα συμμετέχουν στο πρόγραμμα. Πιο συγκεκριμένα, οι φοιτητές που επιθυμούν να συμμετάσχουν στο Πρόγραμμα ΣΩΚΡΑΤΗΣ/ΕΡΑΣΜΟΣ, διανύοντας μία περίοδο σπουδών σε κάποιο από τα συνεργαζόμενα ευρωπαϊκά πανεπιστήμια, πρέπει να ακολουθήσουν την εξής διαδικασία:

1. Να λάβουν μέρος στις ενημερωτικές παρουσιάσεις του Προγράμματος που οργανώνονται από τους υπευθύνους του Πανεπιστημίου και των τμημάτων.
2. Να αναζητήσουν από τον διοικητικό υπεύθυνο του τμήματός τους πληροφοριακούς οδηγούς των πανεπιστημίων που τους ενδιαφέρουν, για μία προσεκτική μελέτη.
3. Να εφοδιασθούν από τον διοικητικό υπεύθυνο του τμήματός τους με τα απαραίτητα έντυπα (αίτηση συμμετοχής, συμβόλαιο εκμάθησης), να τα συμπληρώσουν και να τα υποβάλουν εντός της καθορισμένης προθεσμίας στον υπεύθυνο.
4. Για τη συμπλήρωση του συμβολαίου εκμάθησης πρέπει να ενημερωθούν για τα μαθήματα που προσφέρει το ίδρυμα υποδοχής, μελετώντας την αναλυτική περιγραφή τους και να προεπιλέξουν μαθήματα στα πλαίσια του κανονικού προγράμματος σπουδών τους. Κατόπιν, οφείλουν να συναντηθούν με τον ακαδημαϊκό υπεύθυνο του τμήματός τους, ο οποίος είναι αρμόδιος να επικυρώσει τις προεπιλογές των μαθημάτων, αφού υποδείξει ενδεχόμενες αλλαγές ή απορρίψει μαθήματα που επέλεξε ο φοιτητής, αντικαθιστώντας τα με άλλα, περισσότερο συναφή με το πρόγραμμα σπουδών του.
5. Να ζητήσουν από τη Γραμματεία του Τμήματος πιστοποιητικό αναλυτικής βαθμολογίας, το οποίο θα υποβάλουν μαζί με την αίτηση και το συμβόλαιο εκμάθησης στον διοικητικό υπεύθυνο του τμήματός τους.

Τα κριτήρια επιλεξιμότητας είναι:

- Επιτυχής περάτωση των σπουδών του πρώτου έτους.
- Υπηκοότητα ή μόνιμη κατοικία σε κράτος-μέλος της ΕΕ.
- Καλή ακαδημαϊκή επίδοση.
- Πολύ καλή γνώση της γλώσσας διδασκαλίας του ιδρύματος υποδοχής.
- Υψηλά κίνητρα για συμμετοχή στο Πρόγραμμα.

3.1.5 Πρακτική άσκηση των φοιτητών.

3.1.5.1 Υπάρχει ο θεσμός της πρακτικής άσκησης των φοιτητών; Είναι υποχρεωτική η πρακτική άσκηση για όλους τους φοιτητές;

Το Πρόγραμμα Πρακτικής Άσκησης του Τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών, λειτουργεί από τον Σεπτέμβριο του 1997 έως σήμερα, και δίνει την ευκαιρία σε Ζετείς/4ετείς φοιτητές και φοιτήτριες του Τμήματος να κάνουν πρακτική άσκηση σε Επιχειρήσεις, Οργανισμούς, Τράπεζες καθώς και σε ανεξάρτητες μονάδες του Πανεπιστημίου όπως η Βιβλιοθήκη, Εργαστήρια του Τμήματος, ο Σύλλογος και το Γραφείο Φοιτητών Erasmus. Πολλές από τις επιχειρήσεις που απασχολούν φοιτητές κατά τους καλοκαιρινούς μήνες βρίσκονται εκτός Αθηνών. Το Πρόγραμμα Πρακτικής Άσκησης δεν είναι υποχρεωτικό για τους φοιτητές του Τμήματος.

3.1.5.2 Αν η πρακτική άσκηση δεν είναι υποχρεωτική, ποιο ποσοστό των φοιτητών την επιλέγει; Πώς κινητοποιείται το ενδιαφέρον των φοιτητών;

Μέχρι σήμερα έχουν συμμετάσχει συνολικά **509** άτομα στο πρόγραμμα πρακτικής άσκησης

- **178** άτομα την περίοδο από 1/9/1997 έως 31/12/1999
- **36** άτομα την περίοδο από 01/01/2000 έως 31/08/2001
- **206** άτομα την περίοδο από 01/09/2001 έως 31/12/2005
- **69** άτομα την περίοδο από 01/01/2006 έως 31/12/2007, καθώς επίσης και
- **20** άτομα που έχουν ξεκινήσει το 2008.

Κατά μέσο όρο, οι φοιτητές που συμμετείχαν έως τώρα στο Πρόγραμμα ανέρχονται σε περίπου 50 ανά έτος. Καλύπτουν δηλαδή ένα ποσοστό της τάξης του 40% περίπου, επί των φοιτητών που εισάγονται με πανελλήνιες εξετάσεις στο Τμήμα ετησίως.

Για να κινητοποιηθεί το ενδιαφέρον των φοιτητών, τους γίνεται σχετική ενημέρωση 2-3 φορές το χρόνο σχετικά με τα οφέλη του Προγράμματος, από την Επιστημονική Υπεύθυνη του Προγράμματος Καθηγήτρια Νάνσυ Παπαλεξανδρή. Όσοι φοιτητές επιθυμούν να λάβουν μέρος στο Πρόγραμμα συμπληρώνουν την «Αίτηση Συμμετοχής Φοιτητών».

Κατά τη διάρκεια του ακαδημαϊκού έτους, γίνεται ανάρτηση σχετικών ανακοινώσεων στους χώρους του Εργαστηρίου Πολυμέσων και Επικοινωνίας του Τμήματος και στη Γραμματεία, ώστε να ενημερώνονται οι φοιτητές. Παράλληλα, οι ανακοινώσεις τοποθετούνται στην ιστοσελίδα του Τμήματος, ενώ προφορικές διευκρινήσεις δίδονται από την υπεύθυνη διοικητικής υποστήριξης του Προγράμματος κα Αθηνά Σκοπελίτη σε καθημερινή βάση.

3.1.5.3 Πώς καλλιεργείται το ενδιαφέρον των φοιτητών σε περίπτωση που η πρακτική άσκηση είναι υποχρεωτική;

Η πρακτική άσκηση δεν είναι υποχρεωτική.

3.1.5.4 Πώς έχει οργανωθεί η πρακτική άσκηση των φοιτητών του Τμήματος; Ποια είναι η διάρκειά της; Υπάρχει σχετικός εσωτερικός κανονισμός;

Η διαδικασία που τηρείται είναι η εξής: Γίνεται μια αρχική επικοινωνία και ενημέρωση διάφορων εταιρειών προκειμένου να διαπιστωθεί ποιες από αυτές είναι πρόθυμες και έχουν ανάγκη να απασχολήσουν φοιτητές. Στη συνέχεια αποστέλλεται ενημερωτική επιστολή και φυλλάδιο του Προγράμματος, προκειμένου να γίνουν γνωστοί οι όροι συμμετοχής σε αυτό. Οι επιχειρήσεις, εφ' όσον θέλουν να συμμετάσχουν στο Πρόγραμμα, συμπληρώνουν το έντυπο «Αίτηση Συμμετοχής Επιχείρησης».

Μετά τη συγκέντρωση ενός ικανοποιητικού αριθμού ενδιαφερομένων και από τις δυο πλευρές, γίνεται προσπάθεια να σταλεί ο κατάλληλος φοιτητής στην κατάλληλη θέση.

Από τη στιγμή που ο φοιτητής γίνει δεκτός από κάποια εταιρεία, προσκομίζει Αριθμό Μητρώου Ασφαλισμένου που λαμβάνει από το ΙΚΑ, αφού επιδείξει τη «Βεβαίωση Φορέα Απασχόλησης», έντυπο που συμπληρώνεται από την εταιρεία στην οποία έχει γίνει δεκτός. Τα ανωτέρω προσκομίζονται στον Ειδικό Λογαριασμό Κονδυλίων και Έρευνας, έτσι ώστε ο φοιτητής να έχει ασφαλιστική κάλυψη σε περίπτωση ατυχήματος. Λεπτομέρειες για τον τρόπο οργάνωσης της Πρακτικής Άσκησης περιγράφονται στο ενημερωτικό φυλλάδιο του Προγράμματος.

Οι φοιτητές/τριες απασχολούνται μέσω του Προγράμματος σε διάφορες Επιχειρήσεις, Οργανισμούς και Τράπεζες. Η διάρκεια της πρακτικής είναι 300 ώρες, τις οποίες ο φοιτητής μπορεί να καλύψει με πλήρη ή με μερική απασχόληση, ανάλογα με τις φοιτητικές του υποχρεώσεις κατά τη χρονική περίοδο της άσκησης. Αφού ολοκληρώσει την πρακτική του άσκηση, λαμβάνει την επιχορήγηση που προβλέπεται από το ΕΠΕΑΕΚ, μέσω του Ειδικού Λογαριασμού Κονδυλίων και Έρευνας του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών.

3.1.5.5 Ποιες είναι οι κυριότερες δυσκολίες που αντιμετωπίζει το Τμήμα στην οργάνωση της πρακτικής άσκησης των φοιτητών;

Το Τμήμα δεν αντιμετωπίζει ιδιαίτερες δυσκολίες στην υλοποίηση του προγράμματος. Η κυριότερη αδυναμία του Προγράμματος βρίσκεται στη μικρή διάρκειά του. Δυστυχώς, το σύνολο των ωρών που διατίθενται για το πρόγραμμα δεν επαρκεί ώστε να μπορέσει ο φοιτητής να εξοικειωθεί πλήρως με το περιβάλλον της επιχείρησης. Αυτό το γεγονός στερεί συχνά από τον εκάστοτε υπεύθυνο της επιχείρησης τη δυνατότητα να εμπιστευθεί πλήρως τον φοιτητή, ώστε να του αναθέσει σημαντικά καθήκοντα. Σε αρκετές περιπτώσεις, η επιχείρηση δέχεται να αποζημιώσει τον φοιτητή για να συνεχίσει την Πρακτική του και πέραν της συμπλήρωσης των προβλεπόμενων ωρών. Στο μέλλον, για να γίνει πιο ελκυστικό το Πρόγραμμα για τις επιχειρήσεις, θα πρέπει να αυξηθούν οι ώρες της πρακτικής αλλά με ανάλογη αποζημίωση των φοιτητών ώστε να υπάρχει το σχετικό κίνητρο.

3.1.5.6 Σε ποιες ικανότητες εφαρμογής γνώσεων στοχεύει η πρακτική άσκηση; Πόσο ικανοποιητικά κρίνετε τα αποτελέσματα; Πόσο επιτυχής είναι η εξοικείωση των ασκουμένων με το περιβάλλον του φορέα εκτέλεσης της πρακτικής άσκησης;

Οι ικανότητες εφαρμογής γνώσεων, οι οποίες αναπτύσσονται μέσω της Πρακτικής Άσκησης περιλαμβάνουν την εξοικείωση των φοιτητών με πραγματικά προβλήματα που έχουν σχέση τόσο με γνώσεις του τομέα Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας, όσο και με την ανάπτυξη

επαγγελματικών ικανοτήτων διαπροσωπικής επικοινωνίας, ανάληψης ευθύνης, συνεργασίας στην ομάδα, επίλυσης προβλημάτων κλπ.

Τα αποτελέσματα στο σύνολο τους είναι ικανοποιητικά, δεδομένου ότι οι εντυπώσεις των φοιτητών για το Πρόγραμμα Πρακτικής Άσκησης είναι θετικές. Θεωρούν πολύ σημαντικό το γεγονός ότι τους δόθηκε η ευκαιρία να μπουν στον επαγγελματικό στίβο μέσω του Προγράμματος. Όπως φαίνεται από την αξιολόγηση των αναφορών των φοιτητών, το 90% των φοιτητών έμειναν ικανοποιημένοι ενώ μόλις ένα 10% δεν ήταν ικανοποιημένοι.

Στα σχετικά σχόλια, τονίζεται ως πολύ θετικό το γεγονός ότι ήρθαν σε επαφή με τις πραγματικές συνθήκες εργασίας, κάτι που απαιτούσε υπευθυνότητα, συνέπεια και πρακτική εφαρμογή θεωρητικών γνώσεων. Όπως σημειώνουν οι φοιτητές, οι συνθήκες εργασίας ήταν εξαιρετικές, καθώς υπήρχε έντονο ενδιαφέρον για αξιοποίηση των γνώσεων των φοιτητών από τους φορείς.

Σύμφωνα με όσα αναφέρουν και οι ίδιοι οι φοιτητές, μέσω του Προγράμματος αυτού αποκομίζουν αρκετές γνώσεις πάνω στην εφαρμογή του αντικείμενου του μάρκετινγκ και της επικοινωνίας, ενώ τους δίνεται η δυνατότητα να γίνουν μέλη μιας εργασιακής ομάδας και να μάθουν πως να λειτουργούν και πως να συμπεριφέρονται μέσα σ' αυτήν. Τέλος, όπως οι ίδιοι σχολιάζουν, μαθαίνουν πως κάθε ενέργεια ή δραστηριότητα, όσο απλή και αν φαίνεται, διαδραματίζει μεγάλο ρόλο στην επίτευξη ενός στόχου.

Μπορούμε ενδεικτικά να παραθέσουμε ορισμένες απόψεις φοιτητών από την αναφορά τους σχετικά με το Πρόγραμμα:

«Θεωρώ ότι η πρακτική άσκηση πρέπει να αποτελεί συμπληρωματικό και αναπόσπαστο κομμάτι της πανεπιστημιακής κατάρτισης, καθώς τα οφέλη που αποκομίζει ο φοιτητής είναι εξαιρετικής σημασίας. Η δραστηριοποίηση σε έναν εργασιακό χώρο, έστω και βραχυπρόθεσμα, του προσφέρει τη δυνατότητα να συνειδητοποιήσει στην πράξη το αντικείμενο των σπουδών του καθώς επίσης και τις δυσκολίες και τις απαιτήσεις του εργασιακού περιβάλλοντος».

(Νίκη Ρίζου, S&B Βιομηχανικά Ορυκτά Α.Ε., 01/03/2007-01/05/2007)

«Το πρόγραμμα πρακτικής άσκησης θεωρώ ότι με βοήθησε πάρα πολύ και κέρδισα πάρα πολλά πράγματα από την εργασία μου αυτή. Καταρχάς ήταν μία πρώτη επαφή με τον κόσμο των επιχειρήσεων. Έζησα πώς γίνονται πράξη όλα αυτά που μαθαίνουμε ως φοιτητές όσον αφορά την επιστήμη του Μάρκετινγκ. Επίσης ήρθα σε επαφή με ανθρώπους που έχουν μεγάλη καριέρα στο χώρο και μου έδωσαν χρήσιμες κατευθύνσεις για την μελλοντική μου εξέλιξη. Θεωρώ ότι το πρόγραμμα πρακτικής άσκησης μου προσέφερε μία πολύτιμη εμπειρία για την μετέπειτα πορεία μου».

(Γεώργιος Φλωρόπουλος, 3M, 28/11/2006 – 23/2/2007)

Πριν από την Πρακτική μου Άσκηση στη «ΔΑΦΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ» είχα μια μικρή προκατάληψη όσον αφορά τις «μεγάλες» εταιρείες. Είχα την εντύπωση ότι οι σχέσεις μεταξύ των ανθρώπων στιγματίζονται από την ιεραρχία και ότι το περιβάλλον μέσα σ' αυτές είναι αρκετά απρόσωπο. Μπορώ να πω ότι αυτό που συνάντησα στη «ΔΑΦΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ» με εξέπληξε θετικά. Ο κόσμος με αγάλιασε θερμά και γρήγορα ένιωσα μέλος μιας ομάδας. Οι συνεργάτες μου στο τμήμα μου συμπεριφέρθηκαν σαν ισάξιο και με υποδεχτήκανε με σκοπό να με βοηθήσουν να αποκομίσω όσο το δυνατόν περισσότερο από την εμπειρία της πρακτικής άσκησης. Μου δώσανε υποχρεώσεις, μου μάθανε πώς να τις φέρνω εις πέρας και το πιο

σημαντικό απ' όλα, μου μάθανε πως αυτές οι υποχρεώσεις συμμετέχουν στην συνολική προσπάθεια του τμήματος άρα και της εταιρείας. Το θετικό κλίμα που επικρατούσε στην ομάδα (στο τμήμα δηλαδή) με ενθάρρυνε στο να αναλαμβάνω πρωτοβουλίες χωρίς φόβο και δισταγμό (Ιάσυνας Καπλάνης).

3.1.5.7 Συνδέεται το αντικείμενο απασχόλησης κατά την πρακτική άσκηση με την εκπόνηση πτυχιακής / διπλωματικής εργασίας;

Στο Πρόγραμμα Σπουδών προβλέπεται προαιρετικά η εκπόνηση διπλωματικής εργασίας. Όσοι φοιτητές την επιλέξουν, μπορούν να τη συνδυάσουν με την Πρακτική Άσκηση. Σε κάθε περίπτωση, οι φοιτητές που συμμετέχουν στο Πρόγραμμα Πρακτικής Άσκησης υποβάλλουν μετά το τέλος αυτής έγγραφη αναφορά, με περιγραφή του αντικειμένου εργασίας τους και των επιπτώσεων που έχει το Πρόγραμμα στη διεύρυνση των επαγγελματικών τους ικανοτήτων.

3.1.5.8 Δημιουργούνται με την πρακτική άσκηση ευκαιρίες για μελλοντική απασχόληση των πτυχιούχων;

Αρκετές από τις εταιρείες βλέπουν τους φοιτητές ως μελλοντικά τους στελέχη, γι' αυτό και επιδιώκουν να πάρουν συνέντευξη από τους υποψήφιους ασκούμενους πριν την τελική επιλογή.

Επίσης, έγιναν προτάσεις σε πολλούς από τους φοιτητές για να εργαστούν πλέον ως μόνιμοι υπάλληλοι στην εταιρεία που έκαναν πρακτική. Πολλοί από αυτούς αποδέχθηκαν αυτή την πρόταση, ιδίως αυτοί που χρωστούσαν λίγα μόνο μαθήματα για να πάρουν το πτυχίο τους. Ενδεικτικά, αναφέρονται ονόματα εταιρειών που προσέλαβαν ασκούμενους όπως οι: 3M, JOHNSON & JOHNSON, ΔΑΦΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ, ΚΑΡΙΕΡΑ, L'OREAL, ICAP, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΨΥΧΟΓΙΟΣ, Α.Γ. ΠΕΤΖΕΤΑΚΙΣ, ANTENNA TV A.E., SARA LEE COFFEE & TEA, AVON COSMETICS GREECE, SKF HELLAS, ΔΑΦΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ A.E., LOREAL, E- TRAVEL (Pame Diakopes), TFC, FERRERO, FIAT, PR TEAM ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ, TASTY FOODS, SKF HELLAS.

3.1.5.9 Έχει αναπτυχθεί δίκτυο διασύνδεσης του Τμήματος με κοινωνικούς, πολιτιστικούς ή παραγωγικούς φορείς με σκοπό την πρακτική άσκηση των φοιτητών;

Το Τμήμα, μέσω της Πρακτικής Άσκησης, έχει συνδεθεί κυρίως με επιχειρήσεις του ιδιωτικού τομέα, με τράπεζες κρατικές και ιδιωτικές ενώ σε μικρότερο βαθμό έχει αναπτύξει συνεργασία με Οργανισμούς Κοινής Ωφελείας, με Οργανισμούς Τοπικής Αυτοδιοίκησης και με μη κερδοσκοπικούς Οργανισμούς.

Ενδεικτικός πίνακας των εταιρειών που συνεργάζονται με το πρόγραμμα είναι ο ακόλουθος:

1	3M	28	PR TEAM DHMOSIES SXESEIS A.E
2	ANTENNA TV AE	29	RED BULL ΕΛΛΑΣ
3	APOPSIS	30	ROCHE
4	ATHENS VOICE	31	S&B ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΑ ΟΡΥΚΤΑ

5	AVON COSMETICS GREECE	32	SARA LEE COFFEE & TEA
6	BAYER HELLAS AE	33	SKF HELLAS
7	CADBURY HELLAS A.E.	34	SONY
8	E- TRAVEL	35	STAR CHANNEL
9	ERASMUS STUDENT ASSOCIATION, ΟΠΑ	36	TASTY FOODS
10	ERCO PROMOTION	37	VIDEOSONIC
11	EWORX A.E.	38	ΑΤΕ ΑΕΔΑΚ
12	FERRERO	39	ΓΙΑΤΡΟΙ ΧΩΡΙΣ ΣΥΝΟΡΑ
13	FIAT	40	ΔΑΦΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ Α.Ε.
14	GENIKI BANK	41	ΔΗΜΟΚΡΙΤΟΣ
15	HENKEL HELLAS	42	ΔΩΔΩΝΗ Α.Ε
16	ICAP	43	ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ
17	INTERSPORT ATHLETICS	44	ΕΘΝΙΚΟ ΘΕΑΤΡΟ
18	JOHNSON-JOHNSON HELLAS AEBE	45	ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΨΥΧΟΓΙΟΣ
19	KRAFT FOODS HELLAS A.E.	46	ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΑ
20	LOREAL	47	ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
21	LUSSILE	48	ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ
22	MACRO CASH & CARRY	49	ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ, ΟΠΑ
23	MEGA SHIPPING LINE CORP	50	ZARA
24	MERCATOR	51	Ι. ΜΠΟΥΤΑΡΗΣ & ΥΙΟΣ ΟΙΝΟΠΟΙΗΤΙΚΗ Α.Ε.
25	NEOSET A.E.	52	ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
26	NOVARTIS	53	ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΑΜΑΛΙΑ
27	OPEN 24	54	ΤΡΑΠΕΖΑ ΑΤΤΙΚΗΣ Α.Ε

3.1.5.10 Ποιες πρωτοβουλίες αναλαμβάνει το Τμήμα προκειμένου να δημιουργηθούν θέσεις απασχόλησης φοιτητών (σε τοπικό, εθνικό και ευρωπαϊκό επίπεδο);

Ανακοινώσεις και έντυπο υλικό μοιράζεται σε όλα τα συνέδρια όπου συμμετέχουν στελέχη επιχειρήσεων. Οργανώνεται ετησίως εκδήλωση δημοσιότητας. Το Τμήμα συμμετέχει στις ημέρες σταδιοδρομίας που οργανώνει το Γραφείο Διασύνδεσης του ΟΠΑ. Φοιτητές έχουν απασχοληθεί στο εξωτερικό μέσω του Προγράμματος LEONARDO της ΑΙΕSEC. Επίσης στα πλαίσια της νέας φάσης του προγράμματος ERASMUS, το οποίο περιλαμβάνει και χρηματοδότηση της Δια Βίου εκπαίδευσης, προβλέπεται η αποστολή φοιτητών για Πρακτική Άσκηση στο εξωτερικό.

Το Πρόγραμμα προβάλλεται από την Ιστοσελίδα του Τμήματος.

3.1.5.11 Υπάρχει στενή συνεργασία και επαφή μεταξύ των εκπαιδευτικών / εποπτών του Τμήματος και των εκπροσώπων του φορέα εκτέλεσης της πρακτικής άσκησης;

Υπάρχει στενή επαφή, μέσω επισκέψεων και τηλεφωνικής επικοινωνίας. Συγκεκριμένα, κατά τη διάρκεια της παραμονής των φοιτητών στις εταιρείες υπάρχει τηλεφωνική επικοινωνία με τον υπεύθυνο της κάθε εταιρίας που τους παρακολουθεί, προκειμένου να διαπιστωθεί αν ο κάθε ασκούμενος είναι συνεπής στις υποχρεώσεις και τα καθήκοντά του, αν αποδίδει στο έργο που του έχει ανατεθεί, αν είναι συνεπής στο ωράριό του και αν η συμπεριφορά του ήταν η πρέπει απέναντι στον Προϊστάμενο και τους υπαλλήλους της εταιρείας.

3.1.5.12 Υπάρχουν συγκεκριμένες προϋποθέσεις και απαιτήσεις για τη συνεργασία του Τμήματος με τους φορείς εκτέλεσης της πρακτικής άσκησης; Ποιες;

Είναι απαραίτητη προϋπόθεση, ο φορέας να δίνει τη δυνατότητα ανάπτυξης των επαγγελματικών δεξιοτήτων των φοιτητών και να τηρεί τις τυπικές διαδικασίες μέσω της συμπλήρωσης όλων των σχετικών εγγράφων. Επίσης, προσπάθεια γίνεται κατά το δυνατό να τοποθετούνται οι φοιτητές σε φορείς που παρουσιάζουν προοπτικές μελλοντικής απασχόλησης των φοιτητών.

3.1.5.13 Πώς παρακολουθούνται και υποστηρίζονται οι ασκούμενοι φοιτητές;

Υπάρχει συνεχής επικοινωνία της επιστημονικής υπευθύνου της Πρακτικής Άσκησης και της υπευθύνου διοικητικής υποστήριξης, τόσο με τους φοιτητές όσο και με τους φορείς υλοποίησης (Επιχειρήσεις και Οργανισμούς).

3.II Μ.Π.Σ. Μάρκετινγκ και Επικοινωνία με Νέες Τεχνολογίες

Το Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών του τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας ιδρύθηκε με την αρ. 432-06/98 υπουργική απόφαση και εντάχθηκε με την αρ. C (94) 1423/29-7-97 απόφαση της Επιτροπής Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων στο Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης (ΕΠΕΑΕΚ) στην Ελλάδα. Λειτουργεί σύμφωνα με τις διατάξεις των άρθρων 10 έως και 12 του Ν.2083/1992 ενώ δόθηκε παράταση λειτουργίας του με την υπ. Αριθμ.Β7/10219 (ΦΕΚ 565/τ.Β' /01.4.2008). Αντικείμενο του προτεινόμενου ΠΜΣ είναι η παροχή ειδικευμένων γνώσεων μεταπτυχιακού επιπέδου προς πτυχιούχους Α.Ε.Ι. στους βασικούς τομείς του Μάρκετινγκ και της Επικοινωνίας.

3.II.1 Τμήματα και Ιδρύματα που συμμετέχουν στο Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών.²

Το τμήμα Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών.

² Στην περίπτωση λειτουργίας Διατμηματικού ή Διιδρυματικού Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών.

3.11.2 Ανταπόκριση του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών στους στόχους του Τμήματος και τις ανάγκες της κοινωνίας.

Το ΠΜΣ Μάρκετινγκ & Επικοινωνία με Νέες Τεχνολογίες ιδρύθηκε με σκοπό τη δημιουργία νέων στελεχών στο μάρκετινγκ και στην επικοινωνία και τον εφοδιασμό των σημερινών στελεχών επιχειρήσεων με τις γνώσεις, τις δεξιότητες και τα εργαλεία που χρειάζονται για να ανταγωνίζονται με επιτυχία στο σύγχρονο επιχειρηματικό περιβάλλον και να συνεισφέρουν στην επιτυχία των επιχειρήσεων και οργανισμών τους. Το συγκεκριμένο ΠΜΣ είναι το πρώτο και μοναδικό πρόγραμμα στην Ελλάδα που ασχολείται με τις επιστήμες του Μάρκετινγκ και της Επικοινωνίας και ήλθε να καλύψει ένα πολύ μεγάλο κενό, που υπήρχε στη χώρα μας για μεταπτυχιακές σπουδές σε αυτά τα γνωστικά αντικείμενα. Στα λίγα χρόνια λειτουργίας του, το Πρόγραμμα έχει συμβάλει στην **αναβάθμιση** και **εξειδίκευση** του **στελεχιακού δυναμικού** της Ελληνικής Οικονομίας και έχει συγκεντρώσει άριστες κριτικές τόσο από τους συμμετέχοντες, όσο και από τον επιχειρηματικό κόσμο.

3.11.2.1 Υπάρχουν διαδικασίες ελέγχου της ανταπόκρισης αυτής; Πόσο αποτελεσματικές είναι;

Η ανταπόκριση του προγράμματος στις ανάγκες του τμήματος και της κοινωνίας ελέγχεται με τη διεξαγωγή έρευνας στους αποφοίτους ώστε να διαπιστωθεί η χρησιμότητα του μεταπτυχιακού τόσο σε πρακτικό (προαγωγή, εύρεση καλύτερης εργασίας) όσο και σε θεωρητικό (καλύτερη γνώση αντικειμένου) επίπεδο. Επίσης, γίνονται προσπάθειες διατήρησης επαφής με τους αποφοίτους ώστε να ενημερωνόμαστε για την πορεία τους. Σε αυτό το πλαίσιο έχει συσταθεί και λειτουργεί ο σύλλογος αποφοίτων του προγράμματος.

Τέλος, πολλά μέλη ΔΕΠ συνεργάζονται με επιχειρήσεις στις οποίες απασχολούνται απόφοιτοι και φοιτητές του μεταπτυχιακού, οπότε υπάρχει ενημέρωση για την πορεία τους και feedback για το πρόγραμμα.

3.11.2.2 Υπάρχουν διαδικασίες αξιολόγησης και αναθεώρησης του Προγράμματος Σπουδών; Πόσο αποτελεσματικές είναι;

Σε κάθε μάθημα δίνεται στους φοιτητές ερωτηματολόγιο αξιολόγησης του μαθήματος και των διδασκόντων, τα οποία επεξεργάζεται η γραμματεία και τα αποτελέσματα κοινοποιούνται στον Διευθυντή του Προγράμματος και μετά σε κάθε διδάσκοντα.

Ο Διευθυντής του ΜΠΣ αποφασίζει τις κατάλληλες διορθωτικές ενέργειες στην περίπτωση που οι αξιολογήσεις δεν είναι ικανοποιητικές. Τα αποτελέσματα των αξιολογήσεων χρησιμεύουν για αναδιοργάνωση / αναδιάρθρωση των μαθημάτων και της ύλης αλλά και ολόκληρου του προγράμματος σπουδών.

Στο πλαίσιο αυτό, κατά το ακαδημαϊκό έτος 2004-2005, το πρόγραμμα σπουδών άλλαξε και κάποια μαθήματα επιλογής (Διαφήμιση, Διοίκηση Προϊοντικού Χαρτοφυλακίου, Εταιρική Επικοινωνιακή Στρατηγική) ενσωματώθηκαν στα μαθήματα κορμού ενώ, ακολουθώντας τις απαιτήσεις της αγοράς, δημιουργήθηκαν 3 νέες εξειδικεύσεις, Διοίκηση Πελατών & Πωλήσεων, Μάρκετινγκ Υπηρεσιών και Μάρκετινγκ Εμπορικών Επιχειρήσεων. Από τις αιτήσεις που δέχεται το πρόγραμμα αλλά και από τις αξιολογήσεις των μαθημάτων φάνηκε ότι οι αλλαγές αυτές τόνωσαν το πρόγραμμα και ικανοποιούν τους φοιτητές.

Μία δεύτερη αναθεώρηση έγινε στο τέλος του 2007 και θα ισχύσει από το φθινόπωρο του 2008. Σύμφωνα με την πρόσφατη αναθεώρηση, αρχίζει από το επόμενο ακαδημαϊκό έτος 2008-09 η λειτουργία αγγλόφωνης κατεύθυνσης International Marketing και προετοιμάζεται αντίστοιχη κατεύθυνση International Communication, η οποία θα προσφερθεί σε ένα με δύο χρόνια από σήμερα.

3.II.2.3 Πώς δημοσιοποιείται το Πρόγραμμα Σπουδών;

Η δημοσιοποίηση του Προγράμματος Σπουδών γίνεται με προκήρυξη στον εθνικό τύπο, στην ιστοσελίδα του Τμήματος, καθώς και με φυλλάδια και συμμετοχές σε εκθέσεις στις οποίες συμμετέχει το Πανεπιστήμιο. Μέσα από τα στοιχεία που διατηρεί η Γραμματεία του ΜΠΣ έχουμε τη δυνατότητα να δούμε την αποτελεσματικότητα των τρόπων δημοσιοποίησης. (Οι αιτήσεις των φοιτητών αναφέρουν τον τρόπο πληροφόρησής τους).

3.II.2.4 Υπάρχει διαδικασία παρακολούθησης της επαγγελματικής πορείας όσων απέκτησαν τίτλο Μεταπτυχιακών Σπουδών από το Τμήμα;

Γίνονται προσπάθειες παρακολούθησης της πορείας των αποφοίτων μέσω τηλεφωνικής έρευνας (πραγματοποιήθηκε το 2004) και μέσω του νεοσύστατου συλλόγου αποφοίτων, ο οποίος συνεργάζεται στενά με τη γραμματεία του προγράμματος.

3.II.3 Δομή, συνεκτικότητα και λειτουργικότητα του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών.³

Στο Πρόγραμμα λειτουργούν δύο Κατευθύνσεις «Μάρκετινγκ» και «Επικοινωνία», ενώ στο νέο Πρόγραμμα Σπουδών έχουν προστεθεί οι αγγλόφωνες κατευθύνσεις «Μάρκετινγκ με Διεθνή Προσανατολισμό» (International Marketing) και «Επικοινωνία με Διεθνή Προσανατολισμό» (International Communication).

3.II.3.1 Ποιο είναι το ποσοστό των μαθημάτων κορμού / ειδίκευσης / κατευθύνσεων στο σύνολο των μαθημάτων;

Στις κατευθύνσεις «Μάρκετινγκ» και «Επικοινωνία» οι φοιτητές πρέπει να παρακολουθήσουν 12 μαθήματα και να εκπονήσουν διπλωματική εργασία. Τα 8 είναι μαθήματα κορμού (66%) ενώ τα 4 είναι μαθήματα επιλογής. Τα μαθήματα επιλογής χωρίζονται σε κατεύθυνση μάρκετινγκ (συνολικά 16 μαθήματα) και σε κατεύθυνση επικοινωνίας (19 μαθήματα) ενώ υπάρχουν 4 μαθήματα κοινά και για τις 2 κατευθύνσεις. Επίσης, στην κατεύθυνση μάρκετινγκ υπάρχουν οι 3 εξειδικεύσεις (Μάρκετινγκ Υπηρεσιών, Μάρκετινγκ Εμπορικών Επιχειρήσεων και Διοίκηση Πελατών & Πωλήσεων) καθεμία από τις οποίες περιλαμβάνει ένα «προεπιλεγμένο πακέτο» 4 μαθημάτων από τα ήδη υπάρχοντα. Στην κατεύθυνση επικοινωνίας υπάρχουν 2 εξειδικεύσεις (Διαφήμιση και Δημόσιες Σχέσεις) καθεμία από τις οποίες περιλαμβάνει ένα «προεπιλεγμένο πακέτο» 4 μαθημάτων από τα ήδη υπάρχοντα.

Στις κατευθύνσεις «Μάρκετινγκ με Διεθνή Προσανατολισμό» και «Επικοινωνία με Διεθνή Προσανατολισμό», οι φοιτητές πρέπει να παρακολουθήσουν 10 μαθήματα και να εκπονήσουν

³ Πολλές από τις ερωτήσεις αυτές μπορούν να απαντηθούν συγκεντρωτικά συμπληρώνοντας τους Πίνακες 7.5.1 και 7.5.2.

διπλωματική εργασία. Τα 8 είναι μαθήματα κορμού, εκ των οποίων τα 4 κοινά και για τις 2 κατευθύνσεις και τα 2 είναι μαθήματα επιλογής.

3.II.3.2 Ποιο είναι το ποσοστό των υποχρεωτικών μαθημάτων / μαθημάτων υποχρεωτικής επιλογής / μαθημάτων ελεύθερης επιλογής στο σύνολο των μαθημάτων;

Τα μαθήματα του ΜΠΣ, στις κατευθύνσεις «Μάρκετινγκ» και «Επικοινωνία» στο σύνολο, είναι 39, εκ των οποίων: 8 μαθήματα είναι κορμού (υποχρεωτικά), ποσοστό 20% επί του συνόλου των μαθημάτων και 31 είναι μαθήματα ελεύθερης επιλογής, ποσοστό 80% επί του συνόλου των μαθημάτων. Από τα 31 μαθήματα ελεύθερης επιλογής, 12 μαθήματα, δηλ. ποσοστό περίπου 40% είναι μαθήματα της κατεύθυνσης Μάρκετινγκ, 15 μαθήματα, δηλ. ποσοστό περίπου 48% είναι μαθήματα της κατεύθυνσης Επικοινωνίας και 4 μαθήματα, δηλ. ποσοστό περίπου 12% είναι κοινά μαθήματα. Στην περίπτωση που οι φοιτητές επιλέξουν να εξειδικευθούν σε κάποια από τις προσφερόμενες ειδικεύσεις, τότε η κατανομή των μαθημάτων είναι: 8 υποχρεωτικά μαθήματα (κορμού), ποσοστό περίπου 65%, 3 μαθήματα υποχρεωτικής επιλογής ειδίκευσης, ποσοστό 25% και 1 μάθημα ελεύθερης επιλογής, ποσοστό περίπου 10%.

Οι κατευθύνσεις «Μάρκετινγκ με Διεθνή Προσανατολισμό» και «Επικοινωνία με Διεθνή Προσανατολισμό» προσφέρουν 18 μαθήματα στο σύνολο. Τα υποχρεωτικά μαθήματα (κορμού) είναι 12, ποσοστό περίπου 66% επί του συνόλου των μαθημάτων και κατανέμονται ως εξής: 4 υποχρεωτικά μαθήματα (κορμού) είναι κοινά και στις 2 κατευθύνσεις, ποσοστό περίπου 22% επί του συνόλου των μαθημάτων, 4 υποχρεωτικά μαθήματα (κορμού) αφορούν την κατεύθυνση του «Μάρκετινγκ με Διεθνή Προσανατολισμό», ποσοστό περίπου 22%, επί του συνόλου των μαθημάτων και 4 υποχρεωτικά μαθήματα (κορμού) αφορούν την κατεύθυνση «Επικοινωνία με Διεθνή Προσανατολισμό», ποσοστό περίπου 22%, επί του συνόλου των μαθημάτων. Τα μαθήματα επιλογής είναι 6, ποσοστό περίπου 44% επί του συνόλου των μαθημάτων και κατανέμονται ως εξής: 2 μαθήματα επιλογής κοινά και στις 2 κατευθύνσεις, ποσοστό περίπου 11%, 2 μαθήματα επιλογής για την κατεύθυνση του «Μάρκετινγκ με Διεθνή Προσανατολισμό», ποσοστό περίπου 11% και 2 μαθήματα επιλογής για την κατεύθυνση «Επικοινωνία με Διεθνή Προσανατολισμό», ποσοστό περίπου 11%.

3.II.3.3 Ποια είναι η ποσοστιαία σχέση μεταξύ μαθημάτων υποβάθρου, μαθημάτων επιστημονικής περιοχής, μαθημάτων γενικών γνώσεων και μαθημάτων ανάπτυξης δεξιοτήτων στο σύνολο των μαθημάτων;

Στο πλαίσιο του μαθήματος «Ερευνητική Μεθοδολογία & Έρευνα Μάρκετινγκ» προσφέρεται διδασκαλία του προγράμματος στατιστικής ανάλυσης SPSS, το οποίο χρησιμεύει και κατά την εκπόνηση της διπλωματικής εργασίας (μάθημα υποβάθρου).

Στο πλαίσιο του μαθήματος «Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ & Συμπεριφορά Καταναλωτή» διεξάγεται το παιχνίδι προσομοίωσης Marketing Game.

Στο πλαίσιο του μαθήματος «Επιχειρησιακή Στρατηγική & Στρατηγικό Μάρκετινγκ» διεξάγεται το παιχνίδι προσομοίωσης MarkStrat.

Όλα τα υπόλοιπα μαθήματα είναι μαθήματα επιστημονικής περιοχής, εκτός της διπλωματικής εργασίας που μπορεί να θεωρηθεί και ανάπτυξη δεξιοτήτων.

3.II.3.4 Πώς κατανέμεται ο χρόνος μεταξύ θεωρητικής διδασκαλίας, ασκήσεων, εργαστηρίων, άλλων δραστηριοτήτων;

Το κάθε μάθημα διαρκεί 36 ώρες οι οποίες αφιερώνονται κυρίως για θεωρητική διδασκαλία. Με πρωτοβουλία του διδάσκοντα, μπορεί να προσκληθεί εξωτερικός ομιλητής με εμπειρία στο αντικείμενο του εκάστοτε μαθήματος, ώστε να πραγματοποιήσει διάλεξη στους φοιτητές, να μεταφέρει τις εμπειρίες του και να συζητήσει με τους φοιτητές. Οι διαλέξεις αυτές, συνήθως δεν ξεπερνούν τις 2 στο σύνολο των εισηγήσεων του μαθήματος (ήτοι 6 ώρες στις 36 συνολικά του μαθήματος).

Κάθε μάθημα περιλαμβάνει εργασίες. Οι εργασίες αυτές γίνονται από τους φοιτητές εκτός των ωρών διδασκαλίας και είναι είτε ομαδικές (στην πλειοψηφία τους) είτε ατομικές. Οι εργασίες αυτές παραδίδονται στους διδάσκοντες για βαθμολόγηση, ενώ για κάποια μαθήματα γίνονται παρουσιάσεις των εργασιών μέσα στην τάξη ή ατομικά στον διδάσκοντα.

Το SPSS διδάσκεται εκτός των ωρών του μαθήματος και η παρακολούθηση είναι προαιρετική. Συνολικά, πραγματοποιούνται 6 μαθήματα διάρκειας 2 ωρών το καθένα.

3.II.3.5 Πώς οργανώνεται και συντονίζεται η ύλη μεταξύ των μαθημάτων; Υπάρχει επικάλυψη ύλης μεταξύ των μαθημάτων; Υπάρχουν κενά ύλης; Είναι ορθολογική η έκταση της ύλης των μαθημάτων; Υπάρχει διαδικασία επανεκτίμησης, αναπροσαρμογής και επικαιροποίησης της ύλης των μαθημάτων;

Σε κάθε μάθημα υπάρχει ένα μέλος ΔΕΠ που έχει οριστεί συντονιστής του μαθήματος. Η ύλη των μαθημάτων οργανώνεται κατόπιν συνεννόησης των διδασκόντων του μαθήματος και ανάλογα με το αντικείμενο του κάθε διδάσκοντα. Σε όλα σχεδόν τα μαθήματα, οι διδάσκοντες είναι 2 ή και περισσότεροι.

Στο ερωτηματολόγιο αξιολόγησης των μαθημάτων, υπάρχει ερώτηση προς τους φοιτητές για την επικάλυψη και γενικότερα για την ύλη τους μαθήματος. Στο μεγαλύτερο ποσοστό τους οι φοιτητές δεν θεωρούν ότι υπάρχει σημαντική επικάλυψη μεταξύ των μαθημάτων, ενώ σε κάποια μαθήματα βρίσκουν υπερβολική την ύλη που δίνεται.

Οι διδάσκοντες αναπροσαρμόζουν την ύλη του μαθήματός τους, στηριζόμενοι τόσο στα αποτελέσματα των αξιολογήσεων αλλά και στις νέες δημοσιεύσεις ή στα αποτελέσματα νέων ερευνών που μπορεί να έχουν προκύψει στο αντικείμενο του μαθήματος.

Για την εφαρμογή του νέου προγράμματος, από το ακαδημαϊκό έτος 2008-09 καθιερώνεται:

- Η δημιουργία επιτροπής για τον συντονισμό της ύλης μεταξύ των μαθημάτων.
- Στην αρχή του κάθε εξαμήνου συνάντηση μεταξύ των διδασκόντων για συντονισμό, ορθολογική έκταση της ύλης, των απαιτήσεων, καθώς και των πιθανών συνεργειών μεταξύ των μαθημάτων.

3.II.3.6 Εφαρμόζεται σύστημα προαπαιτούμενων μαθημάτων; Πόσο λειτουργικό είναι;

Δεν εφαρμόζεται επισήμως σύστημα προαπαιτούμενων μαθημάτων αλλά η χρονική σειρά παρακολούθησης των μαθημάτων είναι αυστηρά καθορισμένη και εξασφαλίζει την προοδευτικότητα των μαθημάτων κορμού (που αποτελούν τα 2/3 του συνόλου των

μαθημάτων). Επίσης, η παρακολούθηση των μαθημάτων επιλογής επιτρέπεται μόνο μετά το πρώτο εξάμηνο και αφού οι φοιτητές έχουν ήδη εξετασθεί σε βασικά μαθήματα κορμού.

3.II.4 Το εξεταστικό σύστημα.

3.II.4.1 Εφαρμόζονται, και σε ποια έκταση, πολλαπλοί (σε είδος και χρόνο) τρόποι αξιολόγησης των φοιτητών; Ποιοι συγκεκριμένα;

Στο τέλος κάθε εξαμήνου, οι φοιτητές εξετάζονται στα μαθήματα του εξαμήνου. Συνολικά πραγματοποιούνται 2 εξεταστικές: μία κατά την περίοδο Ιανουαρίου-Φεβρουαρίου και μία τον Ιούνιο. Οι επαναληπτικές εξετάσεις πραγματοποιούνται επίσης κατά τις 2 αυτές περιόδους.

Όσον αφορά τα μαθήματα επιλογής, αυτά διαρκούν μια εβδομάδα (συνολικά 20 ώρες), κατά την θερινή περίοδο Αυγούστου και Σεπτεμβρίου, και στο τέλος της εβδομάδας, ημέρα Σάββατο, δίνονται οι εξετάσεις.

Οι διδάσκοντες μπορούν να αξιολογήσουν τους φοιτητές με πολλαπλούς τρόπους, όπως με γραπτή εξέταση, με ατομικές και/ή ομαδικές εργασίες, με προφορική συμμετοχή. Στους πιο πάνω αναφερόμενους τρόπους αξιολόγησης των φοιτητών δίδεται από τον διδάσκοντα ποσοστό βαρύτητας, έτσι ώστε ο τελικός βαθμός να προκύπτει από την σύνθεση των διαφορετικών κριτηρίων αξιολόγησης. Για όλα τα μαθήματα, η τελική βαθμολογία βασίζεται σε γραπτές και προφορικές δοκιμασίες και εργασίες. Ο συνυπολογισμός των βαθμών των προφορικών δοκιμασιών και εργασιών ισχύουν υπό την προϋπόθεση ότι έχει εξασφαλιστεί προβιβάσιμος βαθμός στη γραπτή εξέταση.

Η παρακολούθηση των μαθημάτων είναι υποχρεωτική. Απουσία πέραν του 30% από τις διαλέξεις των μαθημάτων συνιστά αντικειμενικό τεκμήριο αποτυχίας στο μάθημα. Απουσίες από τις διαλέξεις των θερινών μαθημάτων επιλογής δικαιολογούνται μόνο για λόγους ανωτέρας βίας.

Όποιος αποτύχει σε περισσότερα από δύο μαθήματα κορμού διαγράφεται. Όποιος αποτύχει σε μάθημα κορμού οιοδήποτε εξαμήνου υποχρεούται να επανεξετασθεί σ' αυτό το μάθημα στο τέλος του επόμενου εξαμήνου. Σε περίπτωση αποτυχίας δικαιούται να επαναλάβει την εξέταση μία ακόμη φορά. Σε περίπτωση και τρίτης αποτυχίας, διαγράφεται από το Τμήμα Μεταπτυχιακών Σπουδών. Όποιος αποτύχει σε δύο μαθήματα κορμού στις τμηματικές εξετάσεις οιοδήποτε εξαμήνου δικαιούται να επανεξετασθεί μια και μοναδική φορά σ' αυτά τα μαθήματα. Σε περίπτωση και δεύτερης αποτυχίας στα δύο αυτά μαθήματα, διαγράφεται από το Τμήμα Μεταπτυχιακών Σπουδών. Σε περίπτωση και δεύτερης αποτυχίας στο ένα από αυτά τα μαθήματα, μπορεί να επανεξετασθεί μετά από έγκριση της ΓΣΕΣ.

Απουσία στις εξετάσεις ισοδυναμεί με αποτυχία εκτός αν οφείλεται σε ανωτέρα βία.

Όποιος αποτύχει σε μάθημα επιλογής, δικαιούται να εξετασθεί και πάλι στο μάθημα αυτό κατά την επόμενη εξεταστική περίοδο. Μπορεί όμως, να παρακολουθήσει αν' αυτού κάποιο άλλο προσφερόμενο μάθημα. Σε περίπτωση τρίτης αποτυχίας στο ίδιο μάθημα, διαγράφεται από το Τμήμα Μεταπτυχιακών Σπουδών.

3.II.4.2 Πώς διασφαλίζεται η διαφάνεια της διαδικασίας αξιολόγησης των φοιτητών;

Τα αποτελέσματα της αξιολόγησης ανακοινώνονται στην ιστοσελίδα του τμήματος. Ο κάθε διδάσκων, σύμφωνα με απόφαση της Γενικής Συνέλευσης Ειδικής Σύθεσης, είναι υποχρεωμένος να δίνει επαναπληροφόρηση στους φοιτητές για τις εργασίες και την τελική αξιολόγηση. Οι φοιτητές μπορούν να ζητήσουν να δουν το γραπτό τους και να συζητήσουν με τον διδάσκοντα για την αξιολόγησή τους.

3.II.4.3 Υπάρχει διαδικασία αξιολόγησης της εξεταστικής διαδικασίας και ποια είναι αυτή;

Μετά την κάθε εξεταστική περίοδο και πριν την κοινοποίηση των αποτελεσμάτων στους φοιτητές διεξάγεται το Συμβούλιο Εισηγητών (Board of Examiners), κατά το οποίο ανακοινώνονται και συζητούνται οι βαθμολογίες όλων των μαθημάτων ενώπιον όλων των διδασκόντων.

3.II.4.4 Πόσο διαφανής είναι η διαδικασία ανάθεσης και εξέτασης της μεταπτυχιακής εργασίας;

Για την επιτυχή ολοκλήρωση του προγράμματος οι φοιτητές πρέπει να εκπονήσουν διπλωματική εργασία. Ο Οδηγός για την Εκπόνηση της Εργασίας παρέχει τις απαραίτητες πληροφορίες για το πώς πρέπει οι φοιτητές να αντιμετωπίσουν το θέμα της εργασίας. Η ανάθεση του θέματος της εργασίας γίνεται από τον Διευθυντή Σπουδών, κατόπιν συμφωνίας του φοιτητή με το μέλος ΔΕΠ που θα επιβλέψει την εργασία. Είναι ευθύνη του φοιτητή να βρει τόσο το θέμα της διπλωματικής εργασίας όσο και τον επιβλέποντα καθηγητή. Ο ρόλος του Διευθυντή Σπουδών και των λοιπών μελών ΔΕΠ είναι καθαρά συμβουλευτικός / επεξηγηματικός στη φάση αυτή (επισήμανση ερευνητικών ενδιαφερόντων μελών ΔΕΠ, ευκολία ή δυσκολία του θέματος).

Η διαφάνεια της εξέτασης της εργασίας, η οποία διαρκεί 30 λεπτά, εξασφαλίζεται με τη σύσταση 3μελούς επιτροπής η οποία αποτελείται από τον επιβλέποντα και 2 διδάσκοντες στο τμήμα. Ο φοιτητής πραγματοποιεί 10λεπτη παρουσίαση της εργασίας ενώπιον της επιτροπής του και απαντάει σε ερωτήσεις – παρατηρήσεις των μελών της επιτροπής. Ο βαθμός συμφωνείται και υπογράφεται από όλα τα μέλη της επιτροπής. Στην περίπτωση που κάποιος φοιτητής έχει παράπονο για την αξιολόγηση της εργασίας του μπορεί να απευθύνει σχετική επιστολή στην Γ. Σ. Ειδικής Σύθεσης, η οποία εξετάζει το θέμα και μπορεί να συστήσει επανεξέταση. Πρέπει να σημειωθεί, ότι ουδέποτε στα 10 χρόνια λειτουργίας του ΜΠΣ έχει προκύψει επιστολή παραπόνων στην Γ. Σ. Ειδικής Σύθεσης.

3.II.4.5 Υπάρχουν συγκεκριμένες προδιαγραφές ποιότητας για τη μεταπτυχιακή εργασία;

Υπάρχει οδηγός εκπόνησης της διπλωματικής εργασίας στον οποίο αναφέρονται οι προδιαγραφές εκπόνησης, συγγραφής και παρουσίασης της εργασίας και ο οποίος κοινοποιείται στους φοιτητές κατά την έναρξη του 2^{ου} έτους σπουδών τους (επισυνάπτεται στο Παράρτημα 2). Επίσης, ένα από τα αρχαιότερα μέλη ΔΕΠ έχει επιφορτισθεί με την ευθύνη για την διασφάλιση ποιότητας και σωστής συγκριτικής αξιολόγησης. Για τον σκοπό αυτό, διαβάσει όλες τις εργασίες και συμμετέχει σε όλες τις επιτροπές αξιολόγησης ενώ, για λόγους αντικειμενικότητας, δεν επιβλέπει προσωπικά καμία εργασία. Η συνεπής άσκηση αυτού του ρόλου κατά την τελευταία πενταετία έχει οδηγήσει σε θεαματική βελτίωση της ποιότητας των

εργασιών. Πρέπει επίσης να σημειωθεί, ότι οι εργασίες προηγούμενων ετών είναι διαθέσιμες στους φοιτητές και δείχνουν καθαρά την ποιότητα που αναμένεται.

3.II.5 *Επιλογή των μεταπτυχιακών φοιτητών.*

3.II.5.1 Ποια είναι η συγκεκριμένη διαδικασία επιλογής μεταπτυχιακών φοιτητών;

Όσον αφορά τους μεταπτυχιακούς φοιτητές πλήρους απασχόλησης:

- Κατάθεση αίτησης και δικαιολογητικών
- Έλεγχος αίτησης και δικαιολογητικών
- Α΄ φάση επιλογής βάσει επίδοσης στο GMAT
- Β΄ φάση επιλογής βάσει συνεξέτασης όλων των κριτηρίων

Όσον αφορά το τμήμα Στελεχών Επιχειρήσεων:

- Κατάθεση αίτησης και δικαιολογητικών
- Έλεγχος αίτησης και δικαιολογητικών
- Καταχώρηση στοιχείων για κάθε υποψήφιο - μοριοδότηση
- Α΄ φάση επιλογής βάσει των μορίων που συγκεντρώνει ο κάθε υποψήφιος (δεν υπάρχει ανώτερο – κατώτερο όριο)
- Β΄ φάση επιλογής βάσει συνέντευξης από τριμελή επιτροπή που αποτελείται από το Διευθυντή Σπουδών και δύο μέλη ΔΕΠ του Τμήματος. Στη συνέντευξη αξιολογούνται συνολικά τα προσόντα του υποψηφίου, η προσωπικότητά του, οι συστάσεις του, καθώς και η δυνατότητα αξιοποίησης του μεταπτυχιακού τίτλου, η ικανότητα επιτυχούς παρακολούθησης του προγράμματος και η δυνατότητα συμβολής στη μαθησιακή διαδικασία.

3.II.5.2 Με ποια συγκεκριμένα κριτήρια επιλέγονται οι μεταπτυχιακοί φοιτητές;

Όσον αφορά τους μεταπτυχιακούς φοιτητές πλήρους απασχόλησης:

- Επίδοση στο GMAT (50%, ελάχιστο αποδεκτό σκορ 550)
- Βαθμός πτυχίου (30%)
- Προσωπική συνέντευξη (20% - εξετάζεται συνολικά το προφίλ και οι συστάσεις του υποψηφίου)

Όσον αφορά το τμήμα Στελεχών Επιχειρήσεων:

- Σε κάθε κριτήριο που ακολουθεί αποδίδεται διαφορετική βαρύτητα, δηλαδή κάθε κριτήριο πολλαπλασιάζεται με διαφορετικό συντελεστή προκειμένου να υπολογιστούν τα μόρια του υποψηφίου.

- Βαθμός πτυχίου (συντελεστής 20)
- Χρόνια επαγγελματικής προϋπηρεσίας (συντελεστής 10, μέγιστο 10 έτη)
- Θέση εργασίας (επίπεδο υποδιευθυντή ή ανάλογο 30 μόρια, επίπεδο διευθυντή ή ανάλογο 50 μόρια)
- Γνώση αγγλικών (επίπεδο lower 30 μόρια, επίπεδο advanced 40 μόρια, επίπεδο proficiency 50 μόρια)
- Στη συνέντευξη βαθμολογούνται σε 10-βάθμια κλίμακα η δυνατότητα αξιοποίησης του μεταπτυχιακού τίτλου, η ικανότητα επιτυχούς παρακολούθησης του προγράμματος και η δυνατότητα συμβολής στη μαθησιακή διαδικασία. Επίσης, αξιολογούνται η προσωπικότητα και οι συστάσεις του υποψηφίου.

3.II.5.3 Ποιο είναι το ποσοστό αποδοχής υποψηφίων μεταπτυχιακών φοιτητών;⁴

Όσον αφορά τους μεταπτυχιακούς φοιτητές πλήρους απασχόλησης, επιλέγονται 30-35 φοιτητές, οπότε το ποσοστό εξαρτάται κάθε φορά από τον αριθμό αιτήσεων. Ενδεικτικά, για τη σειρά εισαγωγής 2007-2008 το ποσοστό ήταν 27,91 %, ενώ για τη σειρά 2006-2007 το ποσοστό ήταν 35,58 %. Ο αριθμός των αιτήσεων ήταν πολύ μεγαλύτερος και το ποσοστό αποδοχών πολύ μικρότερο προτού (1) ανακοινωθεί ότι δεν δεχόμαστε αιτήσεις με GMAT μικρότερο από 550 και (2) επιβληθεί τέλος αιτήσεως (application fee).

Όσον αφορά το τμήμα Στελεχών Επιχειρήσεων, επιλέγονται 40 φοιτητές, οπότε το ποσοστό εξαρτάται κάθε φορά από τον αριθμό αιτήσεων. Ενδεικτικά, για τη σειρά εισαγωγής 2007-2008 δεχθήκαμε 69 αιτήσεις. Καλέσαμε για συνέντευξη 63 υποψηφίους από τους οποίους επιλέξαμε 40. Για τη σειρά εισαγωγής 2006-2007 δεχθήκαμε 83 αιτήσεις, καλέσαμε για συνέντευξη 69 υποψηφίους και επιλέξαμε 40.

3.II.5.4 Πώς δημοσιοποιείται η διαδικασία, τα κριτήρια και τα αποτελέσματα της επιλογής φοιτητών;

- Τα κριτήρια και η διαδικασία γνωστοποιούνται μέσω της ιστοσελίδας του προγράμματος, της προκήρυξης στον εθνικό τύπο και των φυλλαδίων που διανέμονται στους ενδιαφερόμενους.
- Τα αποτελέσματα για τους επιτυχόντες γνωστοποιούνται μέσω της ιστοσελίδας του προγράμματος και τηλεφωνικής επικοινωνίας.

3.II.5.5 Πώς διασφαλίζεται η αποτελεσματικότητα και διαφάνεια της διαδικασίας επιλογής φοιτητών;

Εξασφαλίζονται μέσω της μεγάλης βαρύτητας που αποδίδεται σε αντικειμενικά κριτήρια (σκορ GMAT και βαθμός πτυχίου) καθώς και με την διεξαγωγή των συνεντεύξεων αλλά και τη συνολική αξιολόγηση όλων των κριτηρίων από τριμελείς επιτροπές. Οι τριμελείς επιτροπές

⁴ Η ερώτηση αυτή μπορεί να απαντηθεί συμπληρώνοντας τον Πίνακα 7.6

αποτελούνται α) από τον Διευθυντή Σπουδών, β) τον Αναπληρωτή Διευθυντή Σπουδών, και γ) μέλη ΔΕΠ που διδάσκουν στο ΜΠΣ, τα οποία γνωρίζουν τις απαιτήσεις του προγράμματος και μπορούν να κρίνουν την καταλληλότητα των υποψηφίων.

3.II.6 Χρηματοδότηση του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών.

3.II.6.1 Ποιες είναι οι πηγές χρηματοδότησης του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών;

- Η συμμετοχή των φοιτητών στο κόστος του προγράμματος (δίδακτρα).

3.II.6.2 Πώς εξασφαλίζεται η βιωσιμότητα του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών;

Μέσω της κατάρτισης αναλυτικού προϋπολογισμού (ανά σειρά εισαγωγής φοιτητών), βάσει των εσόδων του προγράμματος και συγκράτησης του κόστους στα πλαίσια του προϋπολογισμού.

3.II.6.3 Πώς χρησιμοποιούνται οι πόροι που διατίθενται στο Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών;

- Σε αμοιβές διδασκόντων στο ΜΠΣ.
- Σε αμοιβές διοικητικού και υποστηρικτικού προσωπικού.
- Σε υποτροφίες υποψήφιων διδασκόντων.
- Σε λειτουργικές δαπάνες.
- Σε δαπάνες εκδηλώσεων.
- Σε κρατήσεις υπέρ των φορέων του Πανεπιστημίου.

3.II.7 Διεθνής διάσταση του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών.

3.II.7.1 Υπάρχει συμμετοχή διδασκόντων από το εξωτερικό; Σε ποιο ποσοστό;

Υπάρχει σε ποσοστό 4% αλλά πρόκειται να αυξηθεί στο μέλλον με το ξεκίνημα της κατεύθυνσης International Marketing.

3.II.7.2 Υπάρχει συμμετοχή αλλοδαπών φοιτητών (απόλυτος αριθμός και ποσοστό);

Δεν υπήρχε μέχρι τώρα αλλά δεδομένου ότι το International Marketing θα διδάσκεται εξ ολοκλήρου στην αγγλική, η πρόθεση είναι να συμμετάσχει σημαντικός αριθμός αλλοδαπών φοιτητών (τελικά μέχρι 50%).

3.II.7.3 Πόσα και ποια μαθήματα διδάσκονται (και) σε ξένη γλώσσα;

Ένα μάθημα επιλογής: Το μάθημα Βιομηχανικό Μάρκετινγκ (Industrial Marketing) διδάσκεται στα αγγλικά. Επίσης, παλαιότερα διδάσκονταν στα αγγλικά το μάθημα επιλογής «Ηλεκτρονική Επικοινωνία».

3.II.7.4 Υπάρχουν συμφωνίες συνεργασίας με ιδρύματα και φορείς του εξωτερικού;

Με τέσσερα ευρωπαϊκά πανεπιστήμια για την κατεύθυνση International Marketing.

3.II.7.5 Υπάρχουν διεθνείς διακρίσεις του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών; Ποιες;

Το ΠΜΣ ήταν ο συντονιστής του ευρωπαϊκού προγράμματος PRIMA για τη δημιουργία κοινών syllabus, case-studies και τελικά μεταπτυχιακού προγράμματος στο International Marketing.

3.III Μ.Π.Σ. στη Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού

3.III.1 Τμήματα και Ιδρύματα που συμμετέχουν στο Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών.⁵

Συμμετέχουν τα τμήματα Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας και Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών.

3.III.2 Ανταπόκριση του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών στους στόχους του Τμήματος και τις ανάγκες της κοινωνίας.

3.III.2.1 Υπάρχουν διαδικασίες ελέγχου της ανταπόκρισης αυτής; Πόσο αποτελεσματικές είναι;

- Μέσω αξιολογήσεων του μαθήματος και των διδασκόντων από τους φοιτητές.
- Εφαρμογή του ευρωπαϊκού μοντέλου ποιότητας του EFQM (EUROPEAN FOUNDATION OF QUALITY MANAGEMENT) και διάκριση στο επίπεδο "COMMITTED TO EXCELLENCE".
- Διεξαγωγή έρευνας στους αποφοίτους σχετικά με την επαγγελματική του εξέλιξη μετά το μεταπτυχιακό.

3.III.2.2 Υπάρχουν διαδικασίες αξιολόγησης και αναθεώρησης του Προγράμματος Σπουδών; Πόσο αποτελεσματικές είναι;

- Διεξαγωγή ποσοτικής και ποιοτικής έρευνας στα πλαίσια του EFQM σε όλους τους φοιτητές και διδάσκοντες. Τα αποτελέσματα χρησίμευσαν στην αξιολόγηση και αναθεώρηση του προγράμματος σπουδών.
- Μέσω αξιολογήσεων των μαθημάτων και των διδασκόντων από τους φοιτητές.

⁵ Στην περίπτωση λειτουργίας Διατμηματικού ή Διιδρυματικού Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών.

3.III.2.3 Πώς δημοσιοποιείται το Πρόγραμμα Σπουδών;

- Μέσω ιστοσελίδας
- Μέσω ανακοινώσεων σε εφημερίδες και περιοδικά
- Μέσω ενημέρωσης σε συνέδρια και εκθέσεις.

3.III.2.4 Υπάρχει διαδικασία παρακολούθησης της επαγγελματικής πορείας όσων απέκτησαν τίτλο Μεταπτυχιακών Σπουδών από το Τμήμα;

Υπάρχει διαδικασία παρακολούθησης της επαγγελματικής πορείας των αποφοίτων που πραγματοποιείται:

- Μέσω της Γραμματείας με τηλεφωνική επικοινωνία.
- Μέσω επικοινωνίας με το σύλλογο αποφοίτων.
- Με τη συστηματική επικοινωνία με τους αποφοίτους μέσω της Γραμματείας και της Διευθύντριας του προγράμματος σπουδών (κ. Νάνσυ Παπαλεξανδρή).

3.III.3 Δομή, συνεκτικότητα και λειτουργικότητα του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών.⁶

3.III.3.1 Ποιο είναι το ποσοστό των μαθημάτων κορμού / ειδίκευσης / κατευθύνσεων στο σύνολο των μαθημάτων;

20 Υποχρεωτικά και 3 επιλογής.

3.III.3.2 Ποιο είναι το ποσοστό των υποχρεωτικών μαθημάτων / μαθημάτων υποχρεωτικής επιλογής / μαθημάτων ελεύθερης επιλογής στο σύνολο των μαθημάτων;

20 από τα 23 Υποχρεωτικά 87%

3 από τα 23 Επιλογής 13%

3.III.3.3 Ποια είναι η ποσοστιαία σχέση μεταξύ μαθημάτων υποβάθρου, μαθημάτων επιστημονικής περιοχής, μαθημάτων γενικών γνώσεων και μαθημάτων ανάπτυξης δεξιοτήτων στο σύνολο των μαθημάτων;

15% Υπόβαθρο, 15% Ανάπτυξη Δεξιοτήτων, 20% Γενικών Γνώσεων και 50% Μαθημάτων Επιστημονικής Περιοχής.

⁶ Πολλές από τις ερωτήσεις αυτές μπορούν να απαντηθούν συγκεντρωτικά συμπληρώνοντας τους Πίνακες 7.5.1 και 7.5.2.

3.III.3.4 Πώς κατανέμεται ο χρόνος μεταξύ θεωρητικής διδασκαλίας, ασκήσεων, εργαστηρίων, άλλων δραστηριοτήτων;

400 Διδακτικές Ώρες, 300 Ώρες Πρακτικής Άσκησης και Υποχρεωτική Διπλωματική Εργασία (Τμήμα Πλήρους Φοίτησης).

Εκπόνηση Διπλωματικής Εργασίας ή τριών επιπλέον μαθημάτων (Επιλογής) για το Τμήμα Μερικής Φοίτησης.

3.III.3.5 Πώς οργανώνεται και συντονίζεται η ύλη μεταξύ των μαθημάτων; Υπάρχει επικάλυψη ύλης μεταξύ των μαθημάτων; Υπάρχουν κενά ύλης; Είναι ορθολογική η έκταση της ύλης των μαθημάτων; Υπάρχει διαδικασία επανεκτίμησης, αναπροσαρμογής και επικαιροποίησης της ύλης των μαθημάτων;

- Η οργάνωση και συντονισμός της ύλης μεταξύ των μαθημάτων, γίνεται από τη Γενική Συνέλευση Ειδικής Σύνθεσης και από τη διευθύντρια του προγράμματος.
- Υπάρχει επικάλυψη σε κάποια μαθήματα λόγω συνάφειας του αντικειμένου.
- Δεν υπάρχουν κενά ύλης.
- Υπάρχει διαδικασία επανεκτίμησης, αναπροσαρμογής και επικαιροποίησης της ύλης μέσω των αξιολογήσεων που υποβάλλουν οι φοιτητές και οι οποίες εξετάζονται από τη διατμηματική επιτροπή. Επίσης γίνονται 2 ετήσιες συναντήσεις (FOCUS GROUPS) των φοιτητών με τη διευθύντρια του προγράμματος, όπου συζητούνται και καταγράφονται όλες οι προτάσεις για βελτιώσεις.

3.III.3.6 Εφαρμόζεται σύστημα προαπαιτούμενων μαθημάτων; Πόσο λειτουργικό είναι;

Όχι, δεν εφαρμόζεται για τα τρία μαθήματα ελεύθερης επιλογής αλλά η σειρά παρακολούθησης των είκοσι άλλων μαθημάτων είναι αυστηρά καθορισμένη.

3.III.4 Το εξεταστικό σύστημα.

3.III.4.1 Εφαρμόζονται, και σε ποια έκταση, πολλαπλοί (σε είδος και χρόνο) τρόποι αξιολόγησης των φοιτητών; Ποιοι συγκεκριμένα;

- Γραπτές Εξετάσεις.
- Διπλωματική Εργασία.
- Ποικίλες εργασίες (γραπτές ομαδικές, γραπτές ατομικές και προφορική παρουσίαση).

3.III.4.2 Πώς διασφαλίζεται η διαφάνεια της διαδικασίας αξιολόγησης των φοιτητών;

Μέσω αυστηρής επιτήρησης των παρουσιών στην τάξη και στην διεξαγωγή των γραπτών εξετάσεων διασφαλίζεται η σοβαρότητα της διαδικασίας αξιολόγησης. Τυχόν παράπονα

φοιτητών για τα αποτελέσματα της αξιολόγησης, μπορούν να υποβληθούν στην Διατμηματική Επιτροπή η οποία μπορεί να επιβάλλει επανεξέταση και αποτελεί τον τελικό κριτή.

3.III.4.3 Υπάρχει διαδικασία αξιολόγησης της εξεταστικής διαδικασίας και ποια είναι αυτή;

Ακολουθεί τα πρότυπα εξεταστικής διαδικασίας του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών (ΟΠΑ) και τον Εσωτερικό Κανονισμό Λειτουργίας του. Η Διατμηματική Επιτροπή και η διευθύντρια του προγράμματος πληροφορούνται για τα αποτελέσματα της εξεταστικής διαδικασίας και μπορούν να παρέμβουν διορθωτικά όπου χρειάζεται.

3.III.4.4 Πόσο διαφανής είναι η διαδικασία ανάθεσης και εξέτασης της μεταπτυχιακής εργασίας;

Γίνεται τελική εξέταση του φοιτητή από τριμελή επιτροπή καθηγητών, σε ανοιχτό ακροατήριο με συμμετοχή και στελεχών επιχειρήσεων, παρουσία της διευθύντριας του προγράμματος.

3.III.4.5 Υπάρχουν συγκεκριμένες προδιαγραφές ποιότητας για τη μεταπτυχιακή εργασία;

Υπάρχει οδηγός εκπόνησης Διπλωματικής Εργασίας που παρουσιάζεται με αναλυτική ενημέρωση από τη διευθύντρια του προγράμματος. Οι φοιτητές παρακολουθούν 20ωρο σεμινάριο άσκησης στο πρόγραμμα SPSS.

3.III.5 *Επιλογή των μεταπτυχιακών φοιτητών.*

3.III.5.1 Ποια είναι η συγκεκριμένη διαδικασία επιλογής μεταπτυχιακών φοιτητών;

- Αρχικά γίνεται υποβολή αιτήσεων συμμετοχής κατόπιν δημοσιεύσεων των αντίστοιχων προκηρύξεων στην ιστοσελίδα του μεταπτυχιακού, σε εφημερίδες και περιοδικά.
- Ακολουθεί αξιολόγηση των αιτήσεων συμμετοχής που καταλήγει σε συνέντευξη των υποψηφίων από επιτροπή καθηγητών του προγράμματος.

3.III.5.2 Με ποια συγκεκριμένα κριτήρια επιλέγονται οι μεταπτυχιακοί φοιτητές;

Για το τμήμα Πλήρους Φοίτησης:

- Βαθμός πτυχίου.
- Βαθμός GMAT.
- Συνέντευξη.

Για το τμήμα Στελεχών Επιχειρήσεων:

- Βαθμός πτυχίου.
- Άριστη γνώση της Αγγλικής Γλώσσας.
- Έτη προϋπηρεσίας.

- Επίπεδο και συνάφεια θέσης προς το περιεχόμενο του μεταπτυχιακού.
- 2 έτη προϋπηρεσίας μετά τη λήψη του πτυχίου.

3.III.5.3 Ποιο είναι το ποσοστό αποδοχής υποψηφίων μεταπτυχιακών φοιτητών;⁷

20 άτομα από τους 120 υποψηφίους στο τμήμα Πλήρους Φοίτησης (Ποσοστό 16%).

40 από τους 130 υποψηφίους στο τμήμα Μερικής Φοίτησης (ποσοστό 30%).

3.III.5.4 Πώς δημοσιοποιείται η διαδικασία, τα κριτήρια και τα αποτελέσματα της επιλογής φοιτητών;

Η διαδικασία και τα κριτήρια αναφέρονται στην προκήρυξη και στην ιστοσελίδα. Τα αποτελέσματα της επιλογής φοιτητών κοινοποιούνται σε όλους του ενδιαφερόμενους, μέσω επιστολής και τηλεφωνικά.

3.III.5.5 Πώς διασφαλίζεται η αποτελεσματικότητα και διαφάνεια της διαδικασίας επιλογής φοιτητών;

- Μέσω του συστήματος μορίων.
- Μέσω συνέντευξης με την παρουσία τουλάχιστον τριών καθηγητών.

3.III.6 Χρηματοδότηση του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών.

3.III.6.1 Ποιες είναι οι πηγές χρηματοδότησης του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών;

Μέχρι το έτος 2007-2008, το τμήμα Πλήρους Φοίτησης ελάμβανε χρηματοδότηση της ειδικής υπηρεσίας ΕΠΕΑΕΚ της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Από τη νέα χρονιά θα υπάρχει καταβολή διδάκτρων. Στο τμήμα Μερικής Φοίτησης ισχύει από την αρχή η καταβολή διδάκτρων.

3.III.6.2 Πώς εξασφαλίζεται η βιωσιμότητα του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών;

Μέσω ικανού ύψους διδάκτρων που γίνονται εφικτά από την αύξηση του ενδιαφέροντος για την Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού και την ανάπτυξη συνεργασιών από τη διευθύντρια του προγράμματος.

3.III.6.3 Πώς χρησιμοποιούνται οι πόροι που διατίθενται στο Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών;

Για τις αμοιβές του Διδακτικού Προσωπικού, υποτροφίες φοιτητών, ενίσχυση της έρευνας, διοικητικές και άλλες ανάγκες του Π.Μ.Σ.

⁷ Η ερώτηση αυτή μπορεί να απαντηθεί συμπληρώνοντας τον Πίνακα 7.6

3.III.7 Διεθνής διάσταση του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών.

3.III.7.1 Υπάρχει συμμετοχή διδασκόντων από το εξωτερικό; Σε ποιο ποσοστό;

- Σε μικρό ποσοστό σε επίπεδο διδασκόντων.
- Σε μεγαλύτερο ποσοστό σε ότι αφορά τους ομιλητές που προσκαλούνται από το εξωτερικό.

3.III.7.2 Υπάρχει συμμετοχή αλλοδαπών φοιτητών (απόλυτος αριθμός και ποσοστό);

Όχι, αλλά εξετάζεται ως προοπτική.

3.III.7.3 Πόσα και ποια μαθήματα διδάσκονται (και) σε ξένη γλώσσα;

Δεν διδάσκονται μαθήματα σε ξένη γλώσσα αλλά το εκπαιδευτικό υλικό είναι κυρίως στα αγγλικά.

3.III.7.4 Υπάρχουν συμφωνίες συνεργασίας με ιδρύματα και φορείς του εξωτερικού;

Σε ερευνητικό επίπεδο και σε επίπεδο αποστολής φοιτητών στο εξωτερικό.

3.III.7.5 Υπάρχουν διεθνείς διακρίσεις του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών; Ποιες;

Διάκριση σε πρώτο επίπεδο ποιότητας «COMMITTED TO EXCELLENCE» από τον Ευρωπαϊκό Οργανισμό Ποιότητας (EUROPEAN FOUNDATION FOR QUALITY MANAGEMENT).

3.IV Διατμηματικό Μ.Π.Σ. στη Διοίκηση των Επιχειρήσεων - MBA

Το Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στη Διοίκηση των Επιχειρήσεων MBA λειτουργεί σύμφωνα με την διάταξη της Υ.Α. Β7/37437/11-7-2006, ΦΕΚ 1025/31-7-2006 τ.Β' και απόφαση Ε.Δ.Ε. 1^η/19-12-2001. Το MBA απευθύνεται σε αποφοίτους Ελληνικών ΑΕΙ ή ΑΕΙ της αλλοδαπής (αναγνωρισμένων στο ΔΟΑΤΑΠ) και έχει ως στόχο οι φοιτητές του να αποκτούν γνώσεις και αναπτύσσει ικανότητες επίλυσης επιχειρησιακών προβλημάτων, λήψη αποφάσεων, συνεργασία και επικοινωνία με τα μέλη των ομάδων που ανήκουν και ανάληψη ηγετικού ρόλου σε αυτήν.

3.IV.1 Τμήματα και Ιδρύματα που συμμετέχουν στο Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών.⁸

Το τμήμα Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας και το τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών.

⁸ Στην περίπτωση λειτουργίας Διατμηματικού ή Διιδρυματικού Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών.

3.IV.2 Ανταπόκριση του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών στους στόχους του Τμήματος και τις ανάγκες της κοινωνίας.

Πρόθεση αυτών που διδάσκουν στο MBA είναι να παρακολουθούν τις σύγχρονες εκπαιδευτικές τάσεις που επικρατούν σε ανάλογα εκπαιδευτικά προγράμματα του εξωτερικού, να εξετάζουν την εφαρμογή τους στην ελληνική πραγματικότητα και να τις υιοθετούν για να βοηθούν τους αποφοίτους να είναι ιδιαίτερα ανταγωνιστικοί στην αγορά εργασίας. Το συγκεκριμένο ΜΠΣ είναι το πρώτο πρόγραμμα MBA στην Ελλάδα, με συσσωρευμένη εμπειρία και γνώση από το 1985 έως σήμερα. Ως ιδρυτικό μέλος του Ελληνικού Ινστιτούτου Εξυπηρέτησης Πελατών (ΕΙΕΠ), προσφέρει πρόσβαση σε 101 κορυφαίες ελληνικές και διεθνείς επιχειρήσεις. Κάθε χρόνο οι φοιτητές του MBA γνωρίζουν παγκόσμιες διακρίσεις σε διεθνείς διαγωνισμούς όπως το Global Management Challenge (2006, 4^η θέση παγκοσμίως) και το E-Strat, το μεγαλύτερο επιχειρηματικό παίγνιο της L'Oréal (2006, πρόκριση στην πέμπτη σειρά παγκοσμίως).

Το MBA προσφέρει ένα δυναμικό, πολυδιάστατο, σύγχρονο πρόγραμμα σπουδών με ευρύ φάσμα μαθημάτων επιλογών και δυνατότητα εξειδίκευσης σε διάφορες κατευθύνσεις. Σήμερα όλοι οι απόφοιτοι του, έχουν αναλάβει υψηλές διευθυντικές θέσεις στον ιδιωτικό και δημόσιο τομέα. Στο Βήμα των Επιχειρήσεων προσκαλούνται κάθε εβδομάδα στελέχη διάφορων κλάδων από τον ιδιωτικό και δημόσιο τομέα, δίνοντας την ευκαιρία επικοινωνίας με την Ελληνική και διεθνή αγορά. Το Βήμα των Επιχειρήσεων είναι η επαφή των θεωριών με την πράξη, η πιο άμεση επαφή των φοιτητών με την αγορά εργασίας και τις τρέχουσες εξελίξεις σε αυτήν, προσφέροντας με αυτό τον τρόπο στους μελλοντικούς αποφοίτους του MBA εφόδια ζωής.

3.IV.2.1 Υπάρχουν διαδικασίες ελέγχου της ανταπόκρισης αυτής; Πόσο αποτελεσματικές είναι;

Η στενή επαφή και συνεργασία με το Σύλλογο Αποφοίτων MBA, μέλη του οποίου είναι πολλά υψηλόβαθμα στελέχη, προσφέρει ενημέρωση για την ανταπόκριση του επιχειρηματικού κόσμου. Επίσης, ο Σύλλογος Αποφοίτων MBA, προβάλλει με ιδιαίτερη επιτυχία το έργο του προγράμματος και προωθεί τα συμφέροντα όλων των μελών του, οργανώνοντας διάφορες κοινωνικές εκδηλώσεις και δραστηριότητες, και αναλαμβάνοντας εκδόσεις οι οποίες είναι άξιες συγχαρητηρίων. Τέλος, πολλά μέλη ΔΕΠ συνεργάζονται με επιχειρήσεις στις οποίες ασχολούνται απόφοιτοι του μεταπτυχιακού, οπότε υπάρχει ενημέρωση για την πορεία τους και κριτική για το πρόγραμμα.

3.IV.2.2 Υπάρχουν διαδικασίες αξιολόγησης και αναθεώρησης του Προγράμματος Σπουδών; Πόσο αποτελεσματικές είναι;

Σε κάθε μάθημα δίνεται στους φοιτητές ερωτηματολόγιο αξιολόγησης του μαθήματος και των διδασκόντων, τα οποία επεξεργάζεται η γραμματεία και τα αποτελέσματα κοινοποιούνται στον Διευθυντή του προγράμματος και μετά σε κάθε διδάσκοντα. Ο Διευθυντής του ΜΠΣ γνωστοποιεί τα αποτελέσματα στη Διατμηματική Επιτροπή και αποφασίζονται οι κατάλληλες διορθωτικές ενέργειες.

3.IV.2.3 Πώς δημοσιοποιείται το Πρόγραμμα Σπουδών;

Η δημοσιοποίηση του προγράμματος γίνεται στο ΦΕΚ, στον Οδηγό Σπουδών, στην ιστοσελίδα του προγράμματος στο Internet (<http://www.mba.aueb.gr>) καθώς και με φυλλάδια και

συμμετοχές σε εκθέσεις στις οποίες συμμετέχει το Πανεπιστήμιο. Μέσα από τα στοιχεία που διατηρεί η Γραμματεία του ΜΠΣ έχουμε τη δυνατότητα να δούμε την αποτελεσματικότητα των τρόπων δημοσιοποίησης (οι αιτήσεις των φοιτητών αναφέρουν τον τρόπο πληροφόρησής τους).

3.IV.2.4 Υπάρχει διαδικασία παρακολούθησης της επαγγελματικής πορείας όσων απέκτησαν τίτλο Μεταπτυχιακών Σπουδών από το Τμήμα;

Υπάρχει επικοινωνία των αποφοίτων με τη Γραμματεία, καθώς και με το σύλλογο αποφοίτων, ο οποίος συνεργάζεται στενά με τη Γραμματεία του Προγράμματος. Επίσης, υπάρχει συνεχής επαφή του Διευθυντή και του Αναπληρωτή Διευθυντή του Προγράμματος με τους φοιτητές.

3.IV.3 Δομή, συνεκτικότητα και λειτουργικότητα του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών.⁹

Στο Πρόγραμμα λειτουργούν τρεις εξειδικεύσεις: «Διοίκηση Μάρκετινγκ», «Χρηματοοικονομική Διοίκηση» και «Οργάνωση και Διοίκηση Επιχειρήσεων».

3.IV.3.1 Ποιο είναι το ποσοστό των μαθημάτων κορμού / ειδίκευσης / κατευθύνσεων στο σύνολο των μαθημάτων;

Το πρόγραμμα MBA απαιτεί εξέταση των φοιτητών σε 16 μαθήματα και εκπόνηση διπλωματικής εργασίας.

Τα μαθήματα των δύο πρώτων εξαμήνων είναι κοινά για όλους τους φοιτητές: 5 μαθήματα στο πρώτο εξάμηνο και 6 μαθήματα στο δεύτερο εξάμηνο. Αυτά είναι τα 11 μαθήματα κορμού (68,75%).

Κάθε εξειδίκευση έχει τρία υποχρεωτικά μαθήματα (18,75%). Εκτός από τα τρία υποχρεωτικά μαθήματα κάθε εξειδίκευσης, οι φοιτητές εξετάζονται σε δύο μαθήματα επιλογής (12,5%) από τις άλλες εξειδικεύσεις ή τον κατάλογο μαθημάτων επιλογών, ο οποίος περιλαμβάνει 14 μαθήματα.

3.IV.3.2 Ποιο είναι το ποσοστό των υποχρεωτικών μαθημάτων / μαθημάτων υποχρεωτικής επιλογής / μαθημάτων ελεύθερης επιλογής στο σύνολο των μαθημάτων;

Τα μαθήματα του ΜΠΣ είναι συνολικά 34, εκ των οποίων: 11 μαθήματα είναι κορμού (υποχρεωτικά), ποσοστό 32,35% επί του συνόλου των μαθημάτων, ποσοστό 32,35% επί του συνόλου των μαθημάτων και 23 είναι μαθήματα επιλογής, ποσοστό 67,65% επί του συνόλου των μαθημάτων. Από τα 23 μαθήματα επιλογής, τα 9 είναι υποχρεωτικά μαθήματα επιλογής των τριών εξειδικεύσεων (τρία μαθήματα για κάθε εξειδίκευση, ποσοστό 39,13% και τα υπόλοιπα 14 μαθήματα είναι ελεύθερης επιλογής, ποσοστό 60,87%.

⁹ Πολλές από τις ερωτήσεις αυτές μπορούν να απαντηθούν συγκεντρωτικά συμπληρώνοντας τους Πίνακες 7.5.1 και 7.5.2.

3.IV.3.3 Ποια είναι η ποσοστιαία σχέση μεταξύ μαθημάτων υποβάθρου, μαθημάτων επιστημονικής περιοχής, μαθημάτων γενικών γνώσεων και μαθημάτων ανάπτυξης δεξιοτήτων στο σύνολο των μαθημάτων;

Στο πλαίσιο των μαθημάτων «Ποσοτικές Μέθοδοι για τη Λήψη Επιχειρηματικών Αποφάσεων» και «Ερευνητική Μεθοδολογία και Έρευνα Αγοράς», προσφέρεται διδασκαλία προγραμμάτων στατιστικής ανάλυσης τα οποία χρησιμοποιούνται και κατά την εκπόνηση της διπλωματικής εργασίας (μαθήματα υποβάθρου). Όλα τα υπόλοιπα μαθήματα είναι μαθήματα επιστημονικών περιοχών εκτός της διπλωματικής εργασίας που μπορεί να θεωρηθεί και ανάπτυξη δεξιοτήτων.

3.IV.3.4 Πώς κατανέμεται ο χρόνος μεταξύ θεωρητικής διδασκαλίας, ασκήσεων, εργαστηρίων, άλλων δραστηριοτήτων;

Η διάρκεια του προγράμματος ορίζεται σε 18 μήνες. Οι ώρες διδασκαλίας του κάθε μαθήματος ορίζονται σε τρεις ανά εβδομάδα. Με πρωτοβουλία του διδάσκοντα μπορεί να προσκληθεί εξωτερικός ομιλητής με εμπειρία στο αντικείμενο του εκάστοτε μαθήματος, ώστε να πραγματοποιήσει διάλεξη στους φοιτητές, να μεταφέρει τις εμπειρίες του και να συζητήσει με τους φοιτητές. Επίσης γίνονται παρουσιάσεις από επιτυχημένα στελέχη ελληνικών επιχειρήσεων κάθε εβδομάδα (Βήμα των Επιχειρήσεων).

Κάθε μάθημα περιλαμβάνει εργασίες ατομικές ή ομαδικές σε προβλήματα που αντιμετωπίζουν ελληνικές επιχειρήσεις προκειμένου να εξοικειωθούν οι φοιτητές με τον ελληνικό επιχειρηματικό χώρο, να καλλιεργηθεί σε αυτούς ένα πνεύμα συνεργασίας και να τους δοθεί η ευκαιρία να αναπτύξουν τις ικανότητες σύνθεσης, ανάλυσης και αξιολόγησης των διάφορων επιχειρηματικών θεμάτων και προβλημάτων. Οι εργασίες αυτές γίνονται από τους φοιτητές εκτός των ωρών διδασκαλίας και παραδίδονται στους διδάσκοντες για βαθμολόγηση, ενώ για κάποια μαθήματα γίνονται παρουσιάσεις των εργασιών μέσα στην τάξη. Τέλος, στο πλαίσιο των μαθημάτων, γίνονται αναλύσεις και συζητήσεις πραγματικών περιπτώσεων (case studies) και εφαρμογές επιχειρηματικών παιχνιδιών (Business Games).

3.IV.3.5 Πώς οργανώνεται και συντονίζεται η ύλη μεταξύ των μαθημάτων; Υπάρχει επικάλυψη ύλης μεταξύ των μαθημάτων; Υπάρχουν κενά ύλης; Είναι ορθολογική η έκταση της ύλης των μαθημάτων; Υπάρχει διαδικασία επανεκτίμησης, αναπροσαρμογής και επικαιροποίησης της ύλης των μαθημάτων;

Σε κάθε μάθημα, ένα μέλος ΔΕΠ έχει οριστεί υπεύθυνος του μαθήματος. Η ύλη των μαθημάτων οργανώνεται κατόπιν συνεννόησης των διδασκόντων του μαθήματος και ανάλογα με το αντικείμενο του κάθε διδάσκοντα. Στα περισσότερα μαθήματα, οι διδάσκοντες είναι 2 ή και περισσότεροι.

Στο ερωτηματολόγιο αξιολόγησης των μαθημάτων υπάρχει ερώτηση προς τους φοιτητές για την επικάλυψη και γενικότερα για την ύλη τους μαθήματος. Στο μεγαλύτερο ποσοστό τους, οι φοιτητές δεν θεωρούν ότι υπάρχει **σημαντική** επικάλυψη μεταξύ μερικών μαθημάτων όπου παρατηρείται κάποια μικρή επικάλυψη, ενώ τα περισσότερα δεν έχουν επικαλύψεις.

Οι διδάσκοντες αναπροσαρμόζουν την ύλη του μαθήματός τους στηριζόμενοι τόσο στα αποτελέσματα των αξιολογήσεων αλλά και στις νέες δημοσιεύσεις ή στα αποτελέσματα νέων ερευνών που μπορεί να έχουν προκύψει στο αντικείμενο του μαθήματος.

Στην αρχή κάθε εξαμήνου, στη Διατμηματική Επιτροπή, συζητούνται θέματα συντονισμού, ορθολογικής έκτασης της ύλης, των απαιτήσεων, καθώς και των πιθανών συνεργειών μεταξύ των μαθημάτων. Επίσης υπάρχει συνεχής επαφή του Διευθυντή του προγράμματος με τους διδάσκοντες.

3.IV.3.6 Εφαρμόζεται σύστημα προαπαιτούμενων μαθημάτων; Πόσο λειτουργικό είναι;

Το MBA δεν έχει προαπαιτούμενα μαθήματα αλλά τα 11 μαθήματα κορμού είναι στο πρώτο έτος και προηγούνται των μαθημάτων επιλογής που προσφέρονται στο δεύτερο έτος.

3.IV.4 Το εξεταστικό σύστημα.

3.IV.4.1 Εφαρμόζονται, και σε ποια έκταση, πολλαπλοί (σε είδος και χρόνο) τρόποι αξιολόγησης των φοιτητών; Ποιοι συγκεκριμένα;

Οι απαιτήσεις του κάθε μαθήματος μπορούν να περιλαμβάνουν πέραν των εξετάσεων και τη διεξαγωγή εργασιών. Στο τέλος κάθε εξαμήνου οι φοιτητές εξετάζονται στα μαθήματα του εξαμήνου. Συνολικά πραγματοποιούνται 3 εξεταστικές, δύο κατά την περίοδο Ιανουαρίου – Φεβρουαρίου (μαθήματα κορμού 1^{ου} εξαμήνου και μαθήματα της εξειδίκευσης 3^{ου} εξαμήνου) και μία τον Ιούνιο (μαθήματα κορμού 2^{ου} εξαμήνου).

Οι επαναληπτικές εξετάσεις πραγματοποιούνται επίσης σε αυτές τις περιόδους. Η παρακολούθηση των μαθημάτων είναι υποχρεωτική για όλους τους φοιτητές, η δε απώλεια πέραν του 30% των διαλέξεων συνεπάγεται αυτόματα και αποτυχία στο μάθημα. Απουσία στις εξετάσεις ισοδυναμεί με αποτυχία εκτός και αν οφείλεται σε ανωτέρα βία.

3.IV.4.2 Πώς διασφαλίζεται η διαφάνεια της διαδικασίας αξιολόγησης των φοιτητών;

Τα αποτελέσματα της αξιολόγησης ανακοινώνονται στην ιστοσελίδα του τμήματος. Ο κάθε διδάσκων, σύμφωνα με απόφαση της Διατμηματικής Επιτροπής, είναι υποχρεωμένος να δίνει επαναπληροφόρηση στους φοιτητές για τις εργασίες και την τελική αξιολόγηση. Οι φοιτητές μπορούν να ζητήσουν να δουν το γραπτό τους και να συζητήσουν με τον διδάσκοντα για την αξιολόγησή τους.

3.IV.4.3 Υπάρχει διαδικασία αξιολόγησης της εξεταστικής διαδικασίας και ποια είναι αυτή;

Γίνεται τελική αξιολόγηση για όλο το πρόγραμμα γενικά από τους φοιτητές.

3.IV.4.4 Πόσο διαφανής είναι η διαδικασία ανάθεσης και εξέτασης της μεταπτυχιακής εργασίας;

Το 4^ο εξάμηνο του προγράμματος σπουδών διατίθεται για τη συγγραφή της μεταπτυχιακής εργασίας. Γι' αυτό το λόγο στο τέλος του δεύτερου εξαμήνου ή το αργότερο σε 30 ημέρες από την έναρξη του τρίτου εξαμήνου ο φοιτητής είναι υποχρεωμένος να προτείνει το θέμα της μεταπτυχιακής του εργασίας, το οποίο πρέπει να εγκριθεί από τον καθ' ύλη αρμόδιο καθηγητή και από το Διευθυντή του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών. Ο αρμόδιος καθηγητής είναι υπεύθυνος για την παρακολούθηση και αξιολόγηση της μεταπτυχιακής εργασίας, η οποία είναι ατομική.

Η διπλωματική εργασία υποβάλλεται για αξιολόγηση μέχρι το τέλος του τετάρτου εξαμήνου. Σύμφωνα με τον οδηγό εκπόνησης διπλωματικών εργασιών, ο φοιτητής πρέπει να προβεί στην επιλογή του επιβλέποντος, μεταξύ των διδασκόντων του προγράμματος ή άλλων μελών ΔΕΠ των τμημάτων Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων ή Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών. Επίσης είναι ευθύνη του φοιτητή να βρει το θέμα της εργασίας. Ο οδηγός για την Εκπόνηση της Εργασίας, παρέχει τις απαραίτητες πληροφορίες για το πώς πρέπει οι φοιτητές να αντιμετωπίσουν το θέμα της εργασίας.

Η προφορική υποστήριξη των εργασιών γίνεται ενώπιον τριμελούς επιτροπής, στην οποία συμμετέχει ο επιβλέπων και δύο άλλοι διδάσκοντες στο μεταπτυχιακό πρόγραμμα. Η προφορική υποστήριξη της εργασίας γίνεται σύμφωνα με το πρόγραμμα που δημοσιεύει η Γραμματεία. Η διαδικασία διαρκεί περίπου μισή ώρα. Η διαδικασία αρχίζει με την παρουσίαση του φοιτητή που δεν υπερβαίνει τα 8-10 λεπτά. Κατά τη διάρκεια της διαδικασίας, τα μέλη της Επιτροπής, υποβάλλουν ερωτήσεις σχετικές με την εργασία, τις οποίες ο φοιτητής πρέπει να απαντήσει ικανοποιητικά. Ο βαθμός συμφωνείται και υπογράφεται από όλα τα μέλη της επιτροπής.

3.IV.4.5 Υπάρχουν συγκεκριμένες προδιαγραφές ποιότητας για τη μεταπτυχιακή εργασία;

Υπάρχει οδηγός εκπόνησης της διπλωματικής εργασίας στον οποίο αναφέρονται οι προδιαγραφές εκπόνησης, συγγραφής και παρουσίασης της εργασίας και ο οποίος κοινοποιείται στους φοιτητές κατά την έναρξη του 3^{ου} εξαμήνου σπουδών τους (επισυνάπτεται). Επίσης, δυο μέλη ΔΕΠ της Διατμηματικής Επιτροπής έχουν επιφορτισθεί με την ευθύνη για την διασφάλιση ποιότητας και σωστής συγκριτικής αξιολόγησης. Για τον σκοπό αυτό, μεταξύ τους διαβάζουν όλες τις εργασίες και συμμετέχουν σε όλες τις επιτροπές αξιολόγησης.

3.IV.5 *Επιλογή των μεταπτυχιακών φοιτητών.*

3.IV.5.1 Ποια είναι η συγκεκριμένη διαδικασία επιλογής μεταπτυχιακών φοιτητών;

Αρχικά γίνεται υποβολή αιτήσεων συμμετοχής κατόπιν δημοσιεύσεων των αντίστοιχων προκηρύξεων στην ιστοσελίδα του μεταπτυχιακού, σε εφημερίδες και περιοδικά. Η αίτηση συμμετοχής θα πρέπει να συνοδεύεται από τα εξής δικαιολογητικά: αντίγραφο πτυχίου με αναλυτική βαθμολογία όλων των ετών, αποτελέσματα εξετάσεων test GMAT (με βαθμό 550 και άνω), ισοτιμία από το ΔΟΑΤΑΠ για τους πτυχιούχους σχολών της αλλοδαπής, βιογραφικό σημείωμα, μία (1) φωτογραφία και συστατικές επιστολές επιθυμητές. Ακολουθεί αξιολόγηση των αιτήσεων συμμετοχής που καταλήγει σε συνέντευξη των υποψηφίων από επιτροπή καθηγητών του προγράμματος.

3.IV.5.2 Με ποια συγκεκριμένα κριτήρια επιλέγονται οι μεταπτυχιακοί φοιτητές;

Τα κριτήρια επιλογής είναι ο βαθμός πτυχίου, ο βαθμός στο test GMAT και η προσωπική συνέντευξη.

3.IV.5.3 Ποιο είναι το ποσοστό αποδοχής υποψηφίων μεταπτυχιακών φοιτητών;¹⁰

Από 240 περίπου αιτήσεων, 60 επιτυχόντες (ποσοστό 25%).

3.IV.5.4 Πώς δημοσιοποιείται η διαδικασία, τα κριτήρια και τα αποτελέσματα της επιλογής φοιτητών;

Η διαδικασία και τα κριτήρια αναφέρονται στην προκήρυξη και στην ιστοσελίδα, όπου αναφέρεται ότι η επιλογή των υποψηφίων θα πραγματοποιηθεί με το συνυπολογισμό του φακέλου υποψηφιότητας και προσωπικής συνέντευξης. Τα αποτελέσματα της επιλογής φοιτητών κοινοποιούνται σε όλους τους ενδιαφερόμενους τηλεφωνικά, με email και μέσα από το site.

3.IV.5.5 Πώς διασφαλίζεται η αποτελεσματικότητα και διαφάνεια της διαδικασίας επιλογής φοιτητών;

Από τις τριμελής επιτροπές συνεντεύξεων και την επικύρωση των επιτυχόντων φοιτητών από τη Διατμηματική Επιτροπή.

3.IV.6 Χρηματοδότηση του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών.

3.IV.6.1 Ποιες είναι οι πηγές χρηματοδότησης του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών;

Η συμμετοχή των φοιτητών στο κόστος του προγράμματος (δίδακτρα).

3.IV.6.2 Πώς εξασφαλίζεται η βιωσιμότητα του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών;

Μέσω της κατάρτισης αναλυτικού προϋπολογισμού ανά σειρά εισαγωγής φοιτητών με την επιμέλεια του Ειδικού Λογαριασμού Κονδυλίων Έρευνας του Πανεπιστημίου. Στόχος είναι η συγκράτηση του κόστους στα πλαίσια του προϋπολογισμού.

3.IV.6.3 Πώς χρησιμοποιούνται οι πόροι που διατίθενται στο Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών;

Οι πόροι του προγράμματος διατίθενται σε: αμοιβές καθηγητών για διαλέξεις και επίβλεψη διπλωματικών εργασιών, υποτροφίες φοιτητών και δαπάνες του προγράμματος (αμοιβές διοικητικού και υποστηρικτικού προσωπικού, λειτουργικές δαπάνες, δαπάνες εκδηλώσεων και κρατήσεων υπέρ των φορέων του πανεπιστημίου).

¹⁰ Η ερώτηση αυτή μπορεί να απαντηθεί συμπληρώνοντας τον Πίνακα 7.6

3.IV.7 Διεθνής διάσταση του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών.

3.IV.7.1 Υπάρχει συμμετοχή διδασκόντων από το εξωτερικό; Σε ποιο ποσοστό;

Ένας διδάσκων περίπου, κάθε χρόνο (3,5% στο σύνολο των διδασκόντων). Στο μέλλον όμως ο αριθμός των διδασκόντων από το εξωτερικό θα αυξηθεί λόγω της συνεργασίας με άλλα Προγράμματα Μεταπτυχιακών Σπουδών του εξωτερικού.

3.IV.7.2 Υπάρχει συμμετοχή αλλοδαπών φοιτητών (απόλυτος αριθμός και ποσοστό);

Δεν υπάρχει συμμετοχή αλλοδαπών φοιτητών.

3.IV.7.3 Πόσα και ποια μαθήματα διδάσκονται (και) σε ξένη γλώσσα;

Ένα μόνο μάθημα διδάσκεται σε ξένη γλώσσα και συγκεκριμένα η «Χρηματοοικονομική Λογιστική» (Financial Accounting). Στο μέλλον όμως ο αριθμός των μαθημάτων θα αυξηθεί λόγω της συνεργασίας με άλλα Προγράμματα Μεταπτυχιακών Σπουδών του εξωτερικού.

3.IV.7.4 Υπάρχουν συμφωνίες συνεργασίας με ιδρύματα και φορείς του εξωτερικού;

Υπάρχουν συμφωνίες συνεργασιών με 18 πανεπιστήμια, από διάφορες χώρες του εξωτερικού στο πλαίσιο του προγράμματος Erasmus.

3.IV.7.5 Υπάρχουν διεθνείς διακρίσεις του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών; Ποιες;

- 1^η θέση ανάμεσα σε 256 ομάδες πανελληνίως στο πλαίσιο του Διαγωνισμού Global Management Challenge και εκπροσώπηση της Ελλάδας στον τελικό στο Βουκουρέστι.
- Κάθε χρόνο συμμετοχή στον τελικό στο Παρίσι του Διαγωνισμού Επιχειρηματικού Παιγνίου E-Strat της L' Oreal. Το 2006 το MBA κατέλαβε την 4^η θέση στον τελικό.

3.V **Μ.Π.Σ. στη Διοίκηση των Επιχειρήσεων με Διεθνή Προσανατολισμό (MBA International)**

3.V.1 Τμήματα και Ιδρύματα που συμμετέχουν στο Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών.¹¹

Στο Μ.Π.Σ. στη Διοίκηση των Επιχειρήσεων με Διεθνή Προσανατολισμό (MBA International) συμμετέχουν τα ακόλουθα τμήματα του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών:

1. Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας (επισπεύδον)
2. Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων
3. Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας

¹¹ Στην περίπτωση λειτουργίας Διατμηματικού ή Διδρυματικού Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών.

4. Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής

3.V.2 *Ανταπόκριση του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών στους στόχους του Τμήματος και τις ανάγκες της κοινωνίας.*

3.V.2.1 Υπάρχουν διαδικασίες ελέγχου της ανταπόκρισης αυτής; Πόσο αποτελεσματικές είναι;

Όργανο διαχείρισης: Διατμηματική Επιτροπή.

ΓΣΕΣ των τμημάτων στην οποία γίνεται ενημέρωση και συζήτηση.

Business Advisory Council – Ετήσια συνάντηση με την Διατμηματική Επιτροπή.

3.V.2.2 Υπάρχουν διαδικασίες αξιολόγησης και αναθεώρησης του Προγράμματος Σπουδών; Πόσο αποτελεσματικές είναι;

Ναι. Η διαδικασία αξιολόγησης και αναθεώρησης του Προγράμματος Σπουδών λαμβάνει χώρα κάθε χρόνο και έχει ως εξής: α) Εισήγηση από τον Υπεύθυνο Ακαδημαϊκών Υποθέσεων β) Έγκριση από την Επιτροπή Προγράμματος Σπουδών και γ) Έγκριση από την Ειδική Διατμηματική Επιτροπή του Προγράμματος. Στη διαδικασία λαμβάνονται υπόψη διάφορα στοιχεία της πορείας υλοποίησης του προγράμματος, όπως: ενδιαφέρον των φοιτητών για τα επιμέρους μαθήματα, αξιολογήσεις μαθημάτων και διδασκόντων, προτάσεις από φοιτητές και μέλη ΔΕΠ, άριστες πρακτικές από αντίστοιχα προγράμματα του εξωτερικού, κλπ. Οι αποφάσεις που λαμβάνονται υλοποιούνται το επόμενο έτος. Οι διαδικασίες αξιολόγησης και αναθεώρησης του Προγράμματος Σπουδών κρίνονται ικανοποιητικές.

3.V.2.3 Πώς δημοσιοποιείται το Πρόγραμμα Σπουδών;

Το πρόγραμμα σπουδών είναι γνωστό από τον προηγούμενο Ιούλιο. Γίνεται γνωστό ως εξής: α) κοινοποιείται στο Διαδίκτυο, β) δημοσιεύεται στο φυλλάδιο (μπροσούρα) του προγράμματος, γ) δημοσιεύεται στον Οδηγό Σπουδών του προγράμματος, δ) κοινοποιείται μέσω email στους διδάσκοντες και μέσω της επιστολής αποδοχής στους υποψήφιους που γίνονται δεκτοί, και ε) ευρίσκεται επίσης στο intranet του προγράμματος το οποίο περιλαμβάνει την ηλεκτρονική γραμματεία του προγράμματος.

3.V.2.4 Υπάρχει διαδικασία παρακολούθησης της επαγγελματικής πορείας όσων απέκτησαν τίτλο Μεταπτυχιακών Σπουδών από το Τμήμα;

Ναι. Η παρακολούθηση της πορείας των μεταπτυχιακών αποφοίτων του τμήματος γίνεται με τους εξής τρόπους:

- Υπάρχει εξειδικευμένο Γραφείο Αποφοίτων (Alumni Relations Office) στα πλαίσια του Μεταπτυχιακού Προγράμματος, όπου παρακολουθείται η πορεία των αποφοίτων.

- Διεξάγονται ετήσιες έρευνες και κυκλοφορούν τακτικά ερωτηματολόγια από το γραφείο καριέρας του τμήματος μέσω email αναφορικά με την επαγγελματική εξέλιξη των αποφοίτων (θέση, εταιρία, αποδοχές, κλπ).
- Υπάρχει εξειδικευμένη ιστοσελίδα των αποφοίτων (www.i-mba.aueb.gr), με όλα τα στοιχεία επαφής τους.
- Το Διοικητικό Συμβούλιο των αποφοίτων είναι σε πολύ κοντινή επαφή με τα μέλη ΔΕΠ και τον Διευθυντή του Προγράμματος, οι δε απόφοιτοι της κάθε τάξης έχουν συναθροίσεις (reunions) σε τακτική βάση.

3.V.3 Δομή, συνεκτικότητα και λειτουργικότητα του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών.¹²

3.V.3.1 Ποιο είναι το ποσοστό των μαθημάτων κορμού / ειδίκευσης / κατευθύνσεων στο σύνολο των μαθημάτων;

Από το σύνολο των 42 διδακτικών μονάδων που αντιστοιχούν στον μεταπτυχιακό τίτλο, τα ποσοστά είναι τα εξής:

	Πρόγραμμα πλήρους φοίτησης	Πρόγραμμα μερικής φοίτησης
Μαθήματα Κορμού:	20 μονάδες (48%)	20 μονάδες (48%)
Μαθήματα Ανάπτυξης Προσωπικών Ικανοτήτων:	4 μονάδες (10%)	2 μονάδες (5%)
Μαθήματα Επιλογής	13 μονάδες (30%)	15 μονάδες (35%)
Μαθήματα Κατεύθυνσης	8 μονάδες από τις 13 των μαθημάτων επιλογής (20% από τα 30%)	8 μονάδες από τις 13 των μαθημάτων επιλογής (20% από τα 30%)
Μεταπτυχιακή Εργασία	5 μονάδες (12%)	5 μονάδες (12%) (μπορούν να αντικατασταθούν με μαθήματα επιλογής) (12%)
ΣΥΝΟΛΟ	42 μονάδες (100%)	42 μονάδες (100%)

¹² Πολλές από τις ερωτήσεις αυτές μπορούν να απαντηθούν συγκεντρωτικά συμπληρώνοντας τους Πίνακες 7.5.1 και 7.5.2.

3.V.3.2 Ποιο είναι το ποσοστό των υποχρεωτικών μαθημάτων / μαθημάτων υποχρεωτικής επιλογής / μαθημάτων ελεύθερης επιλογής στο σύνολο των μαθημάτων;

Υποχρεωτικά είναι τα μαθήματα Κορμού και Ανάπτυξης Προσωπικών Ικανοτήτων σύμφωνα με τον παραπάνω πίνακα. Από τις 8 μονάδες μαθημάτων κατευθύνσεων, τα 3 έως 6 αφορούν υποχρεωτικά μαθήματα κατευθύνσεων σύμφωνα με τις παιδαγωγικές απαιτήσεις της κάθε κατεύθυνσης.

3.V.3.3 Ποια είναι η ποσοστιαία σχέση μεταξύ μαθημάτων υποβάθρου, μαθημάτων επιστημονικής περιοχής, μαθημάτων γενικών γνώσεων και μαθημάτων ανάπτυξης δεξιοτήτων στο σύνολο των μαθημάτων;

Βλέπε 1-V.3.1.

3.V.3.4 Πώς κατανέμεται ο χρόνος μεταξύ θεωρητικής διδασκαλίας, ασκήσεων, εργαστηρίων, άλλων δραστηριοτήτων;

Σε μέσο όρο περίπου 50% θεωρητικής διδασκαλίας και 50% ασκήσεων, εργαστηρίων και άλλων δραστηριοτήτων. Το τελευταίο περιλαμβάνει επιχειρηματικά παίγνια, προσομοιώσεις και ομιλίες από προσκεκλημένους εξωτερικούς ομιλητές. Μερικά μαθήματα επιλογής όπως Επιχειρηματικότητα (The Entrepreneurial Journey), Ανάπτυξη Επιχειρησιακού Σχεδίου, (Developing a Successful Business Plan), Ηγεσία (Leadership) και Διαπραγμάτευση (International Negotiations) περιλαμβάνουν μέχρι 80% ασκήσεις και άλλες δραστηριότητες.

3.V.3.5 Πώς οργανώνεται και συντονίζεται η ύλη μεταξύ των μαθημάτων; Υπάρχει επικάλυψη ύλης μεταξύ των μαθημάτων; Υπάρχουν κενά ύλης; Είναι ορθολογική η έκταση της ύλης των μαθημάτων; Υπάρχει διαδικασία επανεκτίμησης, αναπροσαρμογής και επικαιροποίησης της ύλης των μαθημάτων;

Το Διεθνές Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα στη Διοίκηση των Επιχειρήσεων - MBA International Program αναπτύχθηκε από το Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα στις Επιστήμες των Αποφάσεων. Το τελευταίο, που λειτούργησε από το 1999, είχε σχεδιασθεί και αναπτυχθεί με βάση το Παν-Ευρωπαϊκό έργο "ESPRIT" (χρηματοδοτούμενο από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή) του οποίου κύριο παραδοτέο ήταν μια έκθεση προδιαγραφών για καλές πρακτικές και αποτελεσματικότερο πρόγραμμα σπουδών (Design of the MBA curriculum for the information society).

Ως εκ τούτου, το πρόγραμμα σπουδών σχεδιάστηκε λαμβάνοντας υπόψη τις τελευταίες εξελίξεις και ως μια σύνθεση των καλύτερων υπάρχοντων προγραμμάτων, τροποποιημένο βέβαια στη κλίμακα ενός MBA προγράμματος, που προσφέρεται από ένα μεσαίου μεγέθους πανεπιστήμιο. Το αποτέλεσμα ήταν μια ισχυρή σύνθεση μαθημάτων κορμού και μια μοναδική σε πλούτο και εύρος γκάμα μαθημάτων επιλογής, περιλαμβανομένης της επιλογής μεταξύ πέντε κατευθύνσεων.

Τον Αύγουστο του 2005 και μετά από πλήρη και σε βάθος αξιολόγηση από τον διεθνή οργανισμό πιστοποίησης μεταπτυχιακών προγραμμάτων στη διοίκηση επιχειρήσεων, το Association of MBAs – AMBA, το πρόγραμμα MBA International απέκτησε την πλήρη πιστοποίηση AMBA. Η διαδικασία τροποποίησης και βελτίωσης του προγράμματος που

απαιτούνταν ήταν μια ευκαιρία να τελειοποιηθεί το πρόγραμμα σπουδών και όλες οι διαδικασίες ανάπτυξης, ελέγχου, επανατροφοδότησης και διασφάλισης ποιότητας. Η συμμετοχή του προγράμματος στον οργανισμό AMBA μεταφέρει τις εξελίξεις των διεθνών προγραμμάτων και τις σύγχρονες τάσεις και έτσι συμβάλλει στην διαρκή επικαιροποίηση του προγράμματος.

3.V.3.6 Εφαρμόζεται σύστημα προαπαιτούμενων μαθημάτων; Πόσο λειτουργικό είναι;

Εφαρμόζονται προπαρασκευαστικά μαθήματα πριν την έναρξη του προγράμματος, τα οποία προσφέρουν μια εισαγωγή / επανάληψη βασικών εννοιών και θεμελίων απαραίτητες για την παρακολούθηση των ποσοτικών μαθημάτων κορμού. Τα προπαρασκευαστικά μαθήματα είναι υποχρεωτικά για τους φοιτητές με προπτυχιακές σπουδές σε θεωρητικές επιστήμες.

Όσον αφορά στα προαπαιτούμενα μαθήματα, τα μαθήματα κορμού "Organizational Behaviour and Human Resources Management", "Financial Accounting and Reporting", "Financial Management" και "Data, Models and Decisions" είναι απαραίτητα πριν την παρακολούθηση μαθημάτων επιλογής (εξαιρείται το μάθημα επιλογής "Entrepreneurial Journey").

Υπάρχουν επίσης και πολλαπλά μαθήματα που η ακαδημαϊκή τους αλληλουχία επιβάλλει την ύπαρξη προαπαιτούμενων.

3.V.4 Το εξεταστικό σύστημα.

3.V.4.1 Εφαρμόζονται, και σε ποια έκταση, πολλαπλοί (σε είδος και χρόνο) τρόποι αξιολόγησης των φοιτητών; Ποιοι συγκεκριμένα;

Η αξιολόγηση καθρεφτίζει το πώς κατανέμεται ο χρόνος μεταξύ θεωρητικής διδασκαλίας, ασκήσεων, εργαστηρίων και άλλων δραστηριοτήτων των φοιτητών σε κάθε μάθημα (βλέπε 1-II.4.4). Ο βασικός κανόνας, που εφαρμόζεται στα περισσότερα μαθήματα κορμού, είναι: α) Γραπτή ατομική εξέταση 65-70% β) Εργασία (ατομική ή ομαδική) ή/και Μελέτες περιπτώσεων (case studies) 30-35%.

Όσον αφορά στα μαθήματα επιλογής, ο τρόπος αξιολόγησης ποικίλει σύμφωνα με τις διεθνείς εξελίξεις και τις παιδαγωγικές ανάγκες. Περιλαμβάνει ενδεικτικά: παιχνίδια ρόλων, εργασίες που εφαρμόζονται σε εταιρείες και οργανισμούς, εκπόνηση ερευνών και εργασίες προσομοίωσης.

3.V.4.2 Πώς διασφαλίζεται η διαφάνεια της διαδικασίας αξιολόγησης των φοιτητών;

Αποτελεί τμήμα της ακαδημαϊκής δεοντολογίας και επιτρέπει στο φοιτητή να δει το γραπτό του μετά την εξέταση ώστε να κατανοήσει την βαθμολογία του.

3.V.4.3 Υπάρχει διαδικασία αξιολόγησης της εξεταστικής διαδικασίας και ποια είναι αυτή;

Εκτός από την τελική γραπτή εξέταση, οι άλλοι τρόποι εξέτασης αξιολογούνται από τους φοιτητές στο τέλος του κάθε μαθήματος.

Όντας σε ανοιχτή γραμμή επικοινωνίας, σε πρώτο βαθμό, με τον Υπεύθυνο Ακαδημαϊκών Υποθέσεων και σε δεύτερο με τον Διευθυντή του Προγράμματος, οι φοιτητές μπορούν να εκφράσουν οποιαδήποτε άποψη σχετικά με την εξεταστική διαδικασία και τις γραπτές εξετάσεις.

Όπως για τα άλλα θέματα της φοιτητικής αυτής αξιολόγησης, τα αποτελέσματα αναλύονται από τον Υπεύθυνο Ακαδημαϊκών Υποθέσεων και τον Διευθυντή του Προγράμματος και στην συνέχεια συζητούνται στην Διατμηματική Επιτροπή, η οποία λαμβάνει σχετικές αποφάσεις για μελλοντική υλοποίηση.

Σε κάθε περίπτωση, τα αποτελέσματα των αξιολογήσεων των φοιτητών μοιράζονται στους διδάσκοντες μόνο μετά από την υποβολή των βαθμών στην γραμματεία και την ανακοίνωσή τους από την τελευταία.

3.V.4.4 Πόσο διαφανής είναι η διαδικασία ανάθεσης και εξέτασης της μεταπτυχιακής εργασίας;

Η μεταπτυχιακή εργασία επιλέγεται από τους φοιτητές μετά από παρουσίαση αναλυτικής περιγραφής του αντικειμένου και ανακοίνωσης του επιβλέποντος καθηγητή. Στην περίπτωση που η εργασία πραγματοποιείται σε συνεργασία με επιχείρηση, το όνομα και η θέση του υπεύθυνου από την επιχείρηση ανακοινώνεται μαζί με στοιχεία επικοινωνίας του.

Όσον αφορά την εξέταση πραγματοποιείται σε τρία στάδια. Πρώτον, γίνεται αξιολόγηση της γραπτής μεταπτυχιακής εργασίας από τον επιβλέποντα καθηγητή. Δεύτερον, γίνεται παρουσίαση της εργασίας μπροστά από τον επιβλέποντα καθηγητή και τουλάχιστον ένα δεύτερο αξιολογητή-μέλος ΔΕΠ. Η παρουσίαση βαθμολογείται από τους δυο αυτούς καθηγητές. Για την αξιολόγηση της γραπτής εργασίας και την παρουσίαση χρησιμοποιείται ειδικό φύλλο αξιολόγησης. Τρίτον, γίνεται συνοπτική εξέταση και σύγκριση των βαθμών από την επιτροπή βαθμολόγησης των μεταπτυχιακών εργασιών. Η επιτροπή αυτή αποτελείται από τον Διευθυντή του προγράμματος, τον υπεύθυνο των πτυχιακών εργασιών εφαρμογής και τους επικεφαλής των κατευθύνσεων. Σε περίπτωση που η εργασία πραγματοποιείται σε συνεργασία με επιχείρηση, ο υπεύθυνος από πλευράς της εταιρείας συμπληρώνει και ένα αναλυτικό φύλλο αξιολόγησης και η κρίση του λαμβάνεται υπόψη στους βαθμούς της γραπτής έκθεσης και της παρουσιάσής της.

3.V.4.5 Υπάρχουν συγκεκριμένες προδιαγραφές ποιότητας για τη μεταπτυχιακή εργασία;

Ναι, υπάρχει οδηγός που μοιράζεται και επεξηγείται στους φοιτητές.

3.V.5 *Επιλογή των μεταπτυχιακών φοιτητών.*

3.V.5.1 Ποια είναι η συγκεκριμένη διαδικασία επιλογής μεταπτυχιακών φοιτητών;

Τα στοιχεία των φοιτητών καταχωρούνται σε ηλεκτρονική βάση δεδομένων και στην συνέχεια καλούνται για συνέντευξη όλοι όσοι καλύπτουν τα τυπικά προσόντα, δηλ. 3 χρόνια εργασιακής εμπειρίας, GMAT (>550-580). Η πρώτη συνέντευξη πραγματοποιείται από δύο μέλη ΔΕΠ και πιο συγκεκριμένα τον Διευθυντή του Προγράμματος και τον υπεύθυνο επιλογής. Στη συνέχεια δύναται να πραγματοποιηθεί και δεύτερος γύρος συνεντεύξεων από τους υπεύθυνους των κατευθύνσεων του προγράμματος. Με την ολοκλήρωση των συνεντεύξεων, υπολογίζονται τα μόρια, γίνεται ιεράρχηση και επιλέγονται οι πρώτοι στους οποίους και γίνεται προσφορά (αποστέλλεται επιστολή αποδοχής στο πρόγραμμα). Ταυτόχρονα, συντάσσεται και λίστα αναμονής για την περίπτωση που κάποιος/α δεν αποδεχθεί την προσφορά.

3.V.5.2 Με ποια συγκεκριμένα κριτήρια επιλέγονται οι μεταπτυχιακοί φοιτητές;

Τα δύο πρώτα κριτήρια επιλογής, προκειμένου ο υποψήφιος να κληθεί για συνέντευξη είναι τα 3 χρόνια προϋπηρεσίας και βαθμολογία στο GMAT ανώτερη του 550-580. Στην διάρκεια της συνέντευξης οι υποψήφιοι αξιολογούνται στα ακόλουθα κριτήρια (με την αντίστοιχη βαρύτητα): Αναλυτικές ικανότητες και λήψη αποφάσεων (Analytical Skills and Decision Making): 10%, Εμπιστοσύνη στο εαυτό του/της (Assertiveness & Confidence): 15%, Φιλοδοξία και προσανατολισμός σε στόχους (Ambition & Goal Orientation): 25%, Ικανότητες Ηγεσίας (Leadership Skills): 20%, Επιμονή (Persistence): 20% και Ομαδικότητα (Team Player): 10%.

3.V.5.3 Ποιο είναι το ποσοστό αποδοχής υποψηφίων μεταπτυχιακών φοιτητών;¹³

Εξαρτάται από τη χρονική περίοδο και τον τύπο του προγράμματος (πλήρους ή μερικής φοίτησης). Γενικά δεν ξεπερνά το 40%.

3.V.5.4 Πώς δημοσιοποιείται η διαδικασία, τα κριτήρια και τα αποτελέσματα της επιλογής φοιτητών;

Η διαδικασία και τα κριτήρια επιλογής παρουσιάζονται στην ιστοσελίδα του προγράμματος, όπως επίσης και στις παρουσιάσεις του μεταπτυχιακού. Τα αποτελέσματα της επιλογής συζητούνται στην διατμηματική επιτροπή του προγράμματος, τις ΓΣΕΣ των εμπλεκόμενων τμημάτων και το Business Advisory Council.

3.V.5.5 Πώς διασφαλίζεται η αποτελεσματικότητα και διαφάνεια της διαδικασίας επιλογής φοιτητών;

Η αποτελεσματικότητα της διαδικασίας επιλογής διασφαλίζεται μελετώντας την ακαδημαϊκή επίδοση των επιλεγέντων φοιτητών, όπως επίσης και την επαγγελματική τους αποκατάσταση. Η διαφάνεια της διαδικασίας διασφαλίζεται με την ενημέρωση των ΓΣΕΣ των εμπλεκόμενων τμημάτων και του Business Advisory Council.

3.V.6 Χρηματοδότηση του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών.

3.V.6.1 Ποιες είναι οι πηγές χρηματοδότησης του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών;

Δίδακτρα φοιτητών και χορηγίες υποτροφιών από επιχειρήσεις και οργανισμούς.

3.V.6.2 Πώς εξασφαλίζεται η βιωσιμότητα του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών;

Με την ορθολογική χρήση των πόρων, τη συνεχή παρακολούθηση του προϋπολογισμού και των εσόδων/εξόδων, και τη σύνταξη/ανάλυση του απολογισμού.

¹³ Η ερώτηση αυτή μπορεί να απαντηθεί συμπληρώνοντας τον Πίνακα 7.6

3.V.6.3 Πώς χρησιμοποιούνται οι πόροι που διατίθενται στο Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών;

Καταρτίζεται προϋπολογισμός που εγκρίνεται από τη διατμηματική επιτροπή και υλοποιείται από τον Ειδικό Λογαριασμό του Πανεπιστημίου.

3.V.7 Διεθνής διάσταση του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών.

3.V.7.1 Υπάρχει συμμετοχή διδασκόντων από το εξωτερικό; Σε ποιο ποσοστό;

Ναι, σε ποσοστό 20%.

3.V.7.2 Υπάρχει συμμετοχή αλλοδαπών φοιτητών (απόλυτος αριθμός και ποσοστό);

Ναι, σε ποσοστό μέχρι 50% του προγράμματος πλήρους φοίτησης.

3.V.7.3 Πόσα και ποια μαθήματα διδάσκονται (και) σε ξένη γλώσσα;

Όλα τα μαθήματα (περίπου 60 μαθήματα) διδάσκονται στην αγγλική γλώσσα.

3.V.7.4 Υπάρχουν συμφωνίες συνεργασίας με ιδρύματα και φορείς του εξωτερικού;

Ναι, με πολλά ιδρύματα σε όλο τον κόσμο για ανταλλαγή φοιτητών και ακαδημαϊκή συνεργασία.

3.V.7.5 Υπάρχουν διεθνείς διακρίσεις του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών; Ποιες;

Το MBA International του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών είναι ένα από τα κορυφαία διεθνή μεταπτυχιακά προγράμματα διοίκησης επιχειρήσεων στην Ευρώπη. Προσελκύει φοιτητές από πάνω από 20 χώρες (Αγγλία, Γαλλία, Ισπανία, Γερμανία, ΗΠΑ, Κίνα, Ινδία, Ουγγαρία, Ρουμανία, Βουλγαρία, Τουρκία, Σερβία, Ουκρανία, Λίβανος, Κύπρος, κ.ά.) και το επίπεδο των φοιτητών και καθηγητών του είναι από τα υψηλότερα στην Ευρώπη. Χαρακτηριστικό του διεθνούς ενδιαφέροντος για το πρόγραμμα είναι το γεγονός ότι σχεδόν το μισό της φετινής τάξης αποτελείται από αλλοδαπούς φοιτητές. Αναφέρουμε ενδεικτικά κάποιες από τις πρόσφατες διακρίσεις του προγράμματος.

- Είναι το μόνο MBA ελληνικού πανεπιστημίου το οποίο έχει λάβει πλήρη πιστοποίηση από τον διεθνή οργανισμό Association of MBAs (AMBA). Η επιτροπή αξιολόγησης έκρινε ότι το MBA International έχει την δυνατότητα να αναδειχθεί σε ένα από τα 5 κορυφαία MBA της Ευρώπης.
- Το MBA International αποτελεί εγκεκριμένο μέλος του πλαισίου Global Compact των Ηνωμένων Εθνών για την προώθηση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.
- Είναι το μόνο ελληνικό MBA που έχει συμμετάσχει και διακριθεί σε διεθνή κατάταξη. Συγκεκριμένα, στη Διεθνή Αξιολόγηση το 2006 από το Education Magazine (ReportED) ανάμεσα σε 250 σχολές διοίκησης το MBA International κατετάγη στην 10η θέση στην Ευρώπη και στην 30η παγκόσμια. Σε όρους ποιότητας σπουδών το MBA International

κατατάχθηκε στην 4η θέση στην Ευρώπη και στην 18η παγκοσμίως με σχολές όπως το Yale, Berkeley, Cornell, INSEAD, IMD, Oxford, Cambridge, ESADE and HEC.

- Από πλευράς επιπέδου νεοεισερχομένων φοιτητών, οι μέσες βαθμολογίες GMAT των τάξεων του MBA International το τοποθετούν ανάμεσα στα 10 καλύτερα ευρωπαϊκά MBA.
- Πρόσφατα στοιχεία του οργανισμού GMAC® που διοργανώνει το τεστ GMAT δείχνουν ότι το ΟΠΑ αποτελεί την 3η πιο δημοφιλή επιλογή φοιτητών στην Ευρώπη μετά το INSEAD και το LBS. Σε παγκόσμιο επίπεδο, αποτελεί την 6η πιο δημοφιλή επιλογή μετά το INSEAD, LBS, Harvard, Columbia και Stanford.
- Πρόσφατα στοιχεία από το Social Science Research Network (SSRN) κατατάσσουν το ΟΠΑ στην 5η θέση παγκοσμίως από την άποψη των ενεργών ερευνητών, στην 11η θέση παγκοσμίως βάσει των πρόσφατων ερευνητικών εργασιών και στην 35η θέση παγκοσμίως βάσει των downloads εργασιών.
- Η ιστοπλοϊκή ομάδα του MBA International κατέκτησε το κύπελλο στο Cranfield International Business School Reggata το 2005 και πήρε το αργυρό μετάλλιο στους παγκόσμιους αγώνες Global MBA Trophy το 2007. Στους ελληνικούς τελικούς του επιχειρηματικού παίγνιου Global Management Challenge η ομάδα του ΟΠΑ έχει κατακτήσει δυο φορές την πρώτη θέση. Φοιτητές του MBA International έχουν στο παρελθόν κερδίσει το πρώτο βραβείο στο Venture Capital Forum και έχουν διακριθεί στο L'Oreal e-Strat Challenge Business Game.
- Η διεθνής διάσταση του προγράμματος MBA International ενισχύεται από το Συμβούλιο Επιχειρηματικής Αριστείας - Business Advisory Council (BAC). Στο συμβουλευτικό αυτό όργανο συμμετέχουν κάποιοι από τους επιφανέστερους έλληνες και ξένους managers υπό την προεδρία του κ. Τάκη Αράπογλου (Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος, Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος). Τα μέλη περιλαμβάνουν, μεταξύ άλλων, τους: Sir Paul Judge (President, AMBA, London), F.W. de Klerk (πρώην Πρόεδρος της Ν. Αφρικής, κάτοχος του Βραβείου Νόμπελ Ειρήνης), Rakesh Bakshi (CEO, RKV Consultants & Engineers, N. Delhi), Διονύσης Φιλιώτης (CEO, Pharmaserv - Lilly, Αθήνα), Patrick Fourteau, CEO, Pharma Sciele, Connecticut), Stelios Haji-Ioannou (CEO, EasyGroup of Companies, London), Dr. Basil Heeb (Principal, McKinsey & Company, Zurich), Γεώργιος Γεράρδος (CEO, Πλαίσιο, Αθήνα), Dr. Gargi Keeni (VP, Tata Consultancy Services, Calcutta), Στέφανος Μαρινόπουλος (Marinopoulos Group of Companies, Athens), Γιάννης Παράσχης (CEO, Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών), Αλέξανδρος Φίλων (Πρέσβης, Αθήνα), Νίκος Σταθόπουλος ((Partner, BC Partners, London), Παναγιώτης Τσάκος (CEO, Tsakos Shipping and Trade, Αθήνα), Ευθύμιος Βιδάλης (CEO S&B Ορυκτά), κ.α.

3.VI Πρόγραμμα Διδακτορικών Σπουδών

3.VI.1 Ανταπόκριση του Προγράμματος Διδακτορικών Σπουδών στους στόχους του Τμήματος και τις ανάγκες της κοινωνίας.

3.VI.1.1 Υπάρχουν διαδικασίες ελέγχου της ανταπόκρισης αυτής; Πόσο αποτελεσματικές είναι;

Το Πρόγραμμα Διδακτορικών Σπουδών (Π.Δ.Σ.) έχει ως κύριο στόχο την δημιουργία επιστημόνων υψηλού επιπέδου στα γνωστικά αντικείμενα του Μάρκετινγκ και της Επιχειρηματικής Επικοινωνίας, οι οποίοι να είναι ικανοί να προάγουν την διεθνή έρευνα και να εξελιχθούν σε αξια μέλη ΔΕΠ όχι μόνο ελληνικών αλλά και των καλύτερων διεθνών πανεπιστημίων.

Η ενεργός συμμετοχή σε διεθνή συνέδρια και η δημοσίευση ερευνητικών εργασιών σε αναγνωρισμένα διεθνή περιοδικά είναι ενδεικτικά της ικανότητας των διδακτορικών φοιτητών μας να προάγουν την έρευνα σε διεθνές επίπεδο. Επίσης, αρκετοί διδάκτορες του τμήματος (6) ήδη ακολουθούν με επιτυχία πανεπιστημιακή καριέρα.

3.VI.1.2 Υπάρχουν διαδικασίες αξιολόγησης και αναθεώρησης αυτού του Προγράμματος Σπουδών; Πόσο αποτελεσματικές είναι;

Η αξιολόγηση του Π.Δ.Σ. βασίζεται στον αριθμό και ποιότητα των δημοσιευμάτων υποψηφίων διδασκόντων από γνωστά διεθνή περιοδικά, καθώς και των εργασιών που γίνονται δεκτές για παρουσίαση σε σημαντικά διεθνή συνέδρια.

Το Π.Δ.Σ. δεν απαιτεί παρακολούθηση μαθημάτων, εκτός αν θεωρηθεί ότι κάποιος φοιτητής χρειάζεται να καλύψει συγκεκριμένες ελλείψεις. Οι διδακτορικοί φοιτητές παρακολουθούν μόνο το ερευνητικό και μεθοδολογικό σεμινάριο του τμήματος και κατά περίπτωση doctoral colloquia της European Marketing Academy Conference ή στο πλαίσιο άλλων διεθνών συνεδρίων. Αναθεώρηση μαθημάτων επομένως δεν μπορεί να γίνει αλλά ούτε αναθεώρηση στους κανόνες που διέπουν το Π.Δ.Σ. έχουν γίνει μέχρι τώρα.

3.VI.1.3 Πώς δημοσιοποιείται το Πρόγραμμα Διδακτορικών Σπουδών;

Το Π.Δ.Σ. δημοσιοποιείται μέσω ανακοινώσεων στον τύπο και στο ηλεκτρονικό site του τμήματος.

3.VI.1.4 Υπάρχει διαδικασία παρακολούθησης της επαγγελματικής πορείας όσων απέκτησαν Διδακτορικό δίπλωμα από το Τμήμα;

Δεν υπάρχει επίσημη διαδικασία παρακολούθησης της επαγγελματικής πορείας όσων απέκτησαν διδακτορικό δίπλωμα από το τμήμα, αλλά ο σχετικά περιορισμένος αριθμός τους επιτρέπει μέχρι σήμερα την παρακολούθησή τους.

Στο μέλλον, η γραμματεία του μεταπτυχιακού τμήματος θα έρχεται σε επαφή με τους διδάκτορες και θα ενημερώνει το σχετικό αρχείο σε ετήσια βάση.

3.VI.2 Δομή του Προγράμματος Διδακτορικών Σπουδών.

3.VI.2.1 Προσφέρονται μαθήματα διδακτορικού κύκλου; Ποια είναι αυτά;

Δεν προσφέρονται μαθήματα διδακτορικού κύκλου προς το παρόν. Στο μέλλον, υπάρχει η σκέψη για μαθήματα πάνω σε ερευνητικές μεθόδους και στατιστικά εργαλεία.

3.VI.2.2 Προσφέρονται μαθήματα ερευνητικής μεθοδολογίας; Ποια είναι αυτά;

Δεν προσφέρονται μαθήματα ερευνητικής μεθοδολογίας πέραν του ερευνητικού και μεθοδολογικού σεμιναρίου και των doctoral colloquia της EMAC και άλλων συνεδρίων. Όμως, είναι αρκετά πιθανό στο εγγύς μέλλον να θεσπιστούν υποχρεωτικά μαθήματα ερευνητικής μεθοδολογίας, δεδομένου των απαιτήσεων για άριστη χρήση των πιο σύγχρονων ερευνητικών εργαλείων που χαρακτηρίζουν τα καλύτερα διεθνή περιοδικά.

3.VI.3 Εξεταστικό σύστημα.

3.VI.3.1 Υπάρχει συμμετοχή συναφών θεματικά ειδικών επιστημόνων από άλλα ΑΕΙ ή ερευνητικά Ιδρύματα στη σύνθεση των 7μελών και 3μελών επιτροπών;

Επιστήμονες από άλλα Α.Ε.Ι. χρησιμοποιούνται συστηματικά στη σύνθεση των 7μελών επιτροπών αλλά πιο σπάνια στη σύνθεση 3μελών επιτροπών.

3.VI.3.2 Πώς παρακολουθείται διαχρονικά η επίδοση και η πρόοδος των υποψηφίων διδασκόντων;

Οι υποψήφιοι διδάκτορες υποχρεούνται να είναι παρόντες και διαθέσιμοι στο τμήμα για 20 ώρες την εβδομάδα. Επομένως, η καθημερινή τους ενασχόληση μπορεί να διαπιστωθεί και είναι γνωστή τουλάχιστον στον κύριο επιβλέποντα.

Δεδομένου ότι όλοι οι φοιτητές είναι πλήρους απασχόλησης, η παρακολούθηση της προόδου των από τους επιβλέποντες δεν παρουσιάζει κανένα πρόβλημα.

3.VI.3.3 Πώς διασφαλίζεται η διαφάνεια της διαδικασίας αξιολόγησης των υποψηφίων διδασκόντων;

Η παρακολούθηση και αξιολόγηση κατά τη διάρκεια της φοίτησης είναι ευθύνη του επιβλέποντος, ο οποίος οφείλει να ενημερώσει την Γενική Συνέλευση και τον Πρόεδρο του τμήματος στην περίπτωση μη ικανοποιητικής προόδου.

Η αξιολόγηση της διατριβής γίνεται από επταμελή επιτροπή η οποία, κατά κανόνα, συμπεριλαμβάνει ειδικούς όχι μόνο του τμήματος αλλά και άλλων τμημάτων και ιδρυμάτων.

3.VI.3.4 Εφαρμόζονται κοινές (μεταξύ των διδασκόντων) διαδικασίες αξιολόγησης των υποψηφίων διδασκτόρων;

Όλοι οι διδάσκοντες που επιβλέπουν διδακτορικούς φοιτητές ζητούν ερευνητικό έργο που μπορεί να παρουσιασθεί σε διεθνή συνέδρια ή/και να δημοσιευτεί σε διεθνή περιοδικά.

3.VI.3.5 Πώς αξιολογείται η διαδικασία αξιολόγησης των υποψηφίων διδασκτόρων;

Δεδομένου ότι η πρόοδος των υποψηφίων διδασκτόρων κρίνεται στη βάση διεθνούς αναγνώρισης του ερευνητικού τους έργου, η διαδικασία αξιολόγησης αξιολογείται ουσιαστικά από τη διεθνή επιστημονική κοινότητα.

3.VI.3.6 Πόσο διαφανής είναι η διαδικασία ανάθεσης και εξέτασης της διδακτορικής διατριβής;

Η διαδικασία καθορίζεται από τον νόμο και προϋποθέτει τον ορισμό από τη Γενική Συνέλευση τριμελούς επιτροπής επίβλεψης και επταμελούς επιτροπής εξέτασης που απαρτίζονται από ειδικούς επιστήμονες. Η επταμελής επιτροπή συμπεριλαμβάνει κατά κανόνα ειδικούς από άλλα τμήματα και ιδρύματα.

3.VI.3.7 Υπάρχουν συγκεκριμένες προδιαγραφές ποιότητας για τη διδακτορική διατριβή; Ποιες;

Η διδακτορική διατριβή πρέπει να έχει την ποιότητα ώστε να οδηγεί σε 2-3 δημοσιεύματα από αναγνωρισμένα διεθνή επιστημονικά περιοδικά. Όχι σπάνια κάποια δημοσιεύματα προηγούνται την απονομής του διδακτορικού τίτλου.

3.VI.4 *Επιλογή των υποψηφίων διδασκτόρων.*

3.VI.4.1 Ποια είναι η συγκεκριμένη διαδικασία επιλογής υποψηφίων διδασκτόρων;

Οι ενδιαφερόμενοι συνήθως πλησιάζουν μόνοι τους ή μέσω της γραμματείας το μέλος ΔΕΠ που ειδικεύεται στο χώρο που επιθυμούν να εκπονήσουν την διατριβή τους. Εάν το μέλος ΔΕΠ θεωρεί ότι έχουν τα προσόντα και την απαιτούμενη ικανότητα, τους ζητεί να συντάξουν μια πλήρη ερευνητική πρόταση με την σχετική βιβλιογραφία (η οποία απαιτεί μελέτη και ερευνητική εργασία αρκετών εβδομάδων) και να την υποβάλλουν στη Γενική Συνέλευση του τμήματος κατόπιν της έγκρισής του.

Η Γενική Συνέλευση εξετάζει την πρόταση και, εάν την αποδεχθεί, ορίζει τριμελή επιτροπή επίβλεψης. Η αποδοχή της πρότασης προϋποθέτει ότι:

1. Ο υποψήφιος έχει συμπληρώσει επιτυχώς μεταπτυχιακές σπουδές επιπέδου Master σε σχετικό γνωστικό αντικείμενο.
2. Έχει GMAT score τουλάχιστον 600 βαθμών.
3. Έχει φυσική παρουσία τουλάχιστον 20 ωρών την εβδομάδα στο πανεπιστήμιο, αποδέχεται τα καθήκοντα που του αναθέτει το τμήμα και τηρεί τους όρους πλήρους φοίτησης.

3.VI.4.2 Με ποια συγκεκριμένα κριτήρια επιλέγονται;

Τα κριτήρια αποδοχής είναι ή σύσταση του μέλους ΔΕΠ που δέχεται να επιβλέψει την συγγραφή της διδακτορικής διατριβής και η θετική κρίση της ερευνητικής πρότασης του υποψηφίου από τη Γενική Συνέλευση.

Επιπλέον, πρέπει να πληρούνται οι προϋποθέσεις της ολοκλήρωσης Master, του υψηλού GMAT και της πλήρους φοίτησης.

3.VI.4.3 Ποιο είναι το ποσοστό αποδοχής υποψηφίων διδασκόντων;¹⁴

Εάν δεν πληρούνται όλες οι ανωτέρω προϋποθέσεις, μια αίτηση σπάνια φθάνει στη Γενική Συνέλευση, οπότε το ποσοστό αποδοχής είναι πολύ υψηλό σε αυτό το στάδιο. Βέβαια μπορεί να ζητηθεί περαιτέρω επεξεργασία της ερευνητικής πρότασης αλλά αυτό δεν συνιστά τελική απόρριψη εάν οι υπόλοιπες προϋποθέσεις ικανοποιούνται.

Όσον αφορά το προηγούμενο στάδιο, δεν υπάρχουν στοιχεία σχετικά με τον αριθμό υποψηφίων που κρίνονται από τα μέλη ΔΕΠ ότι δεν έχουν την ικανότητα ή δεν καταφέρνουν να συντάξουν ερευνητική πρόταση η οποία να τυγχάνει της έγκρισής των.

3.VI.4.4 Πώς δημοσιοποιείται η διαδικασία και τα κριτήρια επιλογής υποψηφίων διδασκόντων;

Τα κριτήρια και οι προϋποθέσεις ευρίσκονται στο ηλεκτρονικό site του τμήματος. Οι ενδιαφερόμενοι οδηγούνται για περαιτέρω πληροφορίες στη γραμματεία του μεταπτυχιακού τμήματος, η οποία τους κατευθύνει στο κατάλληλο μέλος ΔΕΠ και τους βοηθά στη διαδικασία.

3.VI.4.5 Πώς διασφαλίζεται η αποτελεσματικότητα και διαφάνεια της διαδικασίας επιλογής υποψηφίων διδασκόντων;

Ο αριθμός πολύ καλών υποψηφίων διδασκόντων (23 σήμερα) δείχνει ότι η αποτελεσματικότητα της διαδικασίας είναι ικανοποιητική. Δεν έχουν υπάρξει μέχρι στιγμής παράπονα ή έστω αρνητικά σχόλια σχετικά με την διαφάνεια της διαδικασίας.

3.VI.5 Σεμινάρια και ομιλίες

3.VI.5.1 Υπάρχει γενικό σεμινάριο σε τακτή χρονική βάση (εβδομαδιαίο, μηνιαίο) όπου καθηγητές και ερευνητές στο Τμήμα παρουσιάζουν τη δουλειά τους για ενημέρωση των συναδέλφων τους, αλλά και των φοιτητών;

Υπάρχει ερευνητικό σεμινάριο, όπου παρουσιάζεται η έρευνα μελών του τμήματος αλλά και προσκεκλημένων ερευνητών από άλλα πανεπιστήμια. Το σεμινάριο οργανώνεται 2 με 3 φορές κάθε εξάμηνο.

¹⁴ Η ερώτηση αυτή μπορεί να απαντηθεί συμπληρώνοντας τον Πίνακα 7.8

3.VI.5.2 Υπάρχει δυνατότητα πρόσκλησης ομιλητών από άλλα πανεπιστήμια και ερευνητικά κέντρα για να δώσουν ομιλίες και να ενημερώσουν για το έργο τους;

Υπάρχει δυνατότητα πρόσκλησης ομιλητών από άλλα πανεπιστήμια και στα δύο πιο πρόσφατα σεμινάρια οι ομιλητές ήταν από το Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης και το Imperial College - University of London.

3.VI.6 *Διεθνής διάσταση του Προγράμματος Διδακτορικών Σπουδών.*

3.VI.6.1 Υπάρχει συμμετοχή διδασκόντων από το εξωτερικό στις 7μελείς και 3μελείς επιτροπές; Σε ποιο ποσοστό;

Μέχρι στιγμής δεν υπάρχει συμμετοχή διδασκόντων από το εξωτερικό στις 7μελείς και 3μελείς επιτροπές. Στο μέλλον ασφαλώς θα υπάρξουν μέλη των επιτροπών από το εξωτερικό, δεδομένου ότι ο νέος νόμος παρέχει τη δυνατότητα για συγγραφή της διδακτορικής στην Αγγλική.

3.VI.6.2 Υπάρχει συμμετοχή αλλοδαπών υποψηφίων διδασκόντων;

Υπάρχει μια υποψήφια διδάκτωρ από το Hong Kong.

3.VI.6.3 Παρέχεται δυνατότητα εκπόνησης της διδακτορικής διατριβής σε ξένη γλώσσα;

Η διδακτορική διατριβή μπορεί να εκπονηθεί στην Αγγλική γλώσσα.

3.VI.6.4 Υπάρχουν συμφωνίες συνεργασίας με ιδρύματα και φορείς του εξωτερικού;

Υπάρχουν συμφωνίες συνεργασίας με Ευρωπαϊκά Πανεπιστήμια στην Αγγλία, Ολλανδία, Ουγγαρία και Πορτογαλία σχετικά με το αγγλόφωνο ΜΠΣ International Marketing. Οι συμφωνίες αυτές μπορούν εύκολα να επεκταθούν και στο επίπεδο των διδακτορικών σπουδών. Το τμήμα προσανατολίζεται προς αυτή την κατεύθυνση και μια τέτοια εξέλιξη είναι πολύ πιθανή μέσα στα επόμενα δύο χρόνια.

3.VI.6.5 Παρέχονται από το Τμήμα κίνητρα στους υποψήφιους διδάκτορες για την συμμετοχή τους σε διεθνή «Θερινά Προγράμματα» (summer schools), διεθνή ερευνητικά συνέδρια, υποβολή άρθρων σε έγκριτα περιοδικά, κλπ.;

Το τμήμα όχι μόνο ενθαρρύνει αλλά απαιτεί την ενεργό συμμετοχή των υποψηφίων διδασκόντων στους διεθνείς χώρους της έρευνας και καλύπτει τα κόστη συμμετοχής σε διεθνή συνέδρια και doctoral colloquia, καθώς και το κόστος υποβολής άρθρων σε διεθνή περιοδικά.

3.VI.6.6 Υπάρχουν διεθνείς διακρίσεις του Προγράμματος Διδακτορικών Σπουδών; Ποιες;

Οι υποψήφιοι διδάκτορες έχουν μια έντονη παρουσία στη διεθνή έρευνα, όπως φαίνεται από τον παρακάτω πίνακα που παρουσιάζει το δημοσιευμένο ερευνητικό έργο τους από τον Μάιο

του 2006 μέχρι σήμερα. Όπου υπάρχουν περισσότεροι του ενός συγγραφείς, τα ονόματα των υποψηφίων διδασκτόρων μας είναι τονισμένα.

- **Giannopoulos, A.** and Avlonitis, G. (2008) "Proposing the Concept of Balanced Orientation in the Hotel Industry: An Exploration of the Linkages Between Internal Market Orientation, External Market Orientation and Organizational Performance", *TTRA Europe 2008 Conference: Competition in Tourism: Business and Destination Perspectives*, Helsinki, Finland.
- **Giannopoulos, A.** and Mavragani, E. P. (2008) "Traveling through the Web: A Comparative Analysis of European National Tourism Websites", *2nd International Scientific Conference of the E-business forum: E-business in Travel, Tourism and Hospitality*, Athens, Greece.
- Avlonitis, G. and **Giannopoulos, A.** (2007) "A Triangular Concept Applied to the Tourism Industry: Proposing an Integrative Exploration of the Linkages between Internal Market Orientation, External Market Orientation and Organizational Performance", *Strategic Developments in Services Marketing Conference*, Chios, Greece.
- Avlonitis, G. and **Giannopoulos, A.** (2007) "The Triangular Concept of Internal Market Orientation, External Market Orientation and Organizational Performance: a Proposed Integrative Study Applied to the Tourism Industry", *10th Toulon-Verona Conference*, Thessalonica, Greece.
- Αυλωνίτης, Γ. και **Γιαννόπουλος, Α.** (2007) «Τουριστικό Μάρκετινγκ και Ανταγωνιστικότητα: η Ανάγκη Ανάπτυξης και Συνύπαρξης Εσωτερικού και Εξωτερικού Προσανατολισμού των Επιχειρήσεων», ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ, ΕΙΔΙΚΗ ΕΚΔΟΣΗ: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ, Τεύχος 38, Μάιος.
- Αυλωνίτης, Γ. και **Γιαννόπουλος, Α.** (2008) «Στρατηγική Μάρκετινγκ για τον Ελληνικό Τουρισμό: Ακολουθώντας την Πορεία των Ταξιδιών των Σύγχρονων Τουριστών στην Ελλάδα και στον Κόσμο», ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ, Ειδική Έκδοση ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ, Μάιος).
- **Konstandoulaki, K.** (2006) "The Role of Involvement and Perceived Differentiation on Consideration Sets, in Memory-based and Stimuli-based Decision Making", *European Marketing Academy, Doctoral Colloquium*, Athens, Greece.
- **Konstandoulaki, K.** and Kokkinaki, F. (2007) "The Role of Involvement, Perceived Differentiation and Awareness Set in the Descriptive Properties of the Consideration Set, in Memory-based Consumer Decision-making", *European Marketing Academy Conference*, Reykjavík, Iceland.
- **Koritos, C.**, Gounaris, S. and Papastathopoulou, P. (2007) "The Role of Innovation Attributes on Consumers Decision to Adopt Internet Banking Services: Empirical Evidence from Greece", *European Marketing Academy Conference*, Reykjavik, Iceland.

- Gounaris S. and **Kostopoulos G.** (2008) “An Empirical Investigation of the Path from Service Blueprinting Formality to Service Encounter Effectiveness. Some Preliminary Findings”, *European Marketing Academy Conference*, Brighton, UK.
- Gounaris S. and **Kostopoulos G.** (2008) “An Empirical Investigation of the Path from Service Blueprinting Formality to Perceived Service Quality.” *Frontiers in Services 17th Annual Conference, American Marketing Association and Center for Excellence in Services*, Washington, USA.
- Avlonitis, G. and **Lionakis, C.** (2007) “An Exploratory Investigation of the Impact of Marketing And Sales Cooperation on Company Performance”, *European Marketing Academy Conference*, Reykjavik, Iceland.
- Avlonitis, G. and **Lionakis, C.** (2008) “How Can We Reduce the Conflicts Between the Sales and Marketing Departments?”, *Global Sales Science Institute Conference*, Athens, Greece.
- Avlonitis, G., **Lionakis, C.** and Skouras, T. (2008) “Marketing and Sales Conflict: Does it Really Matter?”, *European Marketing Academy Conference*, Brighton, UK.
- Αυλωνίτης, Γ. και **Λιονάκης, Κ.** (2007) «Η Συνεργασία Μάρκετινγκ και Πωλήσεων Κλειδί της Επιτυχίας για τις Επιχειρήσεις», ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ, 7 Μαΐου.
- Αυλωνίτης, Γ. και **Λιονάκης, Κ.** (2008) «Η Σύγκρουση μεταξύ Μάρκετινγκ & Πωλήσεων επηρεάζει τελικά την απόδοση της επιχείρησης;», ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ, Τεύχος Ιανουαρίου.
- Αυλωνίτης, Γ. και **Λιονάκης, Κ.** (2008) “Sales Vs Marketing”, *Sales Management (Boussias Communications)*, Τεύχος Φεβρουαρίου-Μαρτίου.
- **Piha, L.** (2008) “Brand Orientation: Antecedents and Consequences”, *European Marketing Academy, Doctoral Colloquium*, Brighton, UK.
- Αυλωνίτης, Γ. και **Πήχα, Λ.** (2008) «Στην Τύχη του το Ελληνικό Βαμβάκι. Τι δείχνει έρευνα που εκπόνησε το εργαστήριο Μάρκετινγκ του ΟΠΑ», ΚΕΡΔΟΣ, 10 Φεβρουαρίου.
- Αυλωνίτης, Γ. και **Πήχα, Λ.** (2008) «Τα Κρυμμένα Μυστικά για το Ελληνικό Βαμβάκι. Είκοσι ειδικοί δείχνουν το δρόμο για να ξαναβρεί τη λάμψη του ο λευκός χρυσός», AGRENDA, 9 & 10 Φεβρουαρίου.
- **Psiloutsikou, M.**, Constantopoulou, M., Papadakis, V. and Skouras, T. (2006) “The Various Roles of Electronic Newspapers in Relation to the Print Industry and the Five Forces of Competition Model”, *The Impact of Internet on the Mass Media in Europe*, Leandros N. (ed), Abramis-Arima Publishers.
- **Rafailidou, M.** (2008) “Studies of Economic Sciences in Greek Higher Education”, *International Conference on Applied Economics*, Kastoria, Greece.

- Apospori, E. Nikandrou, I., Panayotopoulou, L. and **Rafailidou, M.** (2007) "Work-family Conflict from a Multi-level Perspective: Comparing Female and Male Managers", *2nd International Conference on Work-Family Conflict*, Barcelona, Spain.
- Αποσπύρη, Ε. και **Ραφαηλίδου, Μ.** «Το Φαινόμενο της Γυάλινης Οροφής στην Εξέλιξη των Γυναικών στις Επιχειρήσεις», *Οι Γυναίκες στη Διοίκηση των Επιχειρήσεων*, Αθήνα: Σιδέρης.
- Avlonitis, G. and **Rizomyliotis, I.** (2007) "An Exploratory Study of the Factors Influencing the Successful Outcome of Industrial Print Ad Campaigns", *European Marketing Academy Conference*, Reykjavik, Iceland.
- **Saridakis C.** and Solgaard H.S. (2006) "A Hierarchical Bayes Conjoint Model for Measuring Consumers' Trade-Off Among Attributes of Supermarket Formats", *13th International European Institute for Retailing and Services Studies (EIRASS) Conference*, Budapest, Hungary.
- **Saridakis C.** (2008) "A Hybrid Conjoint Model for the Identification of the UK Supermarket Choice Determinants", *Academy of Marketing Conference*, Aberdeen, UK.
- Baltas, G. and **Saridakis C.** (2008) "Brand and Segment Heterogeneity: Implications for Car Prices," *Academy of Marketing Conference*, Aberdeen, UK.
- **Stavraki, M. G.** (2006) "The Role of Affect in Attitude Change Through Advertising", *European Marketing Academy, Doctoral Colloquium*, Athens, Greece.
- **Stavraki, M. G.** and Kokkinaki, F. (2007) "The Effect of Advertising Message Involvement on the Strength of Product Attitudes", *European Marketing Academy Conference*, Reykjavik, Iceland.
- **Stavraki, M. G.** and Kokkinaki, F. (2008) "The Similar Roles of Affective and Cognitive Arguments in Advertising" (poster). *15th General Meeting of European Association of Experimental Psychology (EAESP)*, Opatija, Croatia.
- **Stavraki, M. G.** and Kokkinaki, F. (2008) "The Similar Roles of Affective and Cognitive Arguments in Advertising" (poster). *3rd EAESP Medium Sized Group Meeting on the Psychology of Attitudes*, Nijmegen, Holland.
- Drossos, D., Giaglis, G. M., Lekakos, G., Kokkinaki, F. and **Stavraki, M. G.** (2007) "Determinants of effective SMS advertising: An experimental study", *Journal of Interactive Advertising*, Vol. 7, No. 2, pp. 30-38.
- Stathakopoulos, V., **Theodorakis, I.** and Mastoridou, E. (2008) "Visual and Verbal Rhetoric in Advertising: The Case of Resonance", *International Journal of Advertising*, forthcoming.
- **Theodorakis, I.** (2007) "Studying Provocation Appeal Ad Forms and Evaluating Personal Values' Implications", *European Marketing Academy Conference*, Reykjavik, Iceland.

- **Theodorakis, I.** (2007) "Visiting the Provocation Appeal Ad 'Terra': An Assessment of Viewers' Emotional Identity and Attitudinal Reactions Toward Analogous Stimuli", (poster), *European Marketing Academy Conference*, Reykjavik, Iceland.
- **Theodorakis, I.** and Stathakopoulos, V. (2007) "Provocation Appeal Advertisements and Consumers' Personal Values: Visitation to a Still, "Terra Incognita" and Some Interesting Findings", *European Marketing Academy Conference*, Reykjavik, Iceland.
- **Theodorakis, I.** and Stathakopoulos, V. (2008) "Resonance in Advertising: Assessing its Effectiveness and Exploring its Limits" *European Marketing Academy Conference*, Brighton, UK.
- Gounaris, S., **Tzempelikos, N. A.** and Chatzipanagiotou, K. (2007) "The relationships of customer-perceived value, satisfaction, loyalty and behavioral intentions", *Journal of Relationship Marketing*, Vol. 6, No.1, pp. 63-87.
- **Tzempelikos, N. A.** and Gounaris, S. (2008) "Criteria for Identifying Key Accounts and Business Performance: Are they Linked?", *European Marketing Academy Conference*, Brighton, UK.
- Gounaris, S. and **Tzempelikos, N.** (2006) "Modeling the Relationship between Customer-perceived Value, Satisfaction, Loyalty and Behavioral Intentions", *European Marketing Academy Conference*, Athens, Greece.
- Gounaris, S. and **Tzempelikos, N.** (2007) "Key Account Management Effectiveness – A Pilot Relationship Marketing Perspective", *European Marketing Academy Conference*, Reykjavik, Iceland.
- Gounaris S. and **Tzempelikos N.** (2008) "Criteria for Identifying Key Accounts and Business Performance: Are they linked?" *European Marketing Academy Conference*, Brighton, UK.
- Gounaris, S. and **Tzempelikos, N.** (2008) "Success Factors in Key Account Management: An Empirical Study", *Global Sales Science Institute Conference*, Athens, Greece.
- **Zorotheos A.** and Kafeza E. (2008) "Users' Perceptions on Privacy and their Intention to Transact Online: A Study on Greek Internet Users", *Academy of Marketing Conference*, Brighton, UK.
- **Kriona A., Evagelatos A.,** and Constantopoulou M., (2007) "New Communication Skills of the Instructor and their effect on the Quality of Effective Learning", 4th International Conference in Open and Distance Learning, Athens, Greece.

4 Διδακτικό έργο¹⁵

4.1 Αποτελεσματικότητα του διδακτικού προσωπικού.

4.1.1 *Υπάρχει διαδικασία αξιολόγησης των διδασκόντων από τους φοιτητές; Πώς εφαρμόζεται;*

Οι φοιτητές αξιολογούν τους διδάσκοντες, όπως ορίζει ο νόμος, όταν οι διδάσκοντες κρίνονται για προαγωγή. Αξιολογούν επίσης έμμεσα τους διδάσκοντες στην αξιολόγηση των μαθημάτων που γίνονται στο τέλος κάθε εξαμήνου.

4.1.2 *Πώς αξιοποιούνται τα αποτελέσματα της αξιολόγησης των διδασκόντων από τους φοιτητές;*

Τα αποτελέσματα της αξιολόγησης δεν ανακοινώνονται στους φοιτητές. Η αξιολόγηση του κάθε μαθήματος είναι διαθέσιμη στον διδάσκοντα, καθώς και στον πρόεδρο του τμήματος. Αξιοποιούνται από τον διδάσκοντα ως feedback και πληροφόρηση σχετικά με την υποδοχή του μαθήματος από τους φοιτητές και ενδεχομένως για προσαρμογή και βελτίωση της διδακτικής πρακτικής. Αξιοποιούνται επίσης από τον πρόεδρο στην περίπτωση που κάποιο μάθημα παρουσιάζει πρόβλημα. Σ' αυτή την περίπτωση, ο πρόεδρος συζητά το πρόβλημα με τον διδάσκοντα ώστε να γίνουν οι κατάλληλες διορθωτικές ενέργειες για την βελτίωση του μαθήματος.

4.1.3 *Ποιος είναι ο μέσος εβδομαδιαίος φόρτος διδακτικού έργου των μελών του ακαδημαϊκού προσωπικού του Τμήματος;*

Περίπου 10 ώρες την εβδομάδα.

4.1.4 *Πόσα από τα μέλη του ακαδημαϊκού προσωπικού του Τμήματος διδάσκουν στο Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών;*

Όλα τα μέλη ΔΕΠ διδάσκουν τουλάχιστον σε ένα από τα ΠΜΣ στα οποία συμμετέχει το τμήμα.

4.1.5 *Υπάρχουν θεσμοθετημένες από το Τμήμα υποτροφίες/βραβεία διδασκαλίας;*

Υπάρχει βραβείο Διδακτικής Αριστείας, το οποίο απονέμεται κάθε δύο χρόνια στη βάση αξιολόγησης από τους αποφοιτούντες φοιτητές (το ερωτηματολόγιο που συμπληρώνουν οι φοιτητές κατά την τελετή αποφοίτησης είναι στο Παράρτημα).

¹⁵ Η ενότητα αυτή αφορά στο διδακτικό έργο τόσο σε επίπεδο προπτυχιακών όσο και μεταπτυχιακών και διδακτορικών σπουδών. Όπου απαιτείται αναφερόμαστε ξεχωριστά σε προπτυχιακές και μεταπτυχιακές σπουδές.

4.I.6 *Συνεισφέρουν στο διδακτικό έργο οι μεταπτυχιακοί φοιτητές και υποψήφιοι διδάκτορες του Τμήματος και σε τι ποσοστό;*

Όχι.

4.II Ποιότητα και αποτελεσματικότητα της διδακτικής διαδικασίας.¹⁶

4.II.1 *Ποιες συγκεκριμένες διδακτικές μέθοδοι χρησιμοποιούνται;*

Πέρα από την κλασική μέθοδο των διαλέξεων (κατά κανόνα με χρήση υπολογιστή και προβολικού), χρησιμοποιούνται εργαστήρια για ορισμένα μαθήματα που απαιτούν πρακτική εξάσκηση. Σε πολλά μαθήματα ζητούνται εργασίες (ατομικές ή ομαδικές). Χρησιμοποιούνται επίσης κατάλληλα βίντεο και ταινίες, καθώς και επισκέπτες ομιλητές από το χώρο των επιχειρήσεων και των ΜΜΕ.

Γενικά, κάθε διδάσκων έχει τη δυνατότητα να αναπτύξει πρωτοβουλία και να χρησιμοποιήσει τις διδακτικές μεθόδους που θεωρεί πιο ενδεδειγμένες και αποτελεσματικές.

4.II.2 *Υπάρχει διαδικασία επικαιροποίησης του περιεχομένου των μαθημάτων και των διδακτικών μεθόδων;*

Η επικαιροποίηση του περιεχομένου των μαθημάτων και των διδακτικών μεθόδων γίνεται σε ατομική βάση από τους διδάσκοντες. Στην περίπτωση αλλαγής του περιεχομένου ενός μαθήματος ενημερώνεται ο Οδηγός Σπουδών, ο οποίος διανέμεται στους φοιτητές στην αρχή του ακαδημαϊκού έτους.

4.II.3 *Ποιο είναι το ποσοστό των φοιτητών που συμμετέχουν στις εξετάσεις;*

Διαφέρει από μάθημα σε μάθημα, ειδικά μεταξύ υποχρεωτικών και επιλογών. Γενικά, το ποσοστό είναι μικρότερο στα μεγαλύτερα έτη και στα μαθήματα επιλογής (τα οποία δεν υπάρχουν στα μικρότερα έτη). Επίσης, η δυνατότητα εγγραφής των φοιτητών σε όλο και περισσότερα μαθήματα σε μεγαλύτερα έτη (π.χ. 4 περισσότερα από τον κανονικό αριθμό μαθημάτων κατά το τέταρτο έτος σπουδών), μειώνει το ποσοστό συμμετοχής στις εξετάσεις. Μια εκτίμηση για τα τελευταία 2 έτη σπουδών είναι ότι κατά μέσο όρο περίπου 3/4 των εγγεγραμμένων φοιτητών σε ένα μάθημα συμμετέχουν στις εξετάσεις.

4.II.4 *Ποια είναι τα ποσοστά επιτυχίας των φοιτητών στις εξετάσεις;*

Διαφέρει από μάθημα σε μάθημα. Μια χονδρική εκτίμηση είναι περίπου 80-90%. Οι φοιτητικές παρατάξεις, όχι μόνο υπολογίζουν και δημοσιοποιούν τα ποσοστά για κάθε μάθημα, αλλά και πιέζουν διαρκώς για υψηλότερα ποσοστά επιτυχίας στα «δύσκολα» μαθήματα.

¹⁶ Πολλές από τις ερωτήσεις αυτές μπορούν να απαντηθούν συγκεντρωτικά συμπληρώνοντας τους Πίνακες 7.1.1, 7.1.2, 7.4, 7.5.1, 7.5.2 και 7.7.

4.II.5 *Ποιος είναι ο μέσος βαθμός πτυχίου;*

Περίπου 7,2 (δες Πίνακα 7.4.)

4.II.6 *Ποια είναι η μέση διάρκεια σπουδών για τη λήψη πτυχίου;*

Το 80% τελειώνει μέσα σε 5 χρόνια. Δυστυχώς πέρυσι με τις καταλήψεις και την γενικότερη αναταραχή στο χώρο της ανώτατης εκπαίδευσης το ποσοστό έπεσε κάτω από το 50%. (δες Πίνακα 7.3.)

4.III **Οργάνωση και εφαρμογή του διδακτικού έργου.**

4.III.1 *Πώς γνωστοποιείται στους φοιτητές η ύλη των μαθημάτων στην αρχή του εξαμήνου;*

Κατ' αρχάς, λαμβάνουν τον Οδηγό Σπουδών, που περιέχει συνοπτική περιγραφή όλων των μαθημάτων. Επίσης, οι διδάσκοντες πληροφορούν τους φοιτητές στην τάξη ενώ για τα περισσότερα μαθήματα το εκπαιδευτικό υλικό βρίσκεται στον ιστότοπο e-class και συμπεριλαμβάνει το πρόγραμμα διδασκαλίας.

4.III.2 *Περιγράφονται οι μαθησιακοί στόχοι των μαθημάτων και τα προσδοκώμενα αποτελέσματα;*

Κατά κανόνα ναι.

4.III.3 *Υπάρχει διαδικασία μέτρησης της επίτευξης των μαθησιακών στόχων των μαθημάτων;*

Αξιολόγηση των φοιτητών με εργασίες και εξετάσεις όχι μόνο στο τέλος του εξαμήνου αλλά σε αρκετά μαθήματα και κατά τη διάρκεια του εξαμήνου.

4.III.4 *Σε ποιο βαθμό τηρείται το ωρολόγιο πρόγραμμα των μαθημάτων;*

Τηρείται πιστά, κατά κανόνα.

4.III.5 *Είναι ορθολογική η οργάνωση και δομή του ωρολογίου προγράμματος μαθημάτων;*

Η στενότης των χώρων του πανεπιστημίου είναι ο καθοριστικός παράγων στην οργάνωση και δομή του ωρολογίου προγράμματος μαθημάτων. Η διαχείριση του προγράμματος είναι ορθολογική στον επιμερισμό του περιορισμένου χώρου μεταξύ των διδακτικών αναγκών των τμημάτων.

4.III.6 *Πόσα (και ποια) από τα βασικά εισαγωγικά Μαθήματα διδάσκονται από μέλη ΔΕΠ/ΕΠ των δύο ανώτερων βαθμίδων;*

Έξι από τα μέλη ΔΕΠ/ΕΠ των δύο ανώτερων βαθμίδων διδάσκουν στα παρακάτω βασικά εισαγωγικά μαθήματα.

- Ποσοτικές Μέθοδοι I
- Οικονομική και Επιχειρήσεις I

- Εισαγωγή στην Επικοινωνία
- Ποσοτικές Μέθοδοι II
- Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ
- Επικοινωνία στην Πράξη
- Συμπεριφορά Καταναλωτή
- Έρευνα Μάρκετινγκ

4.III.7 Πόσα μέλη του ακαδημαϊκού προσωπικού του Τμήματος διδάσκουν μαθήματα που δεν εμπίπτουν στο στενό ή ευρύτερο γνωστικό τους πεδίο;

Εκτός ειδικών περιστάσεων, κανένα.

4.IV Εκπαιδευτικά βοηθήματα.

4.IV.1 Είδη και αριθμός βοηθημάτων (π.χ. βιβλία, σημειώσεις, υλικό σε ιστοσελίδες, κλπ) που διανέμονται στους φοιτητές.

Βιβλία, σημειώσεις και υλικό σε ιστοσελίδες (e-class) διανέμονται στους φοιτητές σε όλα τα μαθήματα. Από τον επόμενο χρόνο, σε όλα τα μαθήματα οι φοιτητές θα έχουν δυνατότητα επιλογής μεταξύ 2 τουλάχιστον βοηθημάτων ενώ για τα περισσότερα μαθήματα υπάρχει και υλικό σε ιστοσελίδες.

4.IV.2 Υπάρχει διαδικασία επικαιροποίησης των βοηθημάτων; Πώς εφαρμόζεται;

Τα βοηθήματα επικαιροποιούνται κατά την κρίση των διδασκόντων.

4.IV.3 Πώς και πότε συγκεκριμένα διατίθενται τα βοηθήματα;

Τα βιβλία διατίθενται από την υπηρεσία του Πανεπιστημίου που είναι επιφορτισμένη με αυτό το καθήκον. Συνήθως, αυτό συμβαίνει με καθυστέρηση πολλών εβδομάδων μετά την αρχή του εξαμήνου. Ο λόγος είναι η καθυστέρηση στην εγγραφή των φοιτητών στα μαθήματα που έχουν σκοπό να εξεταστούν.

Θεωρείται βασικό «κεκτημένο» των φοιτητών να δηλώνουν τα μαθήματα όποτε αισθάνονται έτοιμοι (και πάντως μετά παρέλευσης αρκετών εβδομάδων) και είναι χαρακτηριστικό ότι παρά την παρατεταμένη διορία και τη δυνατότητα ηλεκτρονικής δήλωσης, ένας σημαντικός αριθμός φοιτητών δεν καταφέρνει να δηλώσει εμπρόθεσμα. Δυστυχώς, οι κομματικές φοιτητικές παρατάξεις συντάσσονται πλήρως και υποστηρίζουν με φανατισμό το φοιτητικό δικαίωμα για εξεταστικές «διευκολύνσεις» (συμπεριλαμβανομένης όχι μόνο της εκπρόθεσμης δήλωσης αλλά ακόμη και της αντιγραφής).

4.IV.4 Ποιο ποσοστό της διδασκόμενης ύλης καλύπτεται από τα βοηθήματα;

Κατά κανόνα 100%. Το θέμα όμως δεν είναι η διδασκόμενη ύλη αλλά η εξεταζόμενη, για την οποία η φοιτητική πίεση είναι να αποτελεί όσο το δυνατόν μικρότερο μέρος των βοηθημάτων.

4.IV.5 Παρέχεται βιβλιογραφική υποστήριξη πέραν των διανεμόμενων συγγραμμάτων;

Συνήθως γίνονται εκτενείς βιβλιογραφικές αναφορές οι οποίες είναι προσβάσιμες από τη Βιβλιοθήκη. Δεν θεωρούνται όμως μέρος της εξεταζόμενης ύλης. (Άλλο ένα βασικό φοιτητικό «κεκτημένο» είναι η εξεταζόμενη ύλη να προσδιορίζεται αυστηρά σε συγκεκριμένες σελίδες).

4.V Μέσα και υποδομές.

4.V.1 Αίθουσες διδασκαλίας:

Λαμβάνοντας υπόψη ότι ένα σημαντικό ποσοστό φοιτητών δεν παρακολουθούν τα μαθήματά τους, ο αριθμός και η χωρητικότητα των αιθουσών που προσφέρονται στο τμήμα είναι επαρκής. Το μειονέκτημα είναι ότι προσφέρονται αίθουσες με τρόπο που δυσκολεύει την κατάρτιση του προγράμματος.

4.V.1.1 Αριθμός και χωρητικότητα.

Λαμβάνοντας υπόψη ότι ένα σημαντικό ποσοστό φοιτητών δεν παρακολουθούν τα μαθήματά τους, ο αριθμός και η χωρητικότητα των αιθουσών που προσφέρονται στο τμήμα είναι επαρκής. Φυσικά, θα ήταν πολύ ανεπαρκής εάν έστω το 80-90% των φοιτητών παρακολουθούσαν τα μαθήματα συστηματικά.

4.V.1.2 Επάρκεια, καταλληλότητα και ποιότητα.

Οι αίθουσες που προσφέρονται είναι σε γενικές γραμμές αρκετά καλά εξοπλισμένες. Μερικές φορές είναι θορυβώδεις, είτε λόγω γειννίασης με τον δρόμο είτε λόγω των θορύβων και της μουσικής που εκπέμπουν οι φοιτητικές κομματικές παρατάξεις.

4.V.1.3 Βαθμός χρήσης.

Ο βαθμός χρήσης των αιθουσών είναι πλήρης.

4.V.1.4 Επάρκεια, καταλληλότητα και ποιότητα του υποστηρικτικού εξοπλισμού.

Οι περισσότερες αίθουσες έχουν κατάλληλο και αρκετά ποιοτικό εξοπλισμό. Μερικές φορές υπάρχουν προβλήματα επισκευής ή ανανέωσης εξοπλισμού, λόγω έλλειψης πόρων, που είναι συνήθως παροδική. Πολλά από τα μηχανήματα έχουν αγοραστεί με πόρους των μεταπτυχιακών προγραμμάτων.

4.V.2 *Εκπαιδευτικά εργαστήρια:*

4.V.2.1 Αριθμός και χωρητικότητα

Υπάρχουν τρία θεσμοθετημένα εργαστήρια, από τα οποία το ένα είναι κυρίως εκπαιδευτικό. Το εργαστήριο αυτό διαθέτει μια αίθουσα μέγιστης χωρητικότητας 48 ατόμων. Δεδομένου ότι ο αριθμός των φοιτητών κάθε έτους είναι γύρω στους 170, χρειάζεται να χωρίζονται σε τέσσερις ομάδες για τα μαθήματα.

4.V.2.2 Επάρκεια, καταλληλότητα και ποιότητα των χώρων.

Οι χώροι, αν εξαιρέσουμε τον θόρυβο και την σχετική στενότητα, είναι κατάλληλοι.

4.V.2.3 Βαθμός χρήσης.

Οι χώροι χρησιμοποιούνται συνεχώς, είτε για μαθήματα είτε για την εκπόνηση εργασιών από τους φοιτητές.

4.V.2.4 Επάρκεια, καταλληλότητα και ποιότητα του εργαστηριακού εξοπλισμού.

Ο εργαστηριακός εξοπλισμός είναι σήμερα σχετικά ικανοποιητικός. Η ανανέωσή του θα έπρεπε να γίνεται συχνότερα, γιατί υπάρχουν περίοδοι που είναι πολύ παρωχημένος.

4.V.2.5 Επάρκεια αποθηκών (εργαστηριακού εξοπλισμού, αντιδραστηρίων, κλπ)

Υπάρχει σχετική ανεπάρκεια αποθηκών, με αποτέλεσμα να έχει τεθεί εκτός λειτουργίας η βιντεοθήκη του τμήματος, η οποία έχει γεμίσει με άχρηστο υλικό, που πρέπει να αποθηκευτεί για κάποιο χρονικό διάστημα.

4.V.3 *Είναι διαθέσιμα τα εκπαιδευτικά εργαστήρια για χρήση εκτός προγραμματισμένων ωρών;*

Είναι διαθέσιμα, με φύλαξη από προσωπικό που εργάζεται σε ευρωπαϊκά προγράμματα και πληρώνεται από αυτά.

4.V.4 *Επάρκεια και ποιότητα των χώρων και του εξοπλισμού των κλινικών.*

Δεν υπάρχουν κλινικές.

4.V.5 *Σπουδαστήρια:*

Δεν υπάρχουν σπουδαστήρια εκτός της κεντρικής βιβλιοθήκης

4.V.6 Προσωπικό Διοικητικής/Τεχνικής/Ερευνητικής Υποστήριξης

4.V.6.1 Αριθμός και ειδικότητες

Υπηρετούν στα εργαστήρια τρία μέλη ΕΕΔΙΠ και ένα μέλος ΕΤΕΠ, με ειδικότητα την πληροφορική.

4.V.6.2 Επάρκεια ειδικοτήτων

Υπηρετούν στα εργαστήρια μέλη διοικητικού προσωπικού τα οποία στην πραγματικότητα προσφέρουν υπηρεσίες ΕΕΔΙΠ και ΕΤΕΠ. Τα μέλη αυτά μονιμοποιήθηκαν με βάση νόμους που δεν τους επέτρεπαν να πάρουν θέσεις αντίστοιχες προς τις υπηρεσίες που προσφέρουν.

4.V.7 Αξιοποίηση Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών (ΤΠΕ).

4.V.7.1 Χρησιμοποιούνται ΤΠΕ στην παρουσίαση των μαθημάτων; Πώς;

Σε όλα σχεδόν τα μαθήματα του τμήματος προβάλλονται διαφάνειες με υποστηρικτικό υλικό, καθώς και βιντεοταινίες. Οι αίθουσες του ΟΠΑ, σχεδόν όλες, διαθέτουν τον σχετικό εξοπλισμό, ενώ τα μέλη του διδακτικού προσωπικού έχουν φορητούς υπολογιστές τους οποίους συνδέουν με τα προβολικά μηχανήματα.

4.V.7.2 Χρησιμοποιούνται ΤΠΕ στη διδασκαλία; Πώς;

Σε πάρα πολλά μαθήματα οι φοιτητές πρέπει να συλλέξουν υλικό από το διαδίκτυο, ενώ οι παρουσιάσεις των εργασιών τους γίνονται με οπτική υποστήριξη, όπως και οι παρουσιάσεις των μαθημάτων από τους διδάσκοντες.

4.V.7.3 Χρησιμοποιούνται ΤΠΕ στην εργαστηριακή εκπαίδευση; Πώς;

Σε όλα τα εργαστηριακά μαθήματα, εκτός από την υποστήριξη μέσω διαφανειών, χρησιμοποιούνται εφαρμογές σε υπολογιστές.

4.V.7.4 Χρησιμοποιούνται ΤΠΕ στην αξιολόγηση των φοιτητών; Πώς;

Οι εργασίες των φοιτητών βασίζονται κυρίως σε στοιχεία που συλλέγονται μέσω του διαδικτύου και επεξεργάζονται μέσω λογισμικού που τρέχει σε Η/Υ. Οι παρουσιάσεις τους γίνονται με υποστήριξη από διαφάνειες που προβάλλονται στην οθόνη της αίθουσας.

4.V.7.5 Χρησιμοποιούνται ΤΠΕ στην επικοινωνία των φοιτητών με τον διδάσκοντα; Πώς;

Οι περισσότεροι διδάσκοντες επικοινωνούν με τους φοιτητές μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Σε μερικά μάλιστα μαθήματα λειτουργούν blogs, μέσω των οποίων οι φοιτητές σχολιάζουν ή απαντούν σε ερωτήματα που θέτουν οι καθηγητές τους. Επίσης, πολλές εργασίες υποβάλλονται σε ηλεκτρονική μορφή, για να μειώνεται ο όγκος των χαρτιών που συσσωρεύεται κάθε χρόνο.

4.V.7.6 Ποιο το ύψος των επενδύσεων του Τμήματος σε ΤΠΕ κατά την τελευταία πενταετία;

Περίπου 75.000 ευρώ.

4.V.8 *Αναλογία διδασκόντων/διδασκομένων και η μεταξύ τους συνεργασία.*

4.V.8.1 *Αναλογία διδασκόντων/διδασκομένων στα μαθήματα.*

Για τα μαθήματα κορμού ή σχέση είναι ένας προς 175 (θεωρητικά βέβαια, δεδομένου ότι οι φοιτητές δεν είναι υποχρεωμένοι να παρακολουθούν). Η σχέση αυτή ποικίλλει ανάλογα με τον χρόνο, π.χ. είναι μεγαλύτερη στην αρχή ή το τέλος των εξαμήνων σε σύγκριση με την μέση των εξαμήνων, είναι μεγαλύτερη το φθινοπωρινό και μικρότερη το εαρινό εξάμηνο. Ποικίλλει επίσης ανάλογα με το μάθημα: μαθήματα θεωρητικά, όπου το εγχειρίδιο καλύπτει ικανοποιητικά την ύλη, έχουν λιγότερη παρακολούθηση από μαθήματα πιο τεχνικά ή μαθήματα, στα οποία ο διδάσκων κάνει γνωστό ότι παραδίδει μόνο προφορικά κάποια εξεταστέα θέματα ή ύλη.

4.V.8.2 *Αναλογία διδασκόντων/διδασκομένων στα εργαστήρια.*

Η αναλογία αυτή περιορίζεται από τις θέσεις των φοιτητών στα εργαστήρια και είναι ένας προς 40 - 48.

4.V.8.3 *Έχουν οι διδάσκοντες ανακοινωμένες ώρες γραφείου για συνεργασία με τους φοιτητές; Τις τηρούν; Αξιοποιούνται από τους φοιτητές;*

Όλοι οι διδάσκοντες ανακοινώνουν δυο ώρες γραφείου την εβδομάδα για συνεργασία με τους φοιτητές. Κατά κανόνα τις τηρούν. Οι φοιτητές τις αξιοποιούν κυρίως όταν πρόκειται να ζητήσουν συστατικές επιστολές ή όταν έχουν απορίες σχετικά με τις εργασίες ή εκπόνηση των οποίων τους έχει ανατεθεί.

4.V.9 *Σύνδεση της διδασκαλίας με την έρευνα.*

4.V.9.1 *Πώς μεθοδεύεται η εκπαίδευση των φοιτητών στην ερευνητική διαδικασία (π.χ. αναζήτηση και χρήση βιβλιογραφίας);*

Στο μάθημα κορμού του δευτέρου εξαμήνου, τμήμα του μαθήματος Εισαγωγή στην Επικοινωνία αφιερώνεται στην αναζήτηση υλικού μέσω βιβλιοθηκών και μέσω του διαδικτύου.

4.V.9.2 *Παρέχεται στους φοιτητές δυνατότητα συμμετοχής σε ερευνητικά έργα;*

Η δυνατότητα αυτή είναι αρκετά περιορισμένη για τους προπτυχιακούς φοιτητές. Τα μέλη ΔΕΠ προτιμούν να απευθύνονται σε μεταπτυχιακούς φοιτητές για συμμετοχή σε ερευνητικά έργα.

4.V.10 Συνεργασίες με εκπαιδευτικά κέντρα του εσωτερικού και του εξωτερικού και με το κοινωνικό σύνολο.

4.V.10.1 Με ποια εκπαιδευτικά κέντρα του εσωτερικού συνεργάζεται το Τμήμα και πώς;

Το τμήμα συνεργάζεται με το Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο με το οποίο συνδιοργανώνει ένα μεταπτυχιακό πρόγραμμα σε Οργάνωση και Διοίκηση Επιχειρήσεων. Συνεργάζεται επίσης με το Μεσογειακό Αγρονομικό Ινστιτούτο Χανίων, τις εγκαταστάσεις του οποίου χρησιμοποιεί επί πολλά έτη για την διεξαγωγή θερινών μαθημάτων.

4.V.10.2 Με ποια εκπαιδευτικά κέντρα του εξωτερικού συνεργάζεται το Τμήμα και πώς;

Το τμήμα συνεργάζεται με πέντε πανεπιστήμια του εξωτερικού για την οργάνωση του μεταπτυχιακού προγράμματος «Μάρκετινγκ με διεθνή προσανατολισμό». Επίσης, στα πλαίσια ερευνητικών προγραμμάτων, τα μέλη ΔΕΠ συνεργάζονται με πανεπιστήμια του εξωτερικού, κυρίως ευρωπαϊκών χωρών. Μέσω του προγράμματος Cranet, το τμήμα συνεργάζεται με μεγάλο αριθμό ξένων πανεπιστημίων στο χώρο της διοίκησης ανθρωπίνων πόρων.

4.V.10.3 Αναπτύσσονται συγκεκριμένες εκπαιδευτικές συνεργασίες με τοπικούς, περιφερειακούς ή εθνικούς κοινωνικούς φορείς;

Το τμήμα συνεργάζεται με την Ελληνική Ακαδημία Μάρκετινγκ και ο καθηγητής κ. Γ. Αυλωνίτης είναι πρόεδρος της Ευρωπαϊκής Ακαδημίας Μάρκετινγκ. Το Εργαστήριο Πολυμέσων είναι ιδρυτικό μέλος του Ινστιτούτου Επικοινωνίας, στο διοικητικό συμβούλιο του οποίου συμμετέχει μέλος του τμήματος.

4.V.11 Κινητικότητα του διδακτικού προσωπικού και των φοιτητών.¹⁷

4.V.11.1 Υπάρχει στρατηγικός σχεδιασμός του Τμήματος σχετικά με την κινητικότητα των μελών της ακαδημαϊκής κοινότητας;

Το τμήμα υποστηρίζει σε πάγια βάση την κινητικότητα των μελών ΔΕΠ και των φοιτητών. Όσον αφορά τα μέλη ΔΕΠ, όχι μόνο συμμετοχές σε συνέδρια αλλά και επισκέψεις για διαλέξεις ή έρευνα σε ιδρύματα του εξωτερικού ενθαρρύνονται και υποστηρίζονται. Όσον αφορά τους φοιτητές, το τμήμα έχει συνάψει ένα ευρύ φάσμα συμφωνιών με Ευρωπαϊκά Πανεπιστήμια, ώστε οι φοιτητές να μπορούν να παρακολουθήσουν μαθήματα σε αυτά, στο πλαίσιο του προγράμματος Erasmus.

Εν όψει των αγγλόφωνων ΜΠΣ, το τμήμα σχεδιάζει την ανάπτυξη συμφωνιών για τη δυνατότητα ανταλλαγής φοιτητών και μελών ΔΕΠ όχι μόνο με Ευρωπαϊκά Πανεπιστήμια αλλά και πανεπιστήμια γειτονικών χωρών, καθώς και της Ινδίας και Κίνας.

¹⁷ Κάποιες από τις ερωτήσεις αυτές μπορούν να απαντηθούν συγκεντρωτικά συμπληρώνοντας τον Πίνακα 7.9.

4.V.11.2 Πόσες και ποιες συμφωνίες έχουν συναφθεί για την ενίσχυση της κινητικότητας του διδακτικού προσωπικού ή/και των φοιτητών;

Συμφωνίες για ανταλλαγή μελών ΔΕΠ έχουν καταρχήν συναφθεί με τα συνεργαζόμενα πανεπιστήμια στο πλαίσιο του προγράμματος PRIMA: University of Leicester (Αγγλία), Corvinus University of Budapest (Ουγγαρία), Radboud University Nijmegen (Ολλανδία) και University of Minho (Πορτογαλία). Όμως, αρκετά μέλη ΔΕΠ έχουν αναπτύξει σχέσεις συνεργασίας και έχουν επισκεφτεί πανεπιστήμια στην Ινδία, Χονγκ Κονγκ, Ελβετία, Ηνωμένες Πολιτείες, κ.α.

Συμφωνίες για ανταλλαγή φοιτητών έχουν συναφθεί με τα εξής πανεπιστήμια:

1. Αυστρία

- Wirtschaftsuniversitat Wien
- Universitat Wien
- Universitat Innsbruck
- Universitat Linz

2. Βέλγιο

- Universite Catholique de Louvain
- Universiteiten Fakulteiten Sint Ignatius Antwerpen
- Universiteit Gent
- Katholieke Universiteit Leuven
- Faculte Universitaire Catholique de Mons
- Hautes Etudes Commerciales, Liege

3. Βουλγαρία

- Sofia University "St Kliment Ohridski"

4. Γαλλία

- Universite Montpellier I
- Universite Nancy II
- Universite Paris X - Nanterre
- Ecole Superieure de Commerce de Rouen
- Universite Catholique de l'Ouest, Angers
- Ecole Superieure de Commerce de Marseille Provence
- Universite de Nice, Sophie-Antipolis

- Universite Louis Pasteur, Strasbourg I
- Universite Paris I, Pantheon-Sorbonne
- Universite Paris IX-Dauphine
- Universite de Pau et des Pays de l' Adour
- Universite Pierre Mendes France, Grenoble
- Universite Robert Schuman, Strasbourg III
- Ecole Superieure de Commerce de Montpellier
- Ecole Superieure de Commerce de Bretagne, Brest
- Universite Paris XIII-Nord
- Universite Catholique de Lille
- Ecole Superieure de Commerce de Lille
- Conservatoire National des Arts et des Metiers
- Universite de Montpellier II
- Universite des Sciences Sociales, Toulouse I
- Universite de Rennes I
- Universite de Poitiers
- Ecole Superieure de Commerce de Nantes Atlantique
- Ecole Superieure de Commerce de Grenoble
- Universite du Littoral Cote D'Opale - Dunkerque
- Universite d' Evry Val d'Essone
- Ecole Superieure de Commerce Amiens - Picardie
- Ecole Superieure de Commerce de Bordeaux
- Groupe ESSC Angers
- Universite du Droit et de la Sante de Lille
- Ecole Superieure de Commerce de Rennes

5. Γερμανία

- Universitat Frankfurt am Main
- Universitat Mannheim
- Freie Universitat Berlin

- Universität Leipzig
- Universität Konstanz
- Universität Paderborn
- Universität Jena
- Universität Giessen
- Universität Göttingen
- Universität Potsdam
- Universität Hohenheim
- Universität Dortmund
- Universität Regensburg
- Technische Universität Darmstadt
- University of Applied Sciences, Osnabrueck
- University of Munich
- Universität Augsburg
- Universität Magdeburg

6. Δανία

- University of Aarhus
- Copenhagen Business School
- University of Aalborg
- The Royal Veterinary and Agricultural University

7. Δημοκρατία της Τσεχίας

- Prague School of Economics

8. Ελβετία

- Université de Lausanne
- Universität Bern

9. Ηνωμένο Βασίλειο

- Lancaster University
- University of Manchester- UMIST
- University of Liverpool

- University of Essex
- University of Birmingham
- University of Strathclyde
- University of Sheffield
- University of Kent at Canterbury
- University of Loughborough
- University of Newcastle
- Brunel University
- University of Sussex
- Cardiff Business School
- University College London

10. Ιρλανδία

- University of Limerick
- University of Dublin - Trinity College

11. Ισλανδία

- University of Reykjavik

12. Ισπανία

- Universidad de Barcelona
- Universidad de Deusto
- Universidad de Cordoba
- Universidad de Granada
- Universidad Rey Juan Carlos
- Universidad Alcala de Henares
- Universidad de Seville
- Universidad Rovira i Virgili
- Universidad Autonoma de Barcelona
- Universidad Politecnica de Catalunya
- Publica Universidad de Navarra

- Universidad de Salamanca
- Universidad de Valencia
- Universidad de Almeria

13. Ιταλία

- Università degli studi di Firenze
- Università degli studi di Padova
- Università degli studi di Roma “La Sapienza”
- LUISS Guido Carli – Roma
- Cattolica Università Sacro Cuore, Milano
- Università degli studi di Modena
- Università degli studi di Siena
- Università degli studi di Pavia
- Università degli studi di Perugia
- Università degli studi di Roma – Tor Vergata
- Università degli studi di Venezia – Ca Foscari
- Università degli studi di Verona
- Università degli studi di Lecce
- Università Carlo Cattaneo – LIUC

14. Καναδάς

- York University

15. Κύπρος

- University of Cyprus

16. Λιθουανία

- Vilniaus Universitates
- Vilniaus Gedimino Technicos Universitates
- Kaunas University of Technology
- Vytautas Magnus University

17. Μάλτα

- University of Malta

18. Νορβηγία

- Norwegian School of Business Administration, Bergen
- Norwegian School of Management – BI
- Høgskolen I Agder

19. Ολλανδία

- Erasmus University of Rotterdam
- University of Amsterdam
- University of Groningen

20. Ουγγαρία

- Corvinus University of Budapest
- Janus Panonius University - Pecs

21. Πολωνία

- Technical University of Lodz
- University of Gdansk
- The Poznan University of Economics

22. Πορτογαλία

- Universidade de Coimbra
- Universidade de Lisboa
- Catolica Universidade Portuguesa
- Universidade Nova de Lisboa
- Universidade do Minho

23. Σλοβακία

- Comenius University in Bratislava

24. Σλοβενία

- Univerza V Mariborou

25. Σουηδία

- Uppsala University
- Goteborg University
- University of Skovde

- Lunds University
- Swedish University of Agricultural Sciences
- University of Umea

26. Φινλανδία

- Swedish School of Economics and Business Administration, Helsinki
- Aabo Akademi University
- University of Vaasa
- University of Tampere
- Lappeeranta University of Technology

4.V.11.3 Πόσα μέλη του ακαδημαϊκού προσωπικού του Τμήματος μετακινήθηκαν προς άλλα Ιδρύματα στο πλαίσιο ακαδημαϊκών/ερευνητικών δραστηριοτήτων κατά την τελευταία πενταετία;

Σχεδόν όλα (για ομιλίες και συμμετοχή σε ερευνητικά σεμινάρια και κυρίως συνέδρια).

4.V.11.4 Πόσα μέλη του ακαδημαϊκού προσωπικού άλλων Ιδρυμάτων μετακινήθηκαν προς το Τμήμα στο πλαίσιο ακαδημαϊκών/ερευνητικών δραστηριοτήτων κατά την τελευταία πενταετία;

Δύο (από την Αγγλία και Σκωτία) δίδαξαν μαθήματα στο πλαίσιο του ΜΠΣ Μάρκετινγκ και Επικοινωνία με Νέες Τεχνολογίες. Μετακινήσεις ξένων συνεργατών στο πλαίσιο ατομικών ερευνητικών δραστηριοτήτων των μελών ΔΕΠ δεν γίνονται γνωστές στο τμήμα.

4.V.11.5 Πόσοι φοιτητές του Τμήματος μετακινήθηκαν προς άλλα Ιδρύματα στο πλαίσιο ακαδημαϊκών/ερευνητικών δραστηριοτήτων κατά την τελευταία πενταετία;

Τα τελευταία 5 χρόνια, 171 φοιτητές του τμήματος, συμμετείχαν στο πρόγραμμα ERASMUS και παρακολούθησαν μαθήματα σε πανεπιστήμια με τα οποία το τμήμα έχει συνάψει διμερής συμφωνίες ανταλλαγών.

Συγκεκριμένα, κατά το ακαδημαϊκό έτος:

2003-2004	συμμετείχαν	25 φοιτητές
2004-2005	συμμετείχαν	33 φοιτητές
2005-2006	συμμετείχαν	31 φοιτητές
2006-2007	συμμετείχαν	56 φοιτητές
2007-2008	συμμετείχαν	26 φοιτητές

Στο ακαδημαϊκό έτος 2007-2008, ο αριθμός των συμμετεχόντων στο πρόγραμμα μειώθηκε σημαντικά, λόγω των δυσκολιών που προέκυψαν από την κατάληψη του Πανεπιστημίου πέρυσι, κατά την περίοδο των εγγραφών στα ξένα ιδρύματα.

4.V.11.6 Πόσοι φοιτητές άλλων Ιδρυμάτων μετακινήθηκαν προς το Τμήμα στο πλαίσιο ακαδημαϊκών/ερευνητικών δραστηριοτήτων κατά την τελευταία πενταετία;

Το τμήμα υποδέχτηκε 159 ξένους φοιτητές στο πλαίσιο του προγράμματος ERASMUS.

4.V.11.7 Υπάρχουν διαδικασίες αναγνώρισης του εκπαιδευτικού έργου που πραγματοποιήθηκε σε άλλο Ίδρυμα;

Το τμήμα μας είναι από τα πρώτα τμήματα στην Ελλάδα που εντάχθηκαν στο European Credit Transfer System (ECTS) και το εκπαιδευτικό έργο που πραγματοποιείται σε άλλο Ευρωπαϊκό Πανεπιστήμιο ενταγμένο στο ECTS αναγνωρίζεται πλήρως.

4.V.11.8 Πόσο ικανοποιητική είναι η λειτουργία και η στελέχωση του κεντρικού Γραφείου Διεθνών / Ευρωπαϊκών Προγραμμάτων και των συνδέσμων τους;

Η λειτουργία και στελέχωση (από 2 άτομα) του Γραφείου Διεθνών Σχέσεων είναι εξαιρετική. Εάν είχαν περισσότερο προσωπικό θα έκαναν (ακόμα μεγαλύτερα) θαύματα. Η συνεργασία μαζί τους είναι άψογη.

4.V.11.9 Τι ενέργειες για την προβολή και ενημέρωση της ακαδημαϊκής κοινότητας για τα προγράμματα κινητικότητας αναλαμβάνει το Τμήμα;

Το τμήμα εκδίδει ένα ενημερωτικό δελτίο κάθε 2 χρόνια, με το οποίο ενημερώνει την ακαδημαϊκή κοινότητα για τις δραστηριότητες του, μεταξύ των οποίων περιλαμβάνεται και η κινητικότητα των μελών του. Πιο τακτική ενημέρωση υπάρχει από τον ιστότοπο του τμήματος, ο οποίος επικαιροποιείται 1-2 φορές το έτος (ή συχνότερα αν χρειαστεί).

4.V.11.10 Οργανώνονται εκδηλώσεις για τους εισερχόμενους φοιτητές από άλλα Ιδρύματα;

Οργανώνονται εκδηλώσεις από το Γραφείο Διεθνών Σχέσεων, στις οποίες το τμήμα συμμετέχει όταν του ζητηθεί.

4.V.11.11 Πώς υποστηρίζονται οι εισερχόμενοι φοιτητές;

Οι εισερχόμενοι φοιτητές υποστηρίζονται κυρίως από το Γραφείο Διεθνών Σχέσεων αλλά και από τα μέλη ΔΕΠ που τους διδάσκουν ειδικά μαθήματα στην αγγλική γλώσσα.

4.V.11.12 Πόσα μαθήματα διδάσκονται σε ξένη γλώσσα για εισερχόμενους αλλοδαπούς σπουδαστές;

Διδάσκονται τα παρακάτω 12 μαθήματα στην Αγγλική γλώσσα:

Φθινοπωρινό Εξάμηνο:

- 1.-Marketing of Financial Services.
- 2.- Organizational Behaviour.
- 3.- Industrial Marketing.
- 4.- Electronic Commerce (reading course).
- 5.- Sales Force Management.
- 6.-Public Finance (reading course).

Εαρινό Εξάμηνο:

- 1.- Human Resource Management.
- 2.- Public Relations (reading course).
- 3.- Political Economy and Social Communication.
- 4.- Introduction to Marketing.
- 5.- Change Management.
- 6.- Negotiations and Dispute Resolution.

4.V.11.13 Υπάρχει πρόσθετη (από το Τμήμα ή/και το Ίδρυμα) οικονομική ενίσχυση των φοιτητών και των μελών του ακαδημαϊκού προσωπικού που λαμβάνουν μέρος στα προγράμματα κινητικότητας;

Οι φοιτητές λαμβάνουν την οικονομική ενίσχυση που προβλέπει το πρόγραμμα ERASMUS.

Τα μέλη ΔΕΠ λαμβάνουν μια επιχορήγηση για τις ερευνητικές τους δραστηριότητες, η οποία εξαρτάται από τα έσοδα του τμήματος από συμμετοχή σε ΜΠΣ. Την επιχορήγηση αυτή μπορούν τα μέλη ΔΕΠ να την διαθέσουν για διάφορους σκοπούς μεταξύ των οποίων για κινητικότητα. Δεν υπάρχει Πρόγραμμα Κινητικότητας του τμήματος, ούτε ειδικά κονδύλια για κινητικότητα.

4.V.11.14 Πώς προωθείται στο Τμήμα η ιδέα της κινητικότητας φοιτητών και μελών του ακαδημαϊκού προσωπικού και της Ευρωπαϊκής διάστασης γενικότερα;

Πέρα από τις προσπάθειες που κάνει το Γραφείο Διεθνών Σχέσεων, το τμήμα δεν αναλαμβάνει μέχρι στιγμής ιδιαίτερες πρωτοβουλίες. Οι νεοεισερχόμενοι φοιτητές πληροφορούνται στην τελετή υποδοχής σχετικά με τις ευκαιρίες που υπάρχουν για να κάνουν μέρος των σπουδών τους σε άλλη ευρωπαϊκή χώρα. Σχετικές πληροφορίες υπάρχουν ακόμα στο ενημερωτικό δελτίο «ΕΝΗΜΕΡΩΝΟΥΜΕ» και στον ιστότοπο του τμήματος. Λεπτομερείς πληροφορίες και ουσιαστική βοήθεια παρέχει το Γραφείο Διεθνών Σχέσεων.

Όσον αφορά τα μέλη ΔΕΠ, η ιδέα της κινητικότητας και της Ευρωπαϊκής διάστασης δεν χρειάζεται προώθηση. Όλοι έχουν εμπειρία συνεδρίων, έρευνας και σπουδών στο εξωτερικό και

γνωρίζουν ότι το τμήμα μας αποσκοπεί στο να έχει ενεργό παρουσία στον Ευρωπαϊκό πανεπιστημιακό χώρο.

4.V.11.15 Πώς ελέγχεται η ποιότητα (και όχι μόνον η ποσότητα) της κινητικότητας του ακαδημαϊκού προσωπικού;

Η κινητικότητα δεν είναι αυτοσκοπός αλλά το μέσο για καλύτερο ερευνητικό έργο. Η ποιότητα της έρευνας ελέγχεται από τα διεθνή περιοδικά στα οποία στοχεύουν τα μέλη ΔΕΠ του τμήματος. Δημοσίευμα από διεθνές περιοδικό υψηλής ποιότητας ή παρουσίαση εργασίας σε αναγνωρισμένο διεθνές συνέδριο με την προοπτική δημοσιεύματος από υψηλού κύρους περιοδικό, είναι οι στόχοι που δικαιολογούν την κινητικότητα.

5 Ερευνητικό έργο

5.1 Προαγωγή της έρευνας στο πλαίσιο του Τμήματος.

5.1.1 *Υπάρχει συγκεκριμένη ερευνητική πολιτική του Τμήματος; Ποια είναι;*

Βασική πολιτική του τμήματος είναι η προσπάθεια βαθύτερης και διαρκούς διερεύνησης των επιστημονικών αντικειμένων του μάρκετινγκ και της επικοινωνίας, καθώς και της ευρύτερης διοίκησης των επιχειρήσεων (π.χ. διοίκηση ανθρώπινου δυναμικού, οργανωσιακή συμπεριφορά). Η προσπάθεια αυτή αντανακλάται στο κάθε μέλος ΔΕΠ μεμονωμένα, το οποίο, με βάση την επιστημονική του εξειδίκευση, καλείται να παρακολουθεί τις σύγχρονες τάσεις και εξελίξεις που παρατηρούνται σε αυτή.

5.1.2 *Πώς παρακολουθείται η υλοποίηση της ερευνητικής πολιτικής του Τμήματος;*

Στο τέλος κάθε Ιουνίου, πραγματοποιείται μια συνάντηση μεταξύ του κάθε μέλους ΔΕΠ και μιας επιτροπής που απαρτίζεται από τρεις καθηγητές. Σκοπός της συνάντησης αυτής είναι να καθοδηγήσει και να κατευθύνει το συγκεκριμένο μέλος ΔΕΠ αναφορικά με τις ερευνητικές προτεραιότητες που πρέπει να θέσει μέσα στο επόμενο ακαδημαϊκό έτος (π.χ. προτάσεις για ερευνητικά θέματα προς διερεύνηση, ποιότητα και ποσότητα επιστημονικών δημοσιεύσεων).

5.1.3 *Πώς δημοσιοποιείται ο απολογισμός υλοποίησης της ερευνητικής πολιτικής του Τμήματος;*

Κάθε δύο χρόνια, το τμήμα εκδίδει ένα περιοδικό (newsletter), το οποίο διανέμεται τόσο μέσα στο τμήμα όσο και στα υπόλοιπα τμήματα του Πανεπιστημίου και ενημερώνει, μεταξύ άλλων, αναφορικά με τις πρόσφατες ερευνητικές δραστηριότητες των μελών ΔΕΠ. Το ηλεκτρονικό site του τμήματος επικαιροποιείται κάθε χρόνο και περιέχει ανάλογες πληροφορίες.

5.1.4 *Παρέχονται κίνητρα για τη διεξαγωγή έρευνας στα μέλη της ακαδημαϊκής κοινότητας; Ποια είναι αυτά;*

Τα κίνητρα που παρέχονται για τη διεξαγωγή έρευνας είναι τόσο υλικής όσο και μη υλικής μορφής. Τα υλικά κίνητρα σχετίζονται με συμβολικά ποσά (honoraria) που διατίθενται σε κάθε μέλος ΔΕΠ κάθε δύο χρόνια, με βάση τον αριθμό των επιστημονικών δημοσιεύσεων σ' αυτό το χρονικό διάστημα. Τα μη υλικά κίνητρα αφορούν τις ενδεικτικές ποσοτικές και ποιοτικές ερευνητικές προδιαγραφές που έχουν τεθεί για κάθε συγκεκριμένη επιστημονική βαθμίδα και αποτελούν ένα σημαντικό οδηγό στην προσπάθεια εξέλιξης του κάθε μέλους ΔΕΠ.

5.1.5 Πώς ενημερώνεται το ακαδημαϊκό προσωπικό για δυνατότητες χρηματοδότησης της έρευνας;

Μια πηγή ενημέρωσης είναι η γραμματεία του τμήματος, η οποία αποστέλλει κατά καιρούς στο ακαδημαϊκό προσωπικό τις επιστολές διαφόρων οργανισμών που προσφέρουν τέτοιες δυνατότητες (π.χ. ΥΠ.Ε.Π.Θ. στα πλαίσια διακρατικών συνεργασιών, επιμελητήρια). Άλλη πηγή ενημέρωσης είναι οι διοικητικές υπηρεσίες του πανεπιστημίου, οι οποίες αποστέλλουν επίσης τέτοιες επιστολές. Μια τελευταία πηγή ενημέρωσης προέρχεται από τις πρωτοβουλίες του ίδιου του προσωπικού, οι οποίες αφορούν την αναζήτηση ερευνητικών προγραμμάτων που παρέχουν τέτοιου είδους χρηματοδότηση (π.χ. αναζήτηση στο διαδίκτυο σε ιστοσελίδες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, επικοινωνία με Γενική Γραμματεία Έρευνας και Τεχνολογίας).

5.1.6 Πώς υποστηρίζεται η ερευνητική διαδικασία;

Η ερευνητική διαδικασία υποστηρίζεται από τα τρία εργαστήρια που διαθέτει το τμήμα. Αυτό αφορά κυρίως τα μέλη ΔΕΠ, των οποίων τα ερευνητικά αντικείμενα ταυτίζονται ή είναι συναφή με αυτά που υποστηρίζουν τα δύο εργαστήρια. Ωστόσο, όλα τα μέλη ΔΕΠ μπορούν να χρησιμοποιούν τα εργαστήρια για την υποστήριξη διαφορετικών πτυχών της ερευνητικής τους προσπάθειας (π.χ. πραγματοποίηση τηλεφωνικών συνεντεύξεων, εκτυπώσεις του απαραίτητου υλικού). Επιπλέον, μπορούν να χρησιμοποιούνται οι υπηρεσίες του πανεπιστημίου όταν αυτό κρίνεται αναγκαίο (π.χ. ταχυδρομική αποστολή ερωτηματολογίων μέσω της υπηρεσίας πρωτοκόλλου του πανεπιστημίου).

5.1.7 Υπάρχουν θεσμοθετημένες από το Τμήμα υποτροφίες έρευνας;

Υπάρχουν θεσμοθετημένες υποτροφίες, οι οποίες δεν αφορούν τα μέλη ΔΕΠ αλλά την υποστήριξη της ερευνητικής προσπάθειας των υποψηφίων διδασκόντων.

5.1.8 Πώς διαχέονται τα ερευνητικά αποτελέσματα στο εσωτερικό του Τμήματος;

Δύο με τρεις φορές κάθε εξάμηνο, πραγματοποιούνται στο τμήμα ερευνητικά σεμινάρια, τα οποία παρακολουθούν τόσο τα μέλη ΔΕΠ όσο και οι υποψήφιοι διδάκτορες του τμήματος. Στα σεμινάρια αυτά, εισηγητές είναι μέλη ΔΕΠ του τμήματος καθώς και επιστήμονες από άλλα πανεπιστήμια, οι οποίοι παρουσιάζουν τόσο διαφορετικές πτυχές της ερευνητικής μεθοδολογίας όσο και τα αποτελέσματα πρόσφατων ερευνητικών τους προσπαθειών.

5.1.9 Πώς διαχέονται τα ερευνητικά αποτελέσματα εκτός Τμήματος, στην ελληνική και διεθνή ακαδημαϊκή και επιστημονική κοινότητα;

Τα αποτελέσματα αυτά διαχέονται μέσω της δημοσίευσής τους σε έγκριτα διεθνή επιστημονικά περιοδικά, καθώς και μέσω της παρουσιάσής τους σε διεθνή και εθνικά επιστημονικά συνέδρια.

5.1.10 Πώς διαχέονται τα ερευνητικά αποτελέσματα στο τοπικό και εθνικό κοινωνικό περιβάλλον;

Αρκετά μέλη ΔΕΠ του τμήματος δημοσιεύουν σε τακτά χρονικά διαστήματα τα αποτελέσματα της ερευνητικής τους προσπάθειας σε εφημερίδες καθώς και εξειδικευμένα περιοδικά, έχοντας σαν στόχο να τονίσουν τις πρακτικές συνέπειες και επιπτώσεις τους για την οικονομία και την κοινωνία γενικότερα. Παράλληλα, προς την ίδια κατεύθυνση, ορισμένα μέλη παραχωρούν συνεντεύξεις σε τηλεοπτικούς και ραδιοφωνικούς σταθμούς.

5.11 Ερευνητικά προγράμματα και έργα που εκτελούνται στο Τμήμα.

5.11.1 Ποια ερευνητικά προγράμματα και δραστηριότητες υλοποιήθηκαν ή βρίσκονται σε εξέλιξη κατά την τελευταία πενταετία;

- Ευρωπαϊκό δίκτυο CRANET: Συγκριτική έρευνα στη Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού που συντονίζει το Πανεπιστήμιο του Cranfield Βρετανίας.
- Διεθνές δίκτυο GLOBE. Συγκριτική έρευνα σε θέματα Κουλτούρας και Ηγεσίας που συντονίζει το Wharton School of Management, USA.
- «Μελέτη στάσης απέναντι στο Cause-related Marketing και προτεινόμενες στρατηγικές μάρκετινγκ».
- «Μελέτη στάσης απέναντι στη δωρεά του μυελού των οστών και προτεινόμενες στρατηγικές κοινωνικού μάρκετινγκ».
- «Μελέτη υιοθέτησης του ERP από τις μεγάλες επιχειρήσεις στην Ελλάδα».
- «Μελέτη-έρευνα καταγραφής της διείσδυσης των πρακτικών του ηλεκτρονικού επιχειρείν στις μεγάλες ελληνικές επιχειρήσεις μέσω επαναληπτικών συνεντεύξεων σε ανώτατα στελέχη πληροφορικής», Επιχειρησιακό Πρόγραμμα 'Κοινωνία της Πληροφορίας', Έργο: 'Forum Ηλεκτρονικής Επιχειρηματικότητας', Project manager, Διάρκεια έργου: 3 χρόνια.
- Μέτρηση της Επιστημονικής και Τεχνολογικής Έρευνας των Επιχειρήσεων, Γενική Γραμματεία Έρευνας & Τεχνολογίας, Κέντρο Έρευνας Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών, 2004.
- Μελέτη-Έρευνα Καταγραφή της Διείσδυσης των Πρακτικών του Ηλεκτρονικού Επιχειρείν στις Μεγάλες Ελληνικές Επιχειρήσεις μέσω Επαναληπτικών Συνεντεύξεων σε Ανώτατα Στελέχη Πληροφορικής», ΕΔΕΤ, Κέντρο Έρευνας Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών, 2004.
- European Union Business to Business Sales Institute, Leonardo da Vinci, Community Vocational Training Action Programme, Κέντρο Έρευνας Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών, 2005-2008.
- Υποστήριξη για την ανάπτυξη και λειτουργία ολοκληρωμένου πληροφοριακού συστήματος στρατηγικού σχεδιασμού του τουριστικού τομέα: Δορυφόρος

- Λογαριασμού και Παρατηρητήριο Τουρισμού, Υπουργείο Τουριστικής Αναπτύξεως, 2006-σήμερα.
- Βαρόμετρο Διοίκησης Πωλήσεων στην Ελλάδα, Εργαστήριο Μάρκετινγκ Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών, 2006.
 - PRIMA: Program in International Marketing», Ευρωπαϊκή Ένωση, 2005.
 - «Έρευνα και Μελέτη του Περιβάλλοντος Μεταφορών στον Άξονα Αθηνών-Θεσσαλονίκης», Οργανισμός Σιδηροδρόμων Ελλάδος (ΟΣΕ), 2003.
 - «Μελέτη-Έρευνα Καταγραφής της Διείσδυσης των Πρακτικών του Ηλεκτρονικού Επιχειρείν στις Μεγάλες Ελληνικές Επιχειρήσεις μέσω Επαναληπτικών Συνεντεύξεων σε Ανώτατα Στελέχη Πληροφορικής», Εθνικό Δίκτυο Έρευνας και Τεχνολογίας (ΕΔΕΤ), 2003.
 - «Η επίδραση των στρατηγικών διαχείρισης κοινωνικής ταυτότητας στην αυτοεκτίμηση». Πρόγραμμα Καραθεοδωρή, Επιτροπή Ερευνών, Πανεπιστήμιο Πατρών.
 - The Main Exported Products of Greece in 2000, *Export Research Center*, Athens, September 2003.
 - Competition Greece Faces in Exports from the New Member Countries of European Union, *Export Research Center*, Athens, September 2004.
 - Statistical Series of Greek Exports: 1945 - 2004, (with V. Kaldeli, and A. Syngelakis), *Export Research Center*, Athens, November 2005.
 - The Exported Products of Greece in 2005: Analysis by Main Groups of Commodities, *Export Research Center*, Athens, May 2006.
 - Changes in the Composition of Exported Products of Greece During the Period 1988 - 2005, *Export Research Center*, Athens, January 2007.
 - The Exported Products of Greece in 2006: Analysis by Main Groups of Commodities, *Export Research Center*, Athens, May 2007.
 - Καθορισμός επικοινωνιακών προτεραιοτήτων και σύμβουλος στη διαμόρφωση προκήρυξης για την υλοποίηση επικοινωνιακών ενεργειών για λογαριασμό της ΕΕΤΤ (Εθνικό Δίκτυο Έρευνας και Τεχνολογίας).
 - Πρόεδρος επιτροπής παραλαβής παραδοτέων του έργου «Αξιολόγηση, προώθηση και διάδοση του Προγράμματος Δικτυωθείτε», για λογαριασμό της ΕΔΕΤ.
 - Σχεδιασμός μεθοδολογίας εκπόνησης επιχειρηματικού σχεδίου για το ηλεκτρονικό επιχειρείν (e-business plan) μικρών επιχειρήσεων, για λογαριασμό της ΕΔΕΤ (Εθνικό Δίκτυο Έρευνας και Τεχνολογίας, στα πλαίσια του έργου «Αξιολόγηση, προώθηση και διάδοση του Προγράμματος Δικτυωθείτε».
 - Επιστημονικός υπεύθυνος του έργου *European Business to Business Sales Institute (EUBBSI)* στα πλαίσια του ευρωπαϊκού προγράμματος Leonardo Da Vinci.

- Μελέτη για τις δυνατότητες ανάπτυξης των αγορών προϊόντων που παράγονται στην περιοχή Leader+ Κυκλάδων και εκπόνηση Marketing Plan για τα προϊόντα με τις καλύτερες προοπτικές ανάπτυξης – Αναπτυξιακή εταιρεία Κυκλάδων.
- Μελέτη για το Υπουργείο Εργασίας του βαθμού ικανοποίησης των ασφαλισμένων στα κύρια ασφαλιστικά ταμεία από τις παρεχόμενες υπηρεσίες.
- Έρευνα αγοράς για την παρακολούθηση των επιπτώσεων της εικόνας των Μεγάλων Χορηγών των Ολυμπιακών Αγώνων από την επικοινωνιακή τους προσπάθεια (OKTAGON A.E.).
- Συνεργάτης της ΜΟΤΟΔΥΝΑΜΙΚΗΣ Α.Ε. σε θέματα Customer Relationship Management.
- Η υιοθέτηση των καινοτομικών καναλιών διανομής στον χώρο των υπηρεσιών: Η περίπτωση του Internet.
- Έρευνα αγοράς για τη χάραξη εμπορικής στρατηγικής της ΤΣΙΜΕΝΤΑ ΧΑΛΥΨ.
- Σχεδιασμός Στρατηγικής Μάρκετινγκ (Marketing Plan) για τα τοπικά προϊόντα των Κυκλάδων (ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΚΥΚΛΑΔΩΝ Α.Ε.).
- Σχεδιασμός Στρατηγικής Μάρκετινγκ για το Claricid της φαρμακευτικής εταιρείας Abbot.
- Ανάπτυξη Συστήματος Αξιολόγησης Ποιότητας των Υπηρεσιών της Διεύθυνσης Προσωπικού της ΔΕΗ.
- Στρατηγικός Σχεδιασμός Μάρκετινγκ για την εταιρεία παραγωγής εμφιαλωμένου νερού ΡΟΥΒΑΣ.
- Μελέτη του επιπέδου e-skills στον Δημόσιο Τομέα για το ΠΑΡΑΤΗΡΗΤΗΡΙΟ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ.
- Στρατηγικός Σχεδιασμός Μάρκετινγκ για την εξαγωγή εμφιαλωμένου κρασιού και αγνού παρθένου ελαιόλαδου του συνεταιρισμού Αρχάνων (Κρήτης) στις αγορές της Ουγγαρίας, Πολωνίας και Τσεχίας.
- Παροχή Υπηρεσιών ΣΤΥ για το έργο» «Ανάπτυξη και Λειτουργία Ολοκληρωμένου Πληροφοριακού Συστήματος Στρατηγικού Σχεδιασμού του Τουριστικού Τομέα: Δορυφόρος Λογαριασμός (Δ.Λ.Τ.) και Παρατηρητήριο Τουρισμού» Αναθέτουσα Αρχή: Κοινωνία Της Πληροφορίας Α.Ε. για το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης.
- Επιτυχημένη Επικοινωνιακή Στρατηγική για Νέα Βιομηχανικά Προϊόντα.
- Αποτελεσματική Βιομηχανική Διαφήμιση στον Κλάδο Βιομηχανικού και Ξενοδοχειακού Εξοπλισμού στην Ελλάδα.
- Στρατηγική Μάρκετινγκ στα Διάφορα Στάδια του Κύκλου Ζωής του Προϊόντος.

- Διερεύνηση της Αλληλεξάρτησης Εσωτερικού και Εξωτερικού Προσανατολισμού: Ένα Ολοκληρωμένο Μοντέλο για τον Προσανατολισμό, την Ικανοποίηση Εσωτερικών και Εξωτερικών Πελατών & την Επιχειρησιακή Απόδοση.
- Εφαρμογή του Μάρκετινγκ στις Ελληνικές Επιχειρήσεις.
- Προσανατολισμός στην Επωνυμία (Brand Orientation): Παράγοντες που τον επηρεάζουν και συνέπειες αυτού.
- Σύγχρονες Στρατηγικές Τιμολόγησης Προϊόντων.

5.II.2 Ποιο ποσοστό μελών ΔΕΠ/ΕΠ αναλαμβάνει ερευνητικές πρωτοβουλίες;

Όλα τα μέλη ΔΕΠ του τμήματος αναλαμβάνουν κατά καιρούς ερευνητικές πρωτοβουλίες.

5.II.3 Συμμετέχουν εξωτερικοί συνεργάτες ή/και μεταδιδακτορικοί ερευνητές στα ερευνητικά προγράμματα;

Συμμετέχουν σε εκείνα τα ερευνητικά προγράμματα στα οποία κρίνεται αναγκαίο από τον εκάστοτε επιστημονικό υπεύθυνο.

5.III Ερευνητικές υποδομές.

5.III.1 Αριθμός και χωρητικότητα ερευνητικών εργαστηρίων.

Στο τμήμα λειτουργούν τρία εργαστήρια (Μάρκετινγκ, Πολυμέσων Επικοινωνίας, Επιχειρησιακής Επικοινωνίας και Διοίκησης Ανθρώπινων Πόρων) συνολικής χωρητικότητας (περίπου) 120 m², στα οποία υπάρχουν, κατά κανόνα, υλικοτεχνικός εξοπλισμός (π.χ. ηλεκτρονικοί υπολογιστές, εκτυπωτές, τηλέφωνα/φαξ, scanners), βιβλιοθήκες και γραφεία εργασίας για μέλη ΕΕΔΙΠ, ΕΤΕΠ, υποψήφιους διδάκτορες καθώς και μεταπτυχιακούς και προπτυχιακούς φοιτητές.

5.III.2 Επάρκεια, καταλληλότητα και ποιότητα των χώρων των ερευνητικών εργαστηρίων.

Παρουσιάζονται κάποια προβλήματα τα οποία σχετίζονται, κυρίως με το μικρό σχετικά μέγεθός τους και έντονη χρήση τους, που οδηγεί σε υπερθέρμανση των μηχανημάτων, τη χρήση χώρων για αποθηκευτικούς λόγους (π.χ. εργαστήριο Πολυμέσων Επικοινωνίας), το συνωστισμό των παρευρισκόμενων σε ορισμένες περιόδους (π.χ. υποψήφιοι διδάκτορες στο εργαστήριο Μάρκετινγκ), την παλαιότητα και τις συνθήκες κάποιων εσωτερικών χώρων (π.χ. τοίχοι, χαμηλά ταβάνια, κλιματισμός) ή σημείων πρόσβασης (π.χ. ανελκυστήρες), τη θέση τους (π.χ. υψηλή θερμοκρασία στο εργαστήριο Επιχειρησιακής Επικοινωνίας και Διοίκησης Ανθρώπινων Πόρων λόγω του ότι βρίσκεται στον όροφο κάτω από την ταράτσα).

5.III.3 Επάρκεια, καταλληλότητα και ποιότητα του εργαστηριακού εξοπλισμού.

Λόγω της φύσης του αντικειμένου του, ο εργαστηριακός εξοπλισμός αποτελείται κυρίως από ηλεκτρονικούς υπολογιστές, υπολογιστικά προγράμματα (π.χ. στατιστικά, διαχείριση εγγράφων), βάσεις δεδομένων επιχειρήσεων και καταναλωτών, τηλέφωνα/φαξ, εκτυπωτές και scanners, τα οποία γίνεται μια προσπάθεια να ανανεώνονται κάθε 4-5 χρόνια (ή νωρίτερα αν αυτό είναι απαραίτητο). Κατά συνέπεια, δεν υπάρχουν ιδιαίτερα προβλήματα σε ό,τι αφορά την καταλληλότητα και ποιότητα του εξοπλισμού αυτού, με δεδομένο τον περιορισμένο χώρο.

5.III.4 Καλύπτουν οι διαθέσιμες υποδομές τις ανάγκες της ερευνητικής διαδικασίας;

Σε γενικές γραμμές τις καλύπτουν. Εξαιρέση αποτελούν οι εξειδικευμένες έρευνες που σχετίζονται με την ανάγκη πραγματοποίησης εργαστηριακών πειραμάτων.

5.III.5 Ποια ερευνητικά αντικείμενα δεν καλύπτονται από τις διαθέσιμες υποδομές;

Δεν υπάρχει κάποιο ερευνητικό αντικείμενο που να μην μπορεί να καλυφθεί από τις υποδομές αυτές.

5.III.6 Πόσο εντατική χρήση γίνεται των ερευνητικών υποδομών;

Η χρήση αυτή είναι καθημερινή σε ό,τι αφορά τους υποψήφιους διδάκτορες του τμήματος και ορισμένα μέλη ΕΕΔΙΠ και ΕΤΕΠ. Σε ό,τι αφορά τα μέλη ΔΕΠ του τμήματος, η χρήση γίνεται σε πιο αραιά διαστήματα αλλά γενικά η χρήση είναι πολύ εντατική.

5.III.7 Πόσο συχνά ανανεώνονται οι ερευνητικές υποδομές; Ποια είναι η ηλικία του υπάρχοντος εξοπλισμού και η λειτουργική του κατάσταση και ποιες οι τυχόν ανάγκες ανανέωσης/επικαιροποίησης;

Οι ερευνητικές υποδομές ανανεώνονται περίπου κάθε 4-5 χρόνια. Κατά συνέπεια, η ηλικία του υπάρχοντος εξοπλισμού είναι αντίστοιχη, ενώ η λειτουργική του κατάσταση σχετίζεται με τα φυσιολογικά προβλήματα που προκύπτουν από τα χρήση του στα πλαίσια της έλευσης του παραπάνω χρονικού διαστήματος (π.χ. ταχύτητα ηλεκτρονικών υπολογιστών). Οι ανάγκες ανανέωσης και επικαιροποίησης σχετίζονται, κατά κανόνα, με νέα προγράμματα (software) που μπορεί να εμφανίζονται και τα οποία κρίνονται απαραίτητα για την πρόοδο της ερευνητικής δραστηριότητας, τη συντήρηση των υπαρχουσών υποδομών (π.χ. ανανέωση servers) ή και την εξέλιξη της τεχνολογίας (π.χ. αγορά πιο σύγχρονων υπολογιστών). Ταχύτεροι ρυθμοί ανανέωσης ασφαλώς θα βελτίωναν την λειτουργική κατάσταση των ερευνητικών υποδομών.

5.III.8 Πώς χρηματοδοτείται η προμήθεια, συντήρηση και ανανέωση των ερευνητικών υποδομών;

Η χρηματοδότηση είναι από: α) δημόσιες επενδύσεις και β) κονδύλια από τον Ειδικό Λογαριασμό του Πανεπιστημίου, τα οποία προέρχονται από μέρος των πόρων που

αποφέρουν στο πανεπιστήμιο οι διδακτικές και ερευνητικές δραστηριότητες των μελών ΔΕΠ.

5.IV Επιστημονικές δημοσιεύσεις των μελών ΔΕΠ/ΕΠ του Τμήματος κατά την τελευταία διετία.¹⁸

Όλα τα δημοσιεύματα από το 2000 μέχρι σήμερα παρουσιάζονται στα ενημερωτικά δελτία «ΕΝΗΜΕΡΩΝΟΥΜΕ» (Τεύχος 1 – Μάιος 2004, Τεύχος 2 – Μάιος 2006, Τεύχος 3 – Μάιος 2008) τα οποία επισυνάπτονται στην έκθεση εσωτερικής αξιολόγησης.

Τα δημοσιεύματα των μελών ΔΕΠ κατά την τελευταία διετία παρουσιάζονται αναλυτικά παρακάτω.

5.IV.1 Πόσα βιβλία/μονογραφίες δημοσίευσαν τα μέλη ΔΕΠ/ΕΠ του Τμήματος;

Τα μέλη ΔΕΠ του τμήματος συνέταξαν τις κάτωθι μονογραφίες και βιβλία:

- **Αυλωνίτης, Γ., Παπασταθοπούλου Π. και Κασικιά, Ε** (2007) "International Product Management", PRIMA Project στο πλαίσιο του Ευρωπαϊκού Προγράμματος Socrates.
- **Αποσπύρη, Ε. και Ραφαηλίδου, Μ.** Το Φαινόμενο της Γυάλινης Οροφής στην Εξέλιξη των Γυναικών στις Επιχειρήσεις, *Οι Γυναίκες στη Διοίκηση των Επιχειρήσεων*, Αθήνα: Σιδέρης.
- **Αποσπύρη, Ε.** (2006) Η Κοινωνική Κατασκευή του Φύλου στο Έμφυλη Εγκληματικότητα (επιμέλεια Νέστωρ Κουράκης), Αθήνα: Σάκκουλας.
- **Αυλωνίτης, Γ. και Σταθακόπουλος, Β.** (2008) Αποτελεσματική Οργάνωση και Διοίκηση Πωλήσεων, 2^η βελτιωμένη έκδοση, Αθήνα: Σταμούλης.
- **Γούναρης, Σ.,** (2006) Διοίκηση Στρατηγικών Σχέσεων. Μάρκετινγκ και Πωλήσεις για Πελάτες Στρατηγικής Σημασίας, Αθήνα: Σταμούλης.
- **Βακόλα, Μ. και Αποσπύρη, Ε.** (2008) Γυναίκες και Διοίκηση Επιχειρήσεων: Εμπόδια, Μύθοι και Προσδοκίες, (Επιμέλεια) Αθήνα: Σιδέρης
- **Κασικιά, Ε., Παναγόπουλος, Ν. και Γούναρης, Σ.** (2007) "Managing International Salesforce and Customers", PRIMA Project στο πλαίσιο του Ευρωπαϊκού Προγράμματος Socrates.
- **Ήντουνας, Κ. και Παπαβασιλείου, Ν.** (2007) "International Pricing", PRIMA Project στο πλαίσιο του Ευρωπαϊκού Προγράμματος Socrates.
- **Halikias, I.** (2007) Changes in the Composition of Exported Products of Greece During the Period 1988 - 2005, Export Research Centre, Athens, Greece.

¹⁸ Όλες οι ερωτήσεις αυτές μπορούν να απαντηθούν συγκεντρωτικά συμπληρώνοντας τον Πίνακα 7.11.

- **Halikias, I.** (2007) *The Exported Products of Greece in 2006: Analysis by Main Groups of Commodities*, Export Research Centre, Athens, Greece.

Τα μέλη ΔΕΠ του τμήματος συνέταξαν τις ακόλουθες πανεπιστημιακές παραδόσεις:

- **Αργουσιδης, Π.** (2007). *Μάρκετινγκ Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων*, Εκδόσεις Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών.
- **Αργουσιδης, Π.** (2007). *Άμεσο Μάρκετινγκ*, Εκδόσεις Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών.
- **Μπάλας, Γ.** (2007). *Προώθηση Πωλήσεων*, Εκδόσεις Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών.
- **Μπάλας, Γ.** (2008). *Μοντέλα Αποφάσεων Μάρκετινγκ*, Εκδόσεις Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών.
- **Παπασταθοπούλου, Π.** (2006). *Μάρκετινγκ Χρηματοοικονομικών και Ασφαλιστικών Υπηρεσιών*, ΕΠΕΑΕΚ II (Διεύρυνση της Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης) ΤΕΙ Κρήτης, Παράρτημα Αγίου Νικολάου, Τμήμα Χρηματοοικονομικής και Ασφαλιστικής.

5.IV.2 Πόσες εργασίες δημοσίευσαν τα μέλη ΔΕΠ/ΕΠ;

5.IV.2.1 Σε επιστημονικά περιοδικά με κριτές;

Ορισμένα από τα ακόλουθα δημοσιεύματα είναι σε κορυφαία περιοδικά με υψηλούς συντελεστές βαρύτητας (Impact Factor), όπως το *Journal of Applied Psychology* (I.F. 2,851), *Journal of International Business Studies* (I.F. 2,254), *Acta Psychologica* (I.F. 2,094), *British Journal of Psychology* (I.F. 1,641) και το *Journal of the Academy of Marketing Science* (I.F.1,463). Το μεγαλύτερο μέρος των υπολοίπων δημοσιευμάτων είναι σε υψηλού κύρους επιστημονικά περιοδικά, σύμφωνα με τους διεθνώς αναγνωρισμένους καταλόγους κατάταξης των περιοδικών που ισχύουν στους σχετικούς επιστημονικούς κλάδους.

Τα ονόματα των μελών του τμήματος, είναι τονισμένα και καθορίζουν την αλφαβητική σειρά που ακολουθείται.

- **Apospori, E., Nikandrou, I. and Panayotopoulou, L.** (2006) "Mentoring and Women's Career Advancement in Greece", *Human Resource Development International*, Vol. 9, pp. 509-528.
- **Apospori, E., Nikandrou, I., Brewster C. and Papalexandris N.** (2008) "HRM and Organizational Performance in Northern and Southern Europe" *International Journal of Human Resource Management*, (Financial Times Golden List), forth coming.
- **Argouslidis, P.C. and Baltas, G.** (2007) "Structure in Product Line Management: The Role of Formalization in Service Elimination Decisions", *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 35, No. 4, pp. 475-491.
- **Argouslidis, P.C.** (2008) "Determinants of the Speed of Elimination Decision-making in Financial Services", *Journal of Services Marketing*, forthcoming.

- **Avlonitis, G.** and **Indounas, K.** (2006) “How Are Prices Set? An Exploratory Investigation in the Greek Services Sector”, *Journal of Product and Brand Management*, Vol. 15, No. 3, pp. 203-213.
- **Avlonitis, G.** and **Indounas, K.** (2006) “Pricing Practices of Service Organizations”, *Journal of Services Marketing*, Vol. 20, No.5, pp 346-356.
- **Avlonitis, G.** and **Panagopoulos, N.** (2006) “Role Stress Attitudes and Job Outcomes in Business-to-Business Selling: Does the Type of Selling Situation Matter?”, *Journal of Personal Selling & Sales Management*, Vol. 26, No. 1, pp. 67-77.
- **Avlonitis, G.** and **Indounas, K.** (2007) “An empirical Examination of the Pricing Policies and their Antecedents in the Services Sector”, *European Journal of Marketing*, Vol. 41, No.7/8, pp. 740-764.
- **Avlonitis, G.** and **Indounas, K.** (2007) “Service Pricing: An Empirical Investigation”, *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol.14, No.1, pp. 83-94.
- **Avlonitis, G.** and **Panagopoulos, N.** (2007) “Exploring the Influence of Sales Management Practices on the Industrial Salesperson: A Multi-Source Hierarchical Linear Approach”, *Journal of Business Research*, Vol.60, No.7, pp. 765-775.
- **Avlonitis, G.** and **Salavou, H.** (2007) “Entrepreneurial Orientation of SMEs, Product Innovativeness and Performance”, *Journal of Business Research*, Vol.60, No.5, pp. 566-575.
- **Avlonitis, G.** and **Salavou, H.** (2008) “Product Innovativeness and Performance: A Focus on SMEs”, *Management Decision*, forthcoming.
- **Baltas, G.** (2007) “Econometric Models for Discrete Choice Analysis of Travel and Tourism Demand”, *Journal of Travel and Tourism Marketing*, Vol. 21, No.4, pp. 25-40.
- **Baltas, G.** and **Argouslidis, P.** (2007) “Consumer Characteristics and Demand for Store Brands,” *International Journal of Retail and Distribution Management*, Vol. 35, No. 5, pp. 328-341.
- **Baourakis, G., Baltas, G., Izmiryan, M.,** and **Kalogeras, N.** (2007) “Brand Preference: A Comparative Consumer Study in Selected EU Countries,” *Operational Research*, Vol. 7, No. 1, pp. 1-14.
- **Dimitriadis, S.** and **Stevens, E.** (2008) “Integrated Customer Relationship Management for Service Activities: An Internal/External Gap Model”, *Managing Service Quality*, forthcoming.
- **Dimitriadis, S.** and **Kyrezis, N.** (2008) “Does Trust in the Bank Builds Trust in its Technology-based Channels”?, *Journal of Financial Services Marketing*, forthcoming.
- **Galanaki, E.** and **Papalexandris, N.** (2007) “Internationalisation as a Determining Factor of HRM Outsourcing», *International Journal of Human Resource Management*, Vol. 18, No. 8, pp. 1557 – 1567.

- **Galanaki, E.**, Bourantas, D. and **Papalexandris, N.** (2008) “A Decision Model for Outsourcing Training Functions: Distinguishing Between Generic and Firm/job specific Training Content”, *International Journal of Human Resource Management*, forthcoming.
- **Gounaris, S.** (2006) “Measuring Internal Market Orientation in Services: Some Empirical Evidence”, *Journal of Business Research*, Vol.59, No. 4, pp. 432-448.
- **Gounaris, S.**, **Avlonitis, G.** and **Papastathopoulou, P.** (2006) “Uncovering the Keys to Successful Service Elimination: ‘Project ServDrop’”, *Journal of Services Marketing*, Vol. 20, No. 1, pp. 24-36.
- **Gounaris, S.**, **Tzempelikos, N.A.** and Chatzipanagiotou, K. (2007) “The relationships of customer-perceived value, satisfaction, loyalty and behavioral intentions”, *Journal of Relationship Marketing*, Vol. 6, No.1, pp. 63-87.
- Panigirakis, G., **Gounaris, S.** and Hatzipanayiotou, K. (2007) “Measuring the Effectiveness of Marketing Information Systems: An Empirically Validated Instrument”, *Marketing Intelligence and Planning*, Vol. 25, No. 6, pp. 612-631.
- **Gounaris, S.** (2008) “The Notion of Internal Market Orientation and Employee Job Satisfaction: Some Preliminary Evidence”, *Journal of Services Marketing*, Vol. 22, No. 1, pp. 68-90.
- **Gounaris, S.** and **Koritos, C.** (2008) “Innovation Attributes Framework and Consumer Personal Characteristics as Predictors of Internet Banking Adoption”, *Journal of Financial Services Marketing*, forthcoming.
- **Gounaris, S.**, **Dimitriadis, S.** and **Stathakopoulos, V.** (2008) “An Examination of the Effects of Service Quality and Satisfaction on Customers’ Behavioral Intentions in E-shopping”, *Journal of Services Marketing*, forthcoming.
- **Gounaris, S.** and **Koritos, C.** (2008) “Investigating the Drivers of Internet Banking Adoption: A Comparison of three Alternative Frameworks”, *International Journal of Bank Marketing*, forthcoming.
- **Gounaris, S.** and **Koritos, C.** (2009) “Person-place Congruency in Online Retail Contexts” *Journal of Business Research*, forthcoming.
- Rigopoulos, D., Gregoriou, S., Ifandi, A., Efstathiou, G., Georgala, S., **Halikias, J.** and Katsabas, A. (2006) “Coping with Acne: Beliefs and Perceptions in a Sample of Secondary School Greek Pupils”, *Journal of European Academy of Dermatology and Venereology*, Vol. 21, pp. 806-810.
- **Indounas, K.** (2006) “Making Effective Pricing Decisions”, *Business Horizons*, Vol. 49, No. 5, pp. 415-424.
- **Indounas, K.** (2008) “The Relationship between Pricing and Ethics in two Industrial Service Industries”, *Journal of Business and Industrial Marketing*, Vol. 23, No. 3, pp. 161-169.
- Dan Hong, Dickson, K., Chiu, W., Vincent, Y., Shen, S., Cheung, C. and **Kafeza, E.** (2007) “Ubiquitous Enterprise Service Adaptations Based on

- Contextual User Behavior”, *Information Systems Frontiers*, Vol. 9, No. 4, pp. 343-358.
- Patrick, C. K., Hung, Dickson, K. W., Chiu, W. W. Fung, William K. Cheung, Raymond Wong, Samuel P. M. Choi, **Kafeza E.**, James T. Kwok, Joshua C. C. Pun, Vivying S. Y. Cheng. (2007) “End-to-end Privacy Control in Service Outsourcing of Human Intensive Processes: A multi-layered Web Service Integration Approach”, *Information Systems Frontiers*, Vol. 9, No. 1, pp. 85-101.
 - Hung, P. C., Chiu, D. K., Fung, W. W., Cheung, W. K., Wong, R., Choi, S. P., **Kafeza, E.**, Kwok, J., Pun, J. C., and Cheng, V. S. (2007) “End-to-end Privacy Control in Service Outsourcing of Human Intensive Processes: A multi-layered Web Service Integration Approach”, *Information Systems Frontiers*, Vol. 9, No. 1, pp. 85-101.
 - Hong, D., Chiu, D. K., Shen, V. Y., Cheung, S. C., and **Kafeza, E.** (2007) “Ubiquitous Enterprise Service Adaptations based on Contextual User Behavior”, *Information Systems Frontiers*, Vol. 9, No. 4, pp. 343-358.
 - Chiu, D. K., Coi P.M., Wang M. and **Kafeza E.** (2008) “Towards Ubiquitous Communication Support for Distance Education with Alert Management”, *Journal of Educational Technology and Society*, Vol. 11, No. 2, pp.92-106.
 - **Karantinou, K.M.**, Hogg, M.K. and Lewis, B.R. (2006) “Changing Perspectives on Customer Behavior”, *Journal of Consumer Behavior*, Vol. 5, No. 2, pp. 97-101.
 - **Karantinou, K.M.** and Hogg, M.K. (2007) “Developing and Managing Relational Market-based Assets in Professional Services: Client Relationships in Management Consultancy”, *Marketing Management Journal (US)*, Vol. 17, No. 2, Fall, pp. 16-39.
 - **Karantinou, K.M.** and Hogg, M.K. (2008) “An Empirical Investigation of Relationship Development in Professional Business Activities”, *Journal of Services Marketing*, forthcoming.
 - **Katsikea, E.**, Theodosiou, M. and Morgan, R. (2007) “Managerial, Organizational and External Drivers of Sales Effectiveness in Export Market Ventures”, *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 35, No 2, pp. 270-283.
 - Theodosiou, M. and **Katsikea, E.** (2007) “How Management Control and Job-Related Characteristics Influence the Performance of Export Sales Managers”, *Journal of Business Research*, Vol. 60, No. 11, pp. 1261-1271.
 - Drossos, D., Giaglis, G. M., Lekakos, G., **Kokkinaki, F.** and **Stavraki, M.** (2007) “Determinants of effective SMS advertising: An experimental study”, *Journal of Interactive Advertising*, Vol. 7, No. 2, pp. 30-38.
 - Petrides, K. V., Pita, E. and **Kokkinaki, F.** (2007). The location of trait emotional intelligence in personality factor space, *British Journal of Psychology*, Vol. 98, No. 2, pp. 273-289.

- Sevdalis, N. and **Kokkinaki, F.** (2006) “The Differential Effect of Realistic and Unrealistic Counterfactual Thinking on Regret”, *Acta Psychologica*, Vol. 122, pp. 111-128.
- **Kokkinaki, F.** (2006) “The Global Deception Research Team: A World of Lies”, *Journal of Cross-Cultural Psychology*, Vol. 37, pp. 60-74.
- Sevdalis, N., **Kokkinaki, F.** and Harvey, N. (2008) “Anticipating a Regrettable Purchase: Implications of Erroneous Affective Forecasting for Marketing Planning. *Marketing Intelligence and Planning*, forthcoming.
- **Nikandrou, I.** and **Papalexandris, N.** (2007) “The Impact of M&A Experience on Strategic HRM Practices and Organizational Effectiveness: Evidence from Greek firms”. *Human Resource Management Journal*, Vol. 17, No. 2, pp. 99-121.
- **Nikandrou, I., Apospori, E., Panayotopoulou, L., Stavrou, E., and Papalexandris, N.** (2007). “Training and Firm Performance in Europe: A multi-Level Approach”, *International Journal of Human Resource Management*, (Financial Times Golden List), forthcoming.
- **Nikandrou, I., Panayotopoulou, L., and Apospori, E.** (2008) “Work-family Conflict and Career Advancement: Comparing Male and Female Managers”, *Journal of Managerial Psychology, Special Issue - Work and Family: multi-level perspectives*, forthcoming.
- **Nikandrou, I.** and **Papalexandris, N.** (2008) “Employee Responses to Acquisitions: Evidence from Greek Firms”, *Employee Relations*, forthcoming.
- **Nikandrou, I., Apospori, E., and Papalexandris, N.** (2008) “Organizational Training and Development in the European Context: A Longitudinal Comparative Study among Eighteen European Countries”, *European Journal of International Management*, forthcoming
- Buehrer, R. E., Oksanen-Ylikoski E., **Panagopoulos, N.** and Bolman-Pullins, E. (2008) “The State of Sales Research and Education in the European Union: An International Workshop and Creation of the Global Sales Science Institute”, *Journal of Selling and Major Account Management*, forthcoming.
- **Panagopoulos, N.** and **Avlonitis, G.** (2008) “Sales Force Control Systems: A Review of Measurement Practices and Proposed Scale Refinements”, *Journal of Personal Selling and Sales Management*, Vol. 28, No. 4, forthcoming.
- **Panagopoulos, N.** and **Dimitriadis, S.** (2008) “Transformational Leadership as a Mediator of the Relationship Between Behavior-Based Control and Salespeople’s Key Outcomes: An Initial Investigation”, *European Journal of Marketing*, forthcoming.
- **Panayotopoulou, L., Vakola, M.** and **Galanaki, E.** (2007) “E-HRM Adoption and the Role of HR: Evidence from Greece”, *Personnel Review*, Vol. 36, No. 2, pp. 277-294.

- **Papastathopoulou, P., Gounaris, S. and Avlonitis, G.** (2006) “Successful New-to-the-Market Versus ‘Me-Too’ Retail Financial Services: The Influential Role of Marketing, Sales, E.D.P./Systems and Operations”, *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 24, No 1, pp. 53-70.
- **Papastathopoulou P., Avlonitis G. and Panagopoulos, N.** (2007) “Intraorganizational Information and Communication Technology Diffusion: Implications for Industrial Sellers and Buyers”, *Industrial Marketing Management*, Vol. 36, pp. 322-336.
- **Papavassiliou, N.** (2008) “Fishery Products Distribution and Logistics in Greece”, *Journal of Food Products Marketing*, Vol. 14, No. 4, forthcoming.
- **Skarmeas, D.** (2006) “The Role of Functional Conflict in International Buyer-Seller Relationships: Implications for Industrial Exporters”, *Industrial Marketing Management*, Vol. 35, No.5, pp. 567-575.
- Robson, M.J., **Skarmeas, D.** and Spyropoulou, S. (2006) “Behavioral Attributes and Performance in International Strategic Alliances: Review and Future Directions”, *International Marketing Review*, Vol. 23, No. 6, pp. 585-609.
- **Skarmeas, D.** and Robson, M.J. (2008) “Determinants of Relationship Quality in Importer-Exporter Relationships”, *British Journal of Management*, Vol. 19, No. 2, pp. 171-184.
- **Skarmeas, D.** Katsikeas, C.S., Spyropoulou, S. and Salehi-Sangari, E. (2008) “Market and Supplier Characteristics Driving Distributor Relationship Quality in International Marketing Channels of Industrial Products”, *Industrial Marketing Management*, Vol. 37, No. 1, pp. 23-36.
- Katsikeas, C.S., **Skarmeas, D.** and Bello, D. (2008) “Developing Successful Trust-Based International Exchange Relationships,” *Journal of International Business Studies*, forthcoming.
- **Stathakopoulos, V., Theodorakis, I.** and Mastoridou, E. (2008) “Visual and Verbal Rhetoric in Advertising: The Case of Resonance”, *International Journal of Advertising*, forthcoming.
- Reed, J. and **Vakola, M.** (2006) “The Role of Training Needs Analysis in Organizational Change”, *Journal of Organizational Change Management*, Vol. 19 No.3, pp. 393-407.
- **Vakola, M.,** Soderquist, E. and Prastakos, G. (2007) “Competency Management in Support of Organizational Change, *International Journal of Manpower*, Vol. 28, No. 3, pp. 260-275.
- Nikolaou, I., Tomprou, M. and **Vakola, M.** (2008) “Individual’s Inducements and the Role of Personality: Implications for Psychological Contracts, *Journal of Managerial Psychology*, forthcoming
- Nikolaou, I., **Vakola, M.** and Bouradas, D. (2008) “Who Speaks up at Work? Dispositional Influences on Employees' Voice Behavior”, *Personnel Review*, forthcoming.

- Oreg, Sh., Bayazit, M., **Vakola, M.**, Arciniega, L., Armenakis, A., Barkauskiene, R., Bozionelos, N., Fujimoto, Y., González, L., Han, J., Hrebickova, M., Jimmieson, N., Kordacova, J., Mitsuhashi, H., Mlacic, B., Feric, I., Kotrla Topic, M., Ohly, S., Saksvik, P., Hetland, H., Saksvik, I., and van Dam, K. (2008) "Dispositional Resistance to Change: Measurement Equivalence and the Link to Personal Values across 17 Nations", *Journal of Applied Psychology*, Vol. 93, forthcoming.
- Nikolaou, I., Gouras, A., **Vakola, M.** and Bourantas, D. (2007) "Selecting Change Agents: Exploring Traits and Skills in a Simulated Environment", *Journal of Change Management*, Vol. 7, No. (3/4), pp. 291-313.

5.IV.2.2 Σε επιστημονικά περιοδικά χωρίς κριτές;

5.IV.2.3 Σε Πρακτικά επιστημονικών συνεδρίων με κριτές;

- **Apospori, E., Avlonitis, G.J.** and Zissouli, M. (2006) "Political Culture and Trust of Political Marketing: A Cross-Generational Comparison", *3rd International Political Marketing Conference*, Nicosia, Cyprus.
- **Apospori, E., Avlonitis, G.J.** and Zissouli, M. (2006) "Political Communication, Civic Participation and Voting Behavior in Greece", *20th World Congress of International Political Science Association*, Fukuoka, Japan.
- **Apospori, E.**, Zissouli M. and **Avlonitis, G.J.** (2007) "Political Marketing Actions and Effective Leadership: The Case of Athens 2006 Municipal Elections", *4th International Political Marketing Conference*, Bucharest, Romania.
- **Apospori, E. Nikandrou, I., Panayotopoulou, L. and Rafailidou, M.** (2007) "Work-family Conflict from a Multi-level Perspective: Comparing Female and Male Managers", *2nd International Conference on Work-Family Conflict*, Barcelona, Spain.
- **Apospori, E.**, Zissouli, M. and **Avlonitis, G.J.** (2007) "Municipal Elections and Political Marketing Actions: The Case of Athens 2006", *The Annual Political Studies Association Conference*, Bath, UK.
- **Apospori, E., Nikandrou, I. and Papalexandris, N.** (2007) "Changes and Trends in Strategic Human Resource Management in Greece", *IHRM Conference*, Tallinn, Estonia.
- **Apospori, E.** (2008) "Individual Career Strategies and WFC: The Organizational Culture Matters", *Academy of Management Conference*, Anaheim, USA.
- **Apospori, E.** and **Papalexandris N.** (2008) "HRM: Convergence, Divergence, or a Middle of the Road (MOR) Approach?" (Best Papers Proceedings), *Academy of Management Conference*, Anaheim, USA.

- **Apospori, E., and Papalexandris, N.** (2008) "Work-place Bullying and Organizational Culture: A Multi-level Approach", *6th International Workplace Bullying Conference*, Montréal, Canada.
- **Apospori, E., Zissouli, M., Avlonitis, G.J.** (2008) "Voters' Perceptions of Political Marketing, Civic Culture and Voting Criteria" *5th International Political Marketing Conference*, Manchester, UK.
- Markaki, E. and **Apospori, E.** (2008) "The Case of Alexis Tsipras: Political Personality, Collective Identity and Political Marketing", *5th International Political Marketing Conference*, Manchester, UK.
- **Argouslidis, P.C., Baltas G.** and Lodorfos G. (2007) "How Fast Can Financial Firms Withdraw a Product from the Line? The Effects of Selected Product Characteristics", *Academy of Marketing Conference*, London, UK.
- **Argouslidis, P.C., Baltas, G.** and **Papavassiliou, N.** (2007) "Determinants of Decision Speed in Product Line Pruning: An Empirical Study", *European Marketing Academy Conference*, Reykjavik, Iceland.
- **Argouslidis, P.C., Baltas, G.** and **Indounas, K.** (2008) "Retrospective Assessment of Decisions to Prune the Product Line: Evidence from the UK Financial Services Sector", *Academy of Marketing Conference*, Aberdeen, UK.
- **Argouslidis, P.C., Indounas, K., Baltas, G.** and Mavrommatis A. (2008) "Exploring the Role of Relationship Pricing in Industrial Export Settings: Empirical Evidence from the UK", *American Marketing Association Conference (Summer)*, San Diego, California.
- **Avlonitis, G.** and Athanassopoulou, P. (2006) "Marketing Strategies for Successful Brand Extensions: A Preliminary Investigation", *European Marketing Academy Conference*, Athens, Greece.
- **Avlonitis, G., Gounaris, S.** and **Papastathopoulou, P.** (2006) "Information and Communication Technologies' Adoption: Scenarios for Success and Failure", *American Marketing Association Conference (Summer)*, Chicago, USA
- **Avlonitis, G.** and Salavou, H. (2006) "Product Innovativeness and Performance in SMEs", *European Marketing Academy Conference*, Athens, Greece.
- **Avlonitis, G.** and **Panagopoulos, N.** (2006) "Sales Organization Effectiveness: Does the Use of Internet Matter?", *European Marketing Academy Conference*, Athens, Greece.
- **Avlonitis, G.** and **Panagopoulos, N.** (2006) "Measuring the Sales Force Control System: A Critical Evaluation of the Cravens et al. (1993) Measurement Scale", *American Marketing Association Conference (Summer)*, Chicago, U.S.A.

- **Avlonitis, G. and Panagopoulos, N.** (2007) "Sales Management Research in Greece in the New Millennium", *New Horizons in Selling & Sales Management*, Orlando, Florida, USA.
- **Avlonitis, G. and Indounas, K.** (2007) "New Product Pricing Strategies and their Antecedents in the Japanese Industry", *European Marketing Academy Conference*, Reykjavik, Iceland
- **Avlonitis, G. and Giannopoulos, A.** (2007) "A Triangular Concept Applied to the Tourism Industry: Proposing an Integrative Exploration of the Linkages between Internal Market Orientation, External Market Orientation and Organizational Performance", *Strategic Developments in Services Marketing Conference*, Chios, Greece.
- **Avlonitis, G. and Giannopoulos, A.** (2007) "The Triangular Concept of Internal Market Orientation, External Market Orientation and Organizational Performance: a Proposed Integrative Study Applied to the Tourism Industry", *10th Toulon-Verona Conference*, Thessalonica, Greece.
- **Avlonitis, G. and Rizomyliotis, I.** (2007) "An Exploratory Study of the Factors Influencing the Successful Outcome of Industrial Print Ad Campaigns", *European Marketing Academy Conference*, Reykjavik, Iceland.
- **Avlonitis, G. and Lionakis, C.** (2007) "An Exploratory Investigation of the Impact of Marketing And Sales Cooperation on Company Performance", *European Marketing Academy Conference*, Reykjavik, Iceland.
- **Avlonitis, G. and Lionakis, C.** (2008) "How Can We Reduce the Conflicts Between the Sales and Marketing Departments?", *Global Sales Science Institute Conference*, Athens, Greece.
- **Avlonitis, G., Lionakis, C. and Skouras, T.** (2008) "Marketing and Sales Conflict: Does it Really Matter?", *European Marketing Academy Conference*, Brighton, UK.
- **Bikou, D., Baltas, G. and Baourakis, G.** (2006) "Consumer Attitudes Towards Nutrition Labelling," *Seminar of the European Association of Agricultural Economists*, MAICH, Greece.
- **Baltas, G., Argouslidis, P. and Skarmeas, D.** (2006) "Exploring Heterogeneity in Store Brand Preferences: A Survey," *Recent Advances in Retailing and Services Science Conference*, Budapest, Hungary.
- **Baltas, G., Argouslidis, P. and Skarmeas, D.** (2007) "The Use of Store Portfolios by Supermarket Customers: An Empirical Study," *American Marketing Association Conference (Summer)*, Washington, USA.
- **Baltas, G. and Saridakis C.** (2008) "Brand and Segment Heterogeneity: Implications for Car Prices," *Academy of Marketing Conference*, Aberdeen, UK.
- **Dimitriadis, S. and Kyrezis N.** (2006) "The Role of Trust in Use Intentions of Innovative Bank Channels", *European Marketing Academy Conference*, Athens, Greece.

- **Dimitriadis, S. and Kyrezis N.** (2007) “Antecedents of Trust in Technology-based Bank Channels”, *Strategic Developments in Services Marketing Conference*, Chios, Greece.
- Stevens, E. and **Dimitriadis, S.** (2007) “An Integrated Perspective for CRM in Service Activities: An Internal/external Gap Model”, *Strategic Developments in Services Marketing Conference*, Chios, Greece.
- **Dimitriadis, S. and Kyrezis N.** (2007) “Transferring Trust from the Company to its Channels: The Case of Technology-based Bank Channels”, *European Marketing Academy Conference*, Reykjavik, Iceland.
- Stevens, E. and **Dimitriadis, S.** (2007) “Antecedents of the Relationship Expectations in the Bank Sector: Proposal of a Measurement Procedure”, *4th Research Conference on Relationship Marketing and CRM*, Brussels, Belgium.
- **Dimitriadis, S.** (2008) “Developing Salespeople Competencies Through Training: The European B2B Sales Institute Initiative”, *Global Sales Science Institute Conference*, Athens, Greece.
- **Galanaki, E. and Papalexandris, N.** (2006) “A Decision Model for Outsourcing of Training Functions: Distinguishing Among Generic and Firm- or Job- Specific Training Content”, *21st Strategic HRM Workshop*, EIASM, Birmingham, UK.
- **Galanaki, E. and Papalexandris, N.** (2006) “A Decision Model for Outsourcing of Recruitment and Selection”, *Thirteenth Annual International Conference on Advances in Management*, ISCTE, Lisbon, Portugal.
- **Galanaki, E. and Papalexandris, N.** (2006) “Effects of CEO Leadership Patterns on Commitment, Effectiveness, Motivation and Satisfaction: A distinction among Entrepreneurial and Established Firms”, *Thirteenth Annual International Conference on Advances in Management*, Lisbon, Portugal.
- **Gounaris, S. and Tzempelikos, N.** (2006) “Modeling the Relationship between Customer-perceived Value, Satisfaction, Loyalty and Behavioral Intentions”, *European Marketing Academy Conference*, Athens, Greece.
- **Gounaris, S. and Tzempelikos, N.** (2007) “Key Account Management Effectiveness – A Pilot Relationship Marketing Perspective”, *European Marketing Academy Conference*, Reykjavik, Iceland.
- **Gounaris, S. and Koritos, C.** (2007) “Using the Extended Innovation Attributes Framework and Consumer Personal Characteristics as Predictors of Internet Banking Adoption”, *Strategic Developments in Services Marketing Conference*, Chios, Greece.
- **Gounaris S. and Tzempelikos N.** (2008) “Criteria for Identifying Key Accounts and Business Performance: Are they linked?” *European Marketing Academy Conference*, Brighton, UK.
- **Gounaris S. and Kostopoulos G.** (2008) “An Empirical Investigation of the Path from Service Blueprinting Formality to Service Encounter Effectiveness.

Some Preliminary Findings”, *European Marketing Academy Conference*, Brighton, UK.

- **Gounaris S.** and **Kostopoulos G.** (2008) “An Empirical Investigation of the Path from Service Blueprinting Formality to Perceived Service Quality.” *Frontiers in Services 17th Annual Conference, American Marketing Association and Center for Excellence in Services*, Washington, USA.
- **Gounaris, S.** and **Tzempelikos, N.** (2008) “Success Factors in Key Account Management: An Empirical Study”, *Global Sales Science Institute Conference*, Athens, Greece.
- **Indounas, K., Avlonitis, G.** and Haghirian, P. (2007) “New Product Pricing Strategies and their Antecedents in the Japanese Industry”, *European Marketing Academy Conference*, Reykjavik, Iceland.
- Vidalis, M., Lympelopoulou, C. and **Indounas, K.** (2007) “Coordinated Optimal Pricing to Maximize Total Profits Within a Supply Chain Constituted by Two or More Members”, *Strategic Developments in Services Marketing Conference*, Chios, Greece.
- Chiu K. W., Hong Dan, Cheung S. C. and **Kafeza E.** (2006) “Adapting Ubiquitous Enterprise Services with Context and Views”, *IEEE International EDOC Conference*.
- Chiu K. W., Hung C. K., Cheng S. Y. and **Kafeza E.** (2006) “Protecting the Exchange of Document Images in Cross-Enterprise Process Integration with Web Services”, *EDOC Workshops*.
- **Kafeza E.**, Chiu K. W., Karlapalem K. (2006) “Improving the Response Time of Business Processes: An Alert-Based Analytical Approach”, *International Conference on System Sciences, HICSS*, Hawaii, USA.
- **Kafeza E.**, Chan Wai-Hon. and Kafeza I. (2006) “Legal Issues in Web Contracting”, *IASTED Conference on Software Engineering*.
- Chiu K. W., Hung C. K., Cheng S. Y. and **Kafeza E.** (2007) “Protecting the Exchange of Medical Images in Healthcare Process Integration with Web Services”, *International Conference on System Sciences*, Hawaii, USA.
- Chiu K. W., Hong Dan, Cheung S. C. and **Kafeza E.** (2007) “Towards Ubiquitous Government Services through Adaptations with Context and Views in a Three-Tier Architecture”, *International Conference on System Sciences*, Hawaii, USA.
- Kafeza I. and **Kafeza E.** (2007) “Legal Issues in Grid Collaborative Environments”, International Workshop on Trusted Collaboration, στα πλαίσια του International Conference on Collaborative Computing, Networking, Applications and Worksharing, *CollaborateCom*.
- Kafeza I. and **Kafeza E.** (2008) “Legal Issues in Interoperability of Large Systems that Cut across Organizational and National Boundaries”, *IEEE International Conference on Composition-Based Software Systems, ICCBSS, Diagnosis and Prognosis of Interoperability Challenges*, MITRE Corporation.

- Zorotheos A. and **Kafeza E.** (2008) "Users' Perceptions on Privacy and their Intention to Transact Online: A Study on Greek Internet Users", *Academy of Marketing Conference*, Brighton, UK.
- **Karantinou, K.M.** and Gong, Y. (2006) "Relationships in Consultancy: Developing a Sustainable Competitive Advantage", *European Marketing Academy Conference*, Athens, Greece.
- **Karantinou, K.M.** and Hogg, M.K. (2007) "Unpredictable Disadvantages of Relationship Development", *European Marketing Academy Conference*, Reykjavik, Iceland.
- **Karantinou, K.M.** and Hogg, M.K. (2007) "What is the Real Value of Relationships? Assessing the Benefits and Costs of Relationships in Consultancy", *Academy of Marketing Conference*, London, UK.
- Lewis, B.R., **Karantinou, K.M.** and Soureli, M. (2007) "Factors that Affect Consumers' Cross-buying Intention: A Model for Financial Services", *Strategic Developments in Services Marketing Conference*, Chios, Greece.
- Theodosiou, M. and **Katsikea E.** (2007) "An Empirical Investigation of the Antecedents and Consequences of Export Sales Manager Organizational Commitment", *American Marketing Association Conference (Winter)*, San Diego, Kalifornia.
- **Katsikea, E.**, Theodosiou, M., Perdikis, N. and Kehagias, J. (2007) "Antecedents and Consequences of Sales Management Control in SMEs Exporters", *European Marketing Academy Conference*, Reykjavík, Iceland.
- Rigopoulou, I., Tsiotsou, R., Kehagias, J. and **Katsikea, E.** (2008) "Store-choice Criteria and Satisfaction on the Development of Shopping Orientation Segments", *Academy of Marketing Conference*, Aberdeen, UK.
- Theodosiou, M and **Katsikea, E.** (2008) "An Empirical Investigation of the Antecedents and Consequences of Export Information Behavior", *Academy of International Business Conference*, Milan, Italy.
- **Katsikea, E.** (2008) "Factors Influencing Export Sales Organization Effectiveness: Implications for Export Management", *Global Sales Science Institute Conference*, Athens, Greece.
- Sevdalis, N., **Kokkinaki, F.** and Koutsavgousti, G. (2007) "Spontaneous Unrealistic Counterfactual Thinking and Decision-related Affect", *21st Subjective Probability, Utility and Decision Making Conference of the European Association of Decision Making*, Warsaw, Poland.
- **Koritos, C.**, **Gounaris, S.** and **Papastathopoulou, P.** (2007) "The Role of Innovation Attributes on Consumers Decision to Adopt Internet Banking Services", *European Marketing Academy Conference*, Reykjavik, Iceland.
- Koutroupis, T., **Kokkinaki, F.**, Kolletis, G. and Petrides, K. V. (2006) "The Role of Emotional Intelligence in Conflict Management and Negotiation", *European Association of Personality Psychology Conference*, Athens, Greece.

- **Kriona A., Evagelatos A., and Constantopoulou M.,** (2007) “New Communication Skills of the Instructor and their effect on the Quality of Effective Learning”, 4th International Conference in Open and Distance Learning, Athens, Greece.
- **Panagopoulos, N. G.** (2007) “Engaging Businesses in Sales Education”, The State of Sales Research & Education in the European Union: An International Workshop, HAAGA-HELIA University of Applied Sciences, Helsinki, Finland.
- **Panagopoulos, N. G.** (2007) “EUBBSI”, The State of Sales Research & Education in the European Union: An International Workshop, HAAGA-HELIA University of Applied Sciences, Helsinki, Finland.
- **Panagopoulos, N. G. and Dimitriadis S.** (2007) “Assessing the Impact of Transformational Leadership and Behavior-Based Control on Salesperson Performance, Satisfaction, and Commitment”, *European Marketing Academy Conference*, Reykjavik, Iceland.
- **Panagopoulos, N. G.** (2008) “Customer-Centric Sales Culture in Sales Organizations: On its Measurement and Impact on Sales Performance”, *American Marketing Association Conference, (Winter)*, Texas, U.S.A.
- **Panagopoulos, N. G. and Avlonitis G. J.** (2008) “Sales Strategy and its Impact on Sales Force Performance: An Empirical Test”, *2nd Biennial Conference on Enhancing Sales Force Productivity*, Kiel, Germany.
- **Panagopoulos, N. G. and Avlonitis, G.J.** (2008) “Sales Strategy and its Impact on Firm Performance”, *Global Sales Science Institute Conference*, Athens, Greece.
- **Panayotopoulou, L., Nikandrou, I. and Papalexandris, N.** (2007) “HRM and Firm Performance in the Competing Values Framework”, *9th International Human Resources Management Conference*, Tallinn, Estonia.
- **Papalexandris, N.** (2006) “Labour Flexibility in Greek SMEs”, *14th World Congress of the International Industrial Relations Association*, Lima Peru.
- **Papalexandris, N.** (2006) “Succession Planning and Leadership Development”, *National HR Development Network Conference*, New Delhi, India.
- **Papalexandris, N. and Galanaki, E.** (2007) “Leadership Styles and Acceptance of Female Managers in Greece: Fifteen years after”. *9th Conference on International Human Resource Management*, Tallinn, Estonia.
- Alas, R., **Papalexandris, N., Niglas K. and Galanaki E.** (2007) “Managerial Values and Employee Commitment in a Cultural Context”. *Academy of Management Conference*, Philadelphia, USA.
- Alas, R., **Papalexandris, N., Niglas K. and Galanaki E.** (2007) “Managerial Values and Employee Commitment in a Cultural Context”. *5th International Conference of the Iberoamerican Academy of Management*, Santo Domingo, Dominican Republic.

- **Papastathopoulou, P.** (2007) “Training, Vendor Support and ERP User Acceptance: The Role of Self-efficacy”, *Strategic Developments in Services Marketing Conference*, Chios, Greece.
- **Papastathopoulou, P.** and **Gounaris, S.** (2007) “Organizational Antecedents of ERP User Acceptance”, *European Marketing Academy Conference*, Reykjavik, Iceland.
- **Papastathopoulou, P.** (2008) “Factors Motivating People towards Unrelated Bone Marrow Donation: An Exploratory Study in Europe», *Academy of World Business Marketing and Management Development Conference*, Rio de Janeiro, Brazil.
- **Papastathopoulou, P.** (2008) “Knowledge, Attitude and Likelihood to Donate Bone Marrow: A Social Marketing Exercise», *European Marketing Academy Conference*, Brighton, UK.
- **Papavassiliou, N.** and **Gounaris, S.** (2007) “Problems of the Distribution and Logistics System in the Fishery Sector in Greece”, *The 14th International EAERCD Conference on Research in the Distribution Trades*, Saarbuecken, Germany.
- **Papavassiliou, N., Papastathopoulou, P., Avlonitis, G.** and **Gounaris, S.** (2007) “Linking Different Types of ICT Adoption Conditions to their Performance Outcome”, *European Marketing Academy Conference*, Reykjavik, Iceland.
- **Psiloutsikou, M.** and **Papadakis, V.** (2008) “Dual Strategy as a Response to the Disruption of the Internet: In Search of Synergistic Benefits”, *Academy of Management Conference*, Anaheim, California.
- **Bello, D.C., Katsikeas, C.S.** and **Skarmeas, D.** (2006) “An Investigation of the Power-Performance Relationship in International Buyer-Seller Exchanges”, *American Marketing Association Conference (Winter)*, St. Petersburg, Florida.
- **Skarmeas, D.** (2006) “On Relationship Quality in Cross-border Marketing Channels”, *European Marketing Academy Conference*, Athens, Greece.
- **Skarmeas, D.** and **Katsikeas, C.S.** (2006) “Drivers of Relationship Quality in Exporter-Foreign Distributor Relationships”, *Consortium for International Marketing Research Annual Meeting*, Istanbul, Turkey.
- **Skarmeas, D., Robson, M.** and **Toon, M.** (2007) “An Empirical Investigation of an Importer’s Intention to Continue its Relationship with its Foreign Supply Source”, Reykjavik, Iceland.
- **Skarmeas, D., Baltas, G.** and **Papastathopoulou P.** (2008) “Building Cross-National Interfirm Relationship Quality,” *Academy of World Business Marketing and Management Development Conference*, Rio de Janeiro, Brazil.
- **Skouras, T.** (2006) “Industrialization and its Effects under Different Socio-political Regimes”, *EAPE Conference*, Istanbul, Turkey.

- **Skouras, T.** (2007) “Industrialization Problems under Central Planning and Parliamentary Democracy”, *Developments in Economic Theory and Policy Conference*, Bilbao, Spain.
- **Stathakopoulos, V.** (2008) “Sales Management Education: The Case of Greece”, *Global Sales Science Institute Conference*, Athens, Greece.
- Oreg, Sh. and **Vakola, M.** (2007) “Employees’ Reactions to Organizational Change: A Review of Empirical Findings”, *Academy of Management Conference*, Philadelphia, USA.
- Oreg, Sh., Bayazit, Armenakis, M., Ac., Barkauskiene, R., Bozionelos, N., Gonzales-Fernandez, L., Feric I., Fujimoto, Y., Han, J., Hetland, H., Hrebickova, M., Mitsunashi, H., Mlacic, B., Ohly, S., Saksvik P., Srinivas, E., **Vakola M.** and Van Dam. (2007) “Dispositional Resistance to Change Across Cultures”, *Academy of Management Conference*, Philadelphia, USA.
- Papalexadhris, A., **Vakola, M.** and Prastacos, G. (2007) “Workplace Olympics: Inspiring Great Performance through Fundamental Values in Use”, *Academy of Management Conference*, Philadelphia, USA.

5.IV.2.4 Σε Πρακτικά επιστημονικών συνεδρίων χωρίς κριτές;

5.IV.3 Πόσα κεφάλαια δημοσίευσαν τα μέλη ΔΕΠ/ΕΠ του Τμήματος σε συλλογικούς τόμους;

Τα μέλη ΔΕΠ του τμήματος συμμετείχαν με άρθρα σε συλλογικούς τόμους/βιβλία, στις κάτωθι εκδόσεις:

- **Apospori, E., Avlonitis, G.J.** and Zissouli, M. «Political Culture and Trust of Political Marketing: A Cross-Generational Comparison In *Cultural Issues and Current Trends*, Haworth Press.
- **Αυλωνίτης, Γ., Γούναρης, Σ., και Παπαβασιλείου, Ν.** (2009) «Μάρκετινγκ Βιομηχανικών Αγορών και Διοίκηση Πωλήσεων», εκδόσεις ΕΑΠ.
- **Βακόλα, Μ.** (2007) «Διοίκηση Αλλαγών: Έχουν Ρόλο οι Γυναίκες και Ποιες Επιπτώσεις Υφίστανται»; Βακόλα, Μ. και Αποσπύρη, Ελ. (Επιμ.), Γυναίκες και Διοίκηση Επιχειρήσεων: Εμπόδια, Μύθοι και Προσδοκίες, Σιδέρης: Αθήνα.
- Πηλαβάκη-Αχιλλέως, Α. και **Βακόλα, Μ.** (2007) «Αίτια Επιπτώσεις και Τρόποι Αντιμετώπισης της Σεξουαλικής Παρενόχλησης στον Εργασιακό Χώρο», Βακόλα, Μ. και Αποσπύρη, Ελ. (Επιμ.), Γυναίκες και Διοίκηση Επιχειρήσεων: Εμπόδια, Μύθοι και Προσδοκίες, Σιδέρης: Αθήνα.
- **Galanaki, E.** and **Panayotopoulou, L.** (2008) “Adoption of E-HRM in Europe’. Υπό έκδοση, in *Encyclopedia of HRIS: Challenges in e-HRM*”, Idea Group Inc.
- Katsikeas, C.S., Goode, M.H. and **Katsikea, E.** (2000) “Sources of Power in International Marketing Channels”, in *International Marketing: Modern and Classic Papers*, (2008), edited by Paliwoda, S.J. and Ryans, J.K.Jr., Edward Elgar Publishing, UK.

- **Kafeza, E.** Intellectual Property Protection in Multimedia Grids, κεφάλαιο 20, IGI Global, publisher of Information Science Reference (ISR).
- Kafeza I. and **Kafeza E.** “Intellectual Property Rights in Multimedia Grids”, Intellectual Property Protection for Multimedia Information Technology, edited by: Hideyasu Sasaki, Publisher: Information Science Reference.
- **Nikandrou, I., Cunha, R., and Papalexandris, N.** (2006) “HRM in Europe and Organizational Success/Performance”, in Larsen, H.H., and Mayrhofer, W., Human Resource Management in Europe, Routledge, Abingdon, Oxon.
- **Νικάνδρου, Ε. και Παναγιωτοπούλου, Λ.** (2008) Άνδρες και Γυναίκες Μάνατζερ: Σε τι διαφέρουν τελικά;. στον τόμο Βακόλα & Αποσπύρη (eds) «Γυναίκες και Διοίκηση Επιχειρήσεων: Εμπόδια, Μύθοι και Προσδοκίες», κεφ. 4., Αθήνα: Σιδέρης.
- **Παπαβασιλείου, Ν.** (2008) «Αποτελεσματική Οργάνωση των Logistics στο Χώρο της Διανομής των Προϊόντων με τη Χρήση Νέων Τεχνολογιών: Μια Θεωρητική Προσέγγιση», Τιμητικός Τόμος για τον Καθηγητή κ. Πέτρο Λίβα, Πανεπιστήμιο Πειραιώς, (υπό έκδοση)
- **Papavassiliou, N.** “Export Marketing in a Greek Medium-sized Company”, Fallstudien zum Internationalen Management, Dritte Auflage, Zentes J. und Swoboda, B. (Hrsg.), Verlag Dr. Th. Gabler, Wiesbaden, Germany.
- **Papalexandris, N.** (2007) “Greece: From Ancient Myths to Modern Realities”, Chapter 21 in *Culture and Leadership Across the World: The Globe Book of In-Depth Studies of 25 Societies*, edited by Chhokar, J., S., Brodbeck, F.V., House, R.J., Lea’s Organization and Management Series.
- **Psiloutsikou, M., Constantopoulou, M., Papadakis, V. and Skouras, T.** (2006) “The Various Roles of Electronic Newspapers in Relation to the Print Industry and the Five Forces of Competition Model”, *The Impact of Internet on the Mass Media in Europe*, Leandros N. (ed), Abramis-Arima Publishers.
- **Σκούρας, Α.** (2007) «Ποιότης της πανεπιστημιακής εκπαίδευσης, “διευκολύνσεις” και αξία του πτυχίου» στον τόμο Βερέμης Θάνος και Παπαζήσης Βίκτωρ (επιμέλεια) *Διάλογος για την Τριτοβάθμια Εκπαίδευση*, Εκδόσεις Παπαζήσης.

- 5.IV.4 *Πόσες άλλες εργασίες (π.χ. βιβλιοκρισίες) δημοσίευσαν τα μέλη του ακαδημαϊκού προσωπικού του Τμήματος;*
- 5.IV.5 *Πόσες ανακοινώσεις σε επιστημονικά συνέδρια που δεν εκδίδουν Πρακτικά έκαναν τα μέλη του ακαδημαϊκού προσωπικού του Τμήματος;*

5.IV.5.1 Σε συνέδρια με κριτές

5.IV.5.2 Σε συνέδρια χωρίς κριτές

5.V Αναγνώριση της έρευνας που γίνεται στο Τμήμα από τρίτους.¹⁹

- 5.V.1 *Πόσες ετεροαναφορές (citations) υπάρχουν σε δημοσιεύσεις μελών ΔΕΠ/ΕΠ του Τμήματος;*

Αριθμός ετεροαναφορών (citations) που υπάρχουν σε δημοσιευμένες εργασίες, συνολικά και όχι για την τελευταία 5ετία 1.107

- 5.V.2 *Πόσες αναφορές του ειδικού ή του επιστημονικού τύπου έγιναν σε ερευνητικά αποτελέσματα μελών ΔΕΠ/ΕΠ του Τμήματος κατά την τελευταία διετία;*

Αριθμός αναφορών του ειδικού ή του επιστημονικού τύπου που έγιναν σε ερευνητικά αποτελέσματά κατά την τελευταία 5ετία. 199

- 5.V.3 *Πόσες βιβλιοκρισίες για βιβλία μελών ΔΕΠ/ΕΠ του Τμήματος έχουν δημοσιευθεί σε επιστημονικά περιοδικά;*

Αριθμός κρίσεων για βιβλία που έχουν δημοσιευθεί σε επιστημονικά περιοδικά (book reviews), συνολικά και όχι για την τελευταία 5ετία 7

¹⁹ Πολλές από τις ερωτήσεις αυτές μπορούν να απαντηθούν συγκεντρωτικά συμπληρώνοντας τον Πίνακα 7.12.

5.V.4 *Πόσες συμμετοχές μελών ΔΕΠ/ΕΠ του Τμήματος σε επιτροπές επιστημονικών συνεδρίων υπήρξαν κατά την τελευταία πενταετία; Να γίνει διάκριση μεταξύ ελληνικών και διεθνών συνεδρίων.*

5.V.5 *Πόσες συμμετοχές μελών ΔΕΠ/ΕΠ του Τμήματος σε συντακτικές επιτροπές επιστημονικών περιοδικών υπάρχουν; Να γίνει διάκριση μεταξύ ελληνικών και διεθνών περιοδικών.*

Αριθμός συμμετοχών σε συντακτικές επιτροπές (editorial boards) διεθνών επιστημονικών περιοδικών, συνολικά και όχι για την τελευταία 5ετία 28

Αριθμός συμμετοχών σε συντακτικές επιτροπές (editorial boards) ελληνικών επιστημονικών περιοδικών, συνολικά και όχι για την τελευταία 5ετία 5

5.V.6 *Πόσες προσκλήσεις μελών ΔΕΠ/ΕΠ του Τμήματος από άλλους ακαδημαϊκούς / ερευνητικούς φορείς για διαλέξεις/παρουσιάσεις κλπ. έγιναν κατά την τελευταία πενταετία;*

Αριθμός προσκλήσεων από άλλους ακαδημαϊκούς / ερευνητικούς φορείς για διαλέξεις / παρουσιάσεις κατά την τελευταία 5ετία. 126

5.V.7 *Πόσα μέλη ΔΕΠ/ΕΠ του Τμήματος και πόσες φορές έχουν διατελέσει κριτές σε επιστημονικά περιοδικά;*

Αριθμός φορών που τα μέλη ΔΕΠ έχουν διατελέσει κριτές σε διεθνή επιστημονικά περιοδικά (ad hoc reviewing), συνολικά και όχι για την τελευταία 5ετία. 280

5.VI Ερευνητικές συνεργασίες του Τμήματος.

5.VI.1 *Υπάρχουν ερευνητικές συνεργασίες και ποιες;*

5.VI.1.1 *Με άλλες ακαδημαϊκές μονάδες του ιδρύματος;*

Υπάρχουν μέλη ΔΕΠ που συνεργάζονται ερευνητικά με συναδέλφους που βρίσκονται σε άλλες ακαδημαϊκές μονάδες του ιδρύματος ή φορείς και ιδρύματα του εσωτερικού. Ωστόσο, αυτές οι συνεργασίες πραγματοποιούνται στα πλαίσια ατομικών πρωτοβουλιών και όχι επίσημων θεσμοθετημένων συνεργασιών.

5.VI.1.2 *Με φορείς και ιδρύματα του εσωτερικού;*

Η Ελληνική Ακαδημία Μάρκετινγκ και το Ινστιτούτο Επικοινωνίας είναι δύο φορείς με τους οποίους υπάρχει μόνιμη στενή συνεργασία.

5.VI.1.3 Με φορείς και ιδρύματα του εξωτερικού;

Στα πλαίσια του τμήματος λειτουργεί το Εργαστήριο Επιχειρησιακής Επικοινωνίας και Διοίκησης Ανθρώπινων Πόρων. Το εργαστήριο έχει αναλάβει μέχρι τώρα ερευνητική δραστηριότητα που περιλαμβάνει μεταξύ των άλλων τα ακόλουθα:

Συμμετοχή στο Ευρωπαϊκό Πρόγραμμα FOCUS, για τη μελέτη του Οργανωσιακού Κλίματος και της Οργανωτικής Κουλτούρας. Συμμετοχή στο Διεθνές Πρόγραμμα GLOBE, για τη μελέτη της Οργανωσιακής Συμπεριφοράς και των Μορφών Ηγεσίας με συντονιστή την Wharton School of Business. University of Pennsylvania. Συμμετοχή σε συγκριτική έρευνα με θέμα: Διοίκηση Ανθρώπινων Πόρων στις Ευρωπαϊκές Χώρες, η οποία διεξάγεται σε 20 ευρωπαϊκές χώρες με συντονισμό του Πανεπιστημίου του Cranfield της Μεγάλης Βρετανίας.

5.VII Διακρίσεις και βραβεία ερευνητικού έργου που έχουν απονεμηθεί σε μέλη του Τμήματος.

5.VII.1 Ποια βραβεία ή/και διακρίσεις έχουν απονεμηθεί σε μέλη ΔΕΠ/ΕΠ του Τμήματος;

5.VII.1.1 σε επίπεδο ακαδημαϊκής μονάδας;

Βραβείο Διδακτικής Αριστείας.

5.VII.1.2 σε επίπεδο ιδρύματος;

Τρία μέλη του τμήματος έχουν εκλεγεί και υπηρετήσει ως Αντιπρυτάνεις (εκ των οποίων οι δύο έχουν διατελέσει πρόεδροι του Κέντρου Έρευνας).

5.VII.1.3 σε εθνικό επίπεδο;

Προεδρία Ελληνικής Ακαδημίας Μάρκετινγκ.

Μέλος της Βουλής των Ελλήνων ως Βουλευτής Επικρατείας.

Πρόεδρος του Εθνικού Κέντρου Δημόσιας Διοίκησης.

Διευθυντής ΚΕΠΕ.

5.VII.1.4 σε διεθνές επίπεδο;

Προεδρία της European Marketing Academy.

Councillor of the Royal Economic Society.

Μέλος της Επιτροπής Οικονομικής Επιστήμης και της Επιτροπής Κοινωνικών Επιστημών του Council of National Academy Awards (Μεγάλη Βρετανία).

Fellow of the British Institute of Management.

5.VII.2 Ποιοι τιμητικοί τίτλοι (επίτιμοι διδάκτορες, επισκέπτες καθηγητές, ακαδημαϊκοί, αντεπιστέλλοντα μέλη ακαδημιών κλπ). έχουν απονεμηθεί από άλλα ιδρύματα σε μέλη ΔΕΠ/ΕΠ του Τμήματος;

- Πρόσκληση για διαλέξεις σε Πανεπιστήμια της Ινδίας.
- Πρόσκληση ως αξιολογήτρια από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή για το Πρόγραμμα TUNING, το Πανεπιστήμιο Σόφιας και το Υπουργείο Παιδείας της Κύπρου.
- Εκπρόσωπος της Συνόδου Πρυτάνεων Ελληνικών Πανεπιστημίων στην EUA (European University Association), 2004-2007.
- Εκλεγμένος Πρόεδρος του E.C.R. (*Effective Consumer Response*) Hellas (1995-1998).
- Απονομή Διπλώματος «Τιμής Ένεκεν» από το Σύλλογο Ελλήνων Λογοτεχνών προς Επιβράβευση Εξαίρετων Προσπαθειών και Επιτεύξεων (1995).
- Εκλεγμένο Fellow του Chartered Institute of Marketing (UK) (1993).
- Εκλεγμένος Αντιπρόεδρος στην Ευρωπαϊκή Ακαδημία Μάρκετινγκ (1990-1993).
- Επισκέπτης καθηγητής στο πανεπιστήμιο Leuven Βελγίου.
- Επισκέπτης καθηγητής στο πανεπιστήμιο Αθηνών – μεταπτυχιακό πρόγραμμα τμήματος Πολιτικής Επιστήμης.

5.VIII Συμμετοχή των φοιτητών στην έρευνα.

5.VIII.1 Πόσοι προπτυχιακοί φοιτητές συμμετέχουν σε ερευνητικές δραστηριότητες του Τμήματος; Πόσοι μεταπτυχιακοί και πόσοι υποψήφιοι διδάκτορες;

Όλοι οι υποψήφιοι διδάκτορες του τμήματος συμμετέχουν κατά καιρούς σε ερευνητικές δραστηριότητες. Αντίθετα, το ποσοστό των προπτυχιακών και μεταπτυχιακών φοιτητών που λαμβάνουν μέρος σε τέτοιου είδους δραστηριότητες είναι μικρό (δεν διατίθενται πληροφορίες για τον ακριβή αριθμό τους).

6 Σχέσεις με κοινωνικούς / πολιτιστικούς / παραγωγικούς (ΚΠΠ) φορείς

6.1 Συνεργασίες του Τμήματος με ΚΠΠ φορείς.

6.1.1 Ποια έργα συνεργασίας με ΚΠΠ φορείς εκτελούνται ή εκτελέστηκαν στο Τμήμα κατά την τελευταία πενταετία;

Τα μέλη ΔΕΠ του Τμήματος καταβάλουν ενεργή προσπάθεια για την ανάπτυξη συνεργασιών με ΚΠΠ φορείς. Πιο συγκεκριμένα, μέλη ΔΕΠ του Τμήματος έχουν εκτελέσει, κατά την τελευταία πενταετία, μία σειρά έργων με ΚΠΠ φορείς. Στη συνέχεια, παραθέτουμε τον ΚΠΠ φορέα καθώς και το είδος του έργου ή έργων που εκτελέστηκαν.

ΦΟΡΕΑΣ	ΕΡΓΟ
Οργανισμός Αστικών Συγκοινωνιών Αθηνών Α.Ε.	Εισήγηση σε Ημερίδα, Έρευνα στάσης χρηστών
Ελληνική Ψυχολογική Εταιρεία	Εισήγηση σε Ημερίδα
INFOTE	Εισήγηση σε Ημερίδα
PriceWaterhouseCoopers	Εισήγηση σε Ημερίδα
ΕΕΔΕ	Εισήγηση σε Ημερίδα
ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ	Εισήγηση σε Ημερίδα
ΑΙΜΟΠΕΤΑΛΕΙΟ	Εισήγηση σε Ημερίδα
ΕΜΟΠ	Εισήγηση σε Ημερίδα
ΣΕΒ	Εισηγήσεις σε Ημερίδες, συμμετοχή σε οργανωτική επιτροπή συνεδρίου, συμμετοχή σε πάνελ ομιλητών.
Υπουργείο Γεωργίας	Εισήγηση σε Ημερίδα, Έρευνα - Μελέτη
Τράπεζα Ελλάδος	Εισήγηση σε Ημερίδα, Επιλογή προσωπικού, Κατάρτιση εργαζομένων
Νομαρχία Ανατολικής Αττικής	Εισήγηση σε Ημερίδα
Ελληνική Εταιρεία Φορολογικού Δικαίου και Δημοσιονομικών Μελετών	Εισήγηση σε Ημερίδα
Ινστιτούτο Επικοινωνίας	Εισήγηση σε Ημερίδα

Ελληνική Ένωση Επιχειρηματιών	Εισήγηση σε Ημερίδα
Ελληνική Εταιρεία Επιχειρησιακών Ερευνών	Εισήγηση σε Ημερίδα
ΕΘΝΙΚΗ ΔΙΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΑΜΠΕΛΟΥ & ΟΙΝΟΥ (ΕΔΟΑΟ)	Εισήγηση σε Ημερίδα
Ανώτατο Συμβούλιο Επιλογής Προσωπικού	Επιλογή προσωπικού
ΔΕΗ	Επιλογή προσωπικού
ΟΤΕ	Επιλογή προσωπικού, Κατάρτιση εργαζομένων
ΕΛΤΑ	Επιλογή προσωπικού, Μελέτη ποιοτικού ελέγχου
Ταμείο Παρακαταθηκών και Δανείων	Επιλογή προσωπικού
Οικονομική & Κοινωνική Επιτροπή	Επιλογή προσωπικού
Υπουργείο Ανάπτυξης	Επιλογή προσωπικού, Μελέτη ανταγωνιστικότητας
Philip Morris	Φοιτητικός διαγωνισμός
L'oreal	Φοιτητικός διαγωνισμός
ΕΟΤ	Διεθνής διαγωνισμός για επιλογή διαφημιστικής εταιρείας
Υπουργείο Εθνικής Οικονομίας και Οικονομικών	Αναμόρφωση Ελληνικού Φορολογικού Συστήματος
Γενικό Λογιστήριο του Κράτους	Κατάρτιση εργαζομένων
TOYOTA	Κατάρτιση εργαζομένων
ΟΣΕ	Μελέτη -Έρευνα
ΕΔΕΤ Α.Ε.	Μελέτη -Έρευνα
ΓΓΕΤ	Μελέτη -Έρευνα
Υπουργείο Εργασίας και Κοινωνικών Ασφαλίσεων	Μελέτη -Έρευνα
TREK Consulting A.E.	Μελέτη -Έρευνα
ΕΛ.ΟΤ.	Μελέτη -Έρευνα
YAMAHA	Μελέτη -Έρευνα
ABBOTT LABORATORIES	Μελέτη - Έρευνα, Κατάρτιση εργαζομένων
Αναπτυξιακή Εταιρεία Κυκλάδων	Μελέτη - Marketing Plan

Οικονομικό Επιμελητήριο Ελλάδος	Μελέτη δημοσιονομικής εξυγίανσης
ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ	Κατάρτιση εργαζομένων
Φαρμασέρβ-Λίλλυ ΑΕΒΕ	Κατάρτιση εργαζομένων
INTERAMERICAN	Κατάρτιση εργαζομένων
KPMG	Επιτροπή Βραβείων Ανθρώπινου Δυναμικού
Υπουργείο Παιδείας	Εισηγήτρια σε Ευρωπαϊκές Ημερίδες
Παιδαγωγικό Ινστιτούτο	Εισαγωγή σε Ημερίδες
Ινστιτούτο Μάνατζμεντ Ανθρώπινου Δυναμικού, ΙΜΑΔ (ΕΕΔΕ)	Εισηγήσεις σε Ημερίδες
ΕΕΔΕ	Μέλος Επιτροπής αξιολόγησης Βραβείου Manager of the Year
Οικονομική Επιθεώρηση	Μέλος Αξιολόγησης Βραβείου Φοιτητικού Διαγωνισμού
Κέντρο Έρευνας Θεμάτων Ισότητας	Μέλος ΔΣ-Εισηγήσεις σε Ημερίδες
Γενική Γραμματεία Ισότητας	Εισηγήσεις σε Ημερίδες
ΓΣΕΕ	Κατάρτιση συνδικαλιστών
VODAFONE	Κατάρτιση προσωπικού
Εμπορική Τράπεζα	Κατάρτιση προσωπικού - Μελέτη Αναδιοργάνωσης
Σύνδεσμος Στελεχών Διοίκησης Προσωπικού	Εισήγηση σε Συνέδριο
Ακαδημία της Εργασίας – Γ.Σ.Ε.Ε.	Μέλη επιστημονικού συμβουλίου
Ελληνική Εταιρεία για την Προστασία του Περιβάλλοντος και της Πολιτιστικής Κληρονομιάς	Εισήγηση σε σειρά διαλέξεων
Κίνηση Πολιτών για μια Ελεύθερη Κοινωνία	Εισήγηση σε ημερίδα, μέλος Δ.Σ. και ταμίας
«Ίδρυμα Καψάσκη»	Μέλος της επιτροπής αξιολόγησης για την απονομή βραβείου επιστημονικής μελέτης.

Όπως γίνεται φανερό από τον ανωτέρω Πίνακα μπορεί να διενεργούνται πολλαπλά έργα με έναν συγκεκριμένο ΚΠΠ φορέα.

6.1.2 Πόσα μέλη ΔΕΠ/ΕΠ του Τμήματος συμμετείχαν σ' αυτά;

Ένας σημαντικός αριθμός (16) μελών ΔΕΠ του τμήματος υλοποίησε ή συμμετείχε στην υλοποίηση των παραπάνω έργων.

6.1.3 Πόσοι προπτυχιακοί, μεταπτυχιακοί και διδακτορικοί φοιτητές του Τμήματος συμμετείχαν σε αυτά;

Τα μέλη ΔΕΠ του τμήματος καταβάλλουν συστηματική προσπάθεια για την εμπλοκή των προπτυχιακών, μεταπτυχιακών και διδακτορικών φοιτητών του τμήματος σε έργα που αναλαμβάνουν από ΚΠΠ φορείς. Βέβαια, ο χαρακτήρας και η φύση του έργου προσδιορίζουν την συμμετοχή των παραπάνω κατηγοριών φοιτητών. Σε κάθε περίπτωση, περισσότερο ενεργή είναι η συμμετοχή των διδακτορικών φοιτητών, όπου το σύνολό τους σχεδόν έχει συμμετάσχει σε κάποιο έργο.

6.1.4 Πώς αναγνωρίζεται και προβάλλεται η επιστημονική συνεργασία του Τμήματος με ΚΠΠ φορείς;

Το Τμήμα καταβάλλει συντονισμένη και συστηματική προσπάθεια για την ενεργή προβολή των συνεργασιών του με ΚΠΠ φορείς. Οι δράσεις που αναλαμβάνονται προς την κατεύθυνση αυτή παίρνουν τις εξής μορφές:

- Ημερίδες
- Συνέδρια
- Δημοσιεύσεις στον Τύπο και σε Περιοδικά
- Αρθρογραφία στον Τύπο και σε Περιοδικά
- Παρουσιάσεις στα ηλεκτρονικά ΜΜΕ
- Μονογραφίες
- Ενημερωτικά έντυπα και φυλλάδια

6.11 Δυναμική του Τμήματος για ανάπτυξη συνεργασιών με ΚΠΠ φορείς.

6.11.1 Υπάρχουν μηχανισμοί και διαδικασίες για την ανάπτυξη συνεργασιών; Πόσο αποτελεσματικοί είναι κατά την κρίση σας;

Το Τμήμα δεν διαθέτει θεσμοθετημένους μηχανισμούς και διαδικασίες για την ανάπτυξη συνεργασιών με ΚΠΠ φορείς. Οι όποιες συνεργασίες, που πραγματοποιούνται, οφείλονται στην ατομική πρωτοβουλία και το δίκτυο γνωριμιών (networking) των μελών ΔΕΠ του τμήματος.

6.Π.2 Πώς αντιμετωπίζουν τα μέλη ΔΕΠ/ΕΠ του Τμήματος την ανάπτυξη τέτοιων συνεργασιών;

Τα μέλη ΔΕΠ του Τμήματος έχουν πολύ θετική άποψη για τέτοιου είδους συνεργασίες για τρεις λόγους. Πρώτον, τέτοιες συνεργασίες εμπλουτίζουν και διευρύνουν το διδακτικό και ερευνητικό έργο των μελών ΔΕΠ. Δεύτερον, αποτελούν μία πολλή καλή ευκαιρία να φέρουν πιο «κοντά» την θεωρία με την πράξη. Τρίτον, προβάλλουν το έργο του τμήματος και κάνουν αισθητή την παρουσία του στην ευρύτερη κοινωνία.

6.Π.3 Πώς αντιμετωπίζουν οι ΚΠΠ φορείς την ανάπτυξη τέτοιων συνεργασιών;

Εξίσου θετική είναι η αντιμετώπιση τέτοιων συνεργασιών από την πλευρά των ΚΠΠ φορέων. Ενδεικτικό της παραπάνω πεποίθησης αποτελεί το γεγονός, ότι σε πολλές περιπτώσεις είναι οι ίδιοι οι ΚΠΠ φορείς που έρχονται σε επαφή με μέλη ΔΕΠ του Τμήματος για την ανάπτυξη κάποιας μορφής συνεργασίας.

6.Π.4 Διαθέτει το Τμήμα πιστοποιημένα εργαστήρια για παροχή υπηρεσιών;

Στο Τμήμα λειτουργούν τα ακόλουθα εργαστήρια:

1. Εργαστήριο Πολυμέσων και Επικοινωνίας. Σκοπός του εργαστηρίου είναι η κατάρτιση, η εκπαίδευση και η επιμόρφωση στελεχών με τη χρήση νέων εκπαιδευτικών / πολυμέσων εφαρμογών.
2. Εργαστήριο Μάρκετινγκ. Σκοπός του εργαστηρίου είναι η διενέργεια ερευνητικών μελετών σε θέματα που εμπíπτουν στο γνωστικό αντικείμενο του Μάρκετινγκ.
3. Εργαστήριο Επιχειρησιακής Επικοινωνίας και Διοίκησης Ανθρωπίνων Πόρων. Σκοπός του εργαστηρίου είναι η διενέργεια ερευνητικών μελετών που αφορούν θέματα εταιρικής επικοινωνίας, εταιρικής κουλτούρας και ανθρωπίνων πόρων.

Τα εργαστήρια δεν διαθέτουν πιστοποίηση ISO αλλά υπάρχει τέτοια σκέψη εάν εξασφαλιστεί μια σταθερή ροή εσόδων στο μέλλον.

Τα εργαστήρια έχουν σημαντική εμπειρία σε ένα μεγάλο εύρος έργων που έχουν κατά καιρούς αναληφθεί και εκτελεσθεί με επιτυχία.

6.Π.5 Αξιοποιούνται οι εργαστηριακές υποδομές του Τμήματος στις συνεργασίες με ΚΠΠ φορείς;

Τα εργαστήρια του Τμήματος είναι υπεύθυνα για σημαντικό αριθμό των έργων (βλ. 4.1.1.) τα οποία πραγματοποιούνται στις συνεργασίες που έχουν αναπτυχθεί με ΚΠΠ φορείς.

6.III Δραστηριότητες του Τμήματος προς την κατεύθυνση της ανάπτυξης και ενίσχυσης συνεργασιών με ΚΠΠ φορείς.

6.III.1 Ανακοινώνονται τα αποτελέσματα των έργων συνεργασίας σε ειδικά περιοδικά ή στον τύπο;

Το Τμήμα καταβάλλει συστηματική και συντονισμένη προσπάθεια για την προβολή των συνεργασιών που αναπτύσσει με τους ΚΠΠ φορείς. Στο πλαίσιο αυτό, πραγματοποιούνται οι κατάλληλες δημοσιεύσεις τόσο σε εξειδικευμένα περιοδικά (π.χ. Marketing Week, HR Professional) όσο και στον τύπο (π.χ. ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ, ΤΟ ΒΗΜΑ της ΚΥΡΙΑΚΗΣ, Η ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ).

6.III.2 Οργανώνει ή συμμετέχει το Τμήμα σε εκδηλώσεις με σκοπό την ενημέρωση ΚΠΠ φορέων σχετικά με τους σκοπούς, το αντικείμενο και το παραγόμενο έργο του Τμήματος;

Το Τμήμα επίσης προβαίνει στις απαραίτητες δράσεις για την προβολή του παραγόμενου έργου του. Ενδεικτικά αναφέρουμε ότι το Τμήμα έχει οργανώσει ή συμμετάσχει στις ακόλουθες μορφές εκδηλώσεων:

- a. Δημόσιες συζητήσεις.
- b. Συνέδρια.
- c. Ημερίδες.
- d. Συμπόσια.
- e. Forums.

6.III.3 Υπάρχει επαφή και συνεργασία με αποφοίτους του Τμήματος που είναι στελέχη ΚΠΠ φορέων;

Το Πρόγραμμα της Πρακτικής Άσκησης του Τμήματος στηρίζεται και υποστηρίζεται σε σημαντικό βαθμό από αποφοίτους του τμήματος που απασχολούνται σε διάφορους ΚΠΠ φορείς.

6.IV Σύμβαση της συνεργασίας με ΚΠΠ φορείς με την εκπαιδευτική διαδικασία.

6.IV.1 Εντάσσονται οι εκπαιδευτικές επισκέψεις των φοιτητών σε ΚΠΠ χώρους στην εκπαιδευτική διαδικασία;

Το Τμήμα γενικά δεν πραγματοποιεί εκπαιδευτικές επισκέψεις για τους φοιτητές του, αν και σε ορισμένα μαθήματα, οι διδάσκοντες έχουν κρίνει χρήσιμες τέτοιες επισκέψεις και έχουν αναλάβει την σχετική πρωτοβουλία για την πραγματοποίησή τους.

6.IV.2 Οργανώνονται ομιλίες / διαλέξεις στελεχών ΚΠΠ φορέων;

Τα μέλη ΔΕΠ του Τμήματος στα μαθήματά τους προσκαλούν συστηματικά στελέχη των ΚΠΠ φορέων για να δώσουν διαλέξεις στους φοιτητές.

6.IV.3 Απασχολούνται στελέχη ΚΠΠ φορέων ως διδάσκοντες;

Το Τμήμα δεν απασχολεί στελέχη των ΚΠΠ φορέων ως διδάσκοντες.

6.V Συμβολή του τμήματος στην τοπική, περιφερειακή και εθνική ανάπτυξη.

6.V.1 Πόσο σταθερές και βιώσιμες είναι οι υπάρχουσες συνεργασίες;

Οι συνεργασίες βασίζονται στις ατομικές πρωτοβουλίες και στο δίκτυο γνωριμιών των μελών ΔΕΠ του τμήματος και είναι σταθερές και βιώσιμες στο βαθμό που κρίνονται επωφελείς και από τις δύο πλευρές. Αν και δεν υπάρχει εξασφάλιση βιωσιμότητας, η πληθώρα συνεργασιών (συχνά με τους ίδιους φορείς) δείχνει το μέγεθος της αμοιβαίας εκτίμησης.

6.V.2 Συνάπτονται προγραμματικές συμφωνίες συνεργασίας μεταξύ Τμήματος και ΚΠΠ φορέων;

Το τμήμα μέσω των εργαστηρίων, συνάπτει κατά καιρούς συμφωνίες για την επίτευξη συγκεκριμένων στόχων (projects).

6.V.3 Εκπροσωπείται το Τμήμα σε τοπικούς και περιφερειακούς οργανισμούς και αναπτυξιακά όργανα;

Η όποια εκπροσώπηση του Τμήματος γίνεται καθαρά σε ατομικό επίπεδο των μελών ΔΕΠ του Τμήματος.

6.V.4 Συμμετέχει ενεργά το Τμήμα στην εκπόνηση τοπικών /περιφερειακών σχεδίων ανάπτυξης;

Μέλη ΔΕΠ του Τμήματος συμμετέχουν σε εκπόνηση μελετών τοπικής / περιφερειακής ανάπτυξης (π.χ., εκπόνηση Marketing Plan ή / και Business Plan).

6.V.5 Υπάρχει διάδραση ή/και συνεργασία του Τμήματος με το περιβάλλον του, ιδίως με αντίστοιχα Τμήματα άλλων ιδρυμάτων ανώτατης εκπαίδευσης;

Δεν υπάρχει αντίστοιχο τμήμα σε άλλο ελληνικό ΑΕΙ. Το Τμήμα καταβάλλει προσπάθειες για συνεργασία με άλλα ομοειδή Τμήματα άλλων ΑΕΙ της χώρας και του εξωτερικού, τόσο σε ερευνητικό όσο και σε διδακτικό επίπεδο. Πιο συγκεκριμένα, μέλη ΔΕΠ του Τμήματος πραγματοποιούν κοινά ερευνητικά projects με συναδέλφους άλλων ΑΕΙ (π.χ., Sterling University, University of Warwick). Επίσης, το Τμήμα προσφέρει και δέχεται υποστήριξη στο διδακτικό έργο από άλλα ΑΕΙ (π.χ., Πανεπιστήμιο Πειραιά). Επίσης συνεργάζεται στο διδακτικό έργο σε μεταπτυχιακό επίπεδο με τέσσερα (4) ευρωπαϊκά ΑΕΙ.

6.V.6 *Αναπτύσσει το Τμήμα και διατηρεί σχέσεις με την τοπική και περιφερειακή κοινωνία, καθώς και με την τοπική, περιφερειακή ή/και εθνική οικονομική υποδομή;*

Το Τμήμα δεν διατηρεί σχέσεις με την τοπική και περιφερειακή κοινωνία σε θεσμικό επίπεδο, αλλά ενίοτε προκύπτουν συνεργασίες στη βάση ατομικών πρωτοβουλιών των μελών ΔΕΠ.

6.V.7 *Πώς συμμετέχει το Τμήμα στα μείζονα περιφερειακά, εθνικά και διεθνή ερευνητικά και ακαδημαϊκά δίκτυα;*

Το Τμήμα καταβάλλει συντονισμένη προσπάθεια για συμμετοχή σε διεθνή ερευνητικά και ακαδημαϊκά δίκτυα. Πιο συγκεκριμένα, το Τμήμα συμμετέχει στα ακόλουθα δίκτυα:

- GLOBE: Ο σκοπός του δικτύου αυτού, το οποίο συντονίζεται από το Wharton School, University of Pennsylvania – USA, είναι η έρευνα για την επιχειρησιακή κουλτούρα και το στυλ ηγεσίας μεταξύ γενικών διευθυντών, επαγγελματιών και επιχειρηματιών.
- CRANET: Το ερευνητικό αυτό δίκτυο στοχεύει στη μελέτη των πρακτικών διοίκησης ανθρώπινου δυναμικού.
- PRIMA: Το Ευρωπαϊκό αυτό δίκτυο αποσκοπεί στην υλοποίηση ενός διεθνούς Μεταπτυχιακού Προγράμματος στο Μάρκετινγκ και συντονίζεται από το τμήμα.
- EUBBSI: Το Ευρωπαϊκό αυτό δίκτυο (European Business to Business Sales Institute) στοχεύει στην εκπαίδευση δικτύων πωλήσεων διάφορων εταιρειών και συντονίζεται από το τμήμα.

6.V.8 *Το Τμήμα διοργανώνει ή/και συμμετέχει στη διοργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων που απευθύνονται στο άμεσο κοινωνικό περιβάλλον;*

Το Τμήμα δεν διοργανώνει πολιτιστικές εκδηλώσεις. Εν τούτοις, το Τμήμα συμμετέχει μέσω των φοιτητών του στις πολιτιστικές ομάδες που λειτουργούν στο Πανεπιστήμιο (π.χ., Θεατρική Ομάδα, Χορωδία, Παραδοσιακοί Χοροί) και μέσω των μελών ΔΕΠ σε πολιτιστικές εκδηλώσεις.

7 Στρατηγική ακαδημαϊκής ανάπτυξης

7.I Υπάρχει διαδικασία διαμόρφωσης συγκεκριμένου βραχύ-μεσοπρόθεσμου (λ.χ. 5ετούς) σχεδίου ανάπτυξης; Πόσο αποτελεσματική κρίνετε ότι είναι η διαδικασία αυτή;

Δεν υπάρχει 5ετές σχέδιο ανάπτυξης. Όμως, τα μέλη ΔΕΠ είχαν κατά το τρέχον ακαδημαϊκό έτος μια ολόημερο Κυριακάτικη συνάντηση εκτός πανεπιστημίου, για την εξέταση θεμάτων που αφορούν την ανάπτυξη του τμήματος.

Στη συνάντηση αυτή, λήφθηκαν σημαντικές αποφάσεις όπως η άμεση ένταξη του τμήματος στη διαδικασία αξιολόγησης της ΑΔΙΠ και συμφωνήθηκαν κριτήρια σχετικά με τις διάφορες βαθμίδες ΔΕΠ αισθητά υψηλότερα από αυτά που προβλέπει η ελληνική νομοθεσία.

Αποφάσεις τέτοιας βαρύτητας, καθώς και άλλες που αφορούσαν στην αναθεώρηση του ΜΠΣ και στη δημιουργία αγγλόφωνου προγράμματος, χαράζουν την πορεία του τμήματος για αρκετά χρόνια στο μέλλον. Η πρόθεση του τμήματος είναι να οργανώνονται τέτοιες συναντήσεις κάθε χρόνο κατά το πρώτο εξάμηνο, ώστε να συζητούνται σε βάθος και να συμφωνούνται θέματα που αφορούν την ανάπτυξη του τμήματος.

7.II Υπάρχει διαδικασία παρακολούθησης αυτού του σχεδίου ανάπτυξης; Πόσο αποτελεσματική κρίνετε ότι είναι;

Η παρακολούθηση της πορείας του τμήματος γίνεται μέσα από τα θεσμοθετημένα διοικητικά όργανα (πρόεδρος, Γενική Συνέλευση, Γενική Συνέλευση Ειδικής Σύνοψης) αλλά, όσον αφορά την μελλοντική ανάπτυξη, και μέσω της άτυπης ετήσιας συνάντησης των μελών ΔΕΠ.

7.III Υπάρχει διαδικασία δημοσιοποίησης αυτού του σχεδίου ανάπτυξης και των αποτελεσμάτων του;

Επίσημο σχέδιο δεν υπάρχει και επομένως δεν τίθεται θέμα δημοσιοποίησης του. Όμως, οι αποφάσεις που λαμβάνονται στη συνάντηση των μελών ΔΕΠ επικυρώνονται εν καιρώ από τα θεσμοθετημένα όργανα διοίκησης. Η δημοσιοποίηση τους γίνεται, κατά περίπτωση, από το αρμόζον μέσον (πρακτικά Γενικής Συνέλευσης ή Γενικής Συνέλευσης Ειδικής Σύνοψης, ιστότοπος τμήματος, ενημερωτικό δελτίο «ΕΝΗΜΕΡΩΝΟΥΜΕ», έκθεση εσωτερικής αξιολόγησης).

7.IV Ποια είναι η συμμετοχή της ακαδημαϊκής κοινότητας στη διαμόρφωση και παρακολούθηση της υλοποίησης, και στη δημοσιοποίηση των αποτελεσμάτων των αναπτυξιακών του στρατηγικών;

Η ακαδημαϊκή κοινότητα συμμετέχει στο βαθμό και με τον τρόπο που αρμόζει σε κάθε απόφαση. Παραδείγματος χάριν, η αναθεώρηση του ΜΠΣ και το αγγλόφωνο πρόγραμμα εγκρίνονται από τη Σύγκλητο ενώ η απόφαση για τα κριτήρια που χρησιμοποιεί το τμήμα σε προαγωγή ή πρόσληψη μελών ΔΕΠ κάθε βαθμίδας, ανακοινώνονται στους προέδρους των τμημάτων που ενδιαφέρονται.

7.V Συγκεντρώνει και αξιοποιεί το Τμήμα τα απαιτούμενα για τον αποτελεσματικό σχεδιασμό της ακαδημαϊκής ανάπτυξης του στοιχεία και δείκτες;

Ναι. Πάντα υπάρχουν περισσότερα στοιχεία που μπορεί κανείς να σκεφθεί αλλά το κόστος συγκέντρωσής των (με την γραφειοκρατία που συχνά απαιτούν) ξεπερνούν τις περισσότερες φορές το όφελος που προσφέρουν στη λήψη των σωστών αποφάσεων.

7.VI Τι προσπάθειες κάνει το Τμήμα προκειμένου να προσελκύσει μέλη ακαδημαϊκού προσωπικού υψηλού επιπέδου;

Το τμήμα έχει έντονη παρουσία στο διεθνή χώρο των γνωστικών αντικειμένων που καλλιεργεί. Είναι ενδεικτικό ότι ο πρόεδρος της Ευρωπαϊκής Ακαδημίας Μάρκετινγκ για την περίοδο 2008-2010 είναι καθηγητής του τμήματος μας και ότι είναι η πρώτη φορά που εκλέγεται πρόεδρος από χώρα της Νότιας Ευρώπης.

Έλληνες πανεπιστημιακοί του εξωτερικού, στα σχετικά γνωστικά αντικείμενα, γνωρίζουν ότι μόνο το τμήμα μας έχει τέτοια παρουσία στη διεθνή ακαδημαϊκή σκηνή και αυτό αποτελεί το βασικό μέσο προσέλκυσής των. Φυσικά, τα μέλη ΔΕΠ του τμήματος γνωρίζουν προσωπικά, μέσω των διεθνών συνεδρίων, σχεδόν όλους τους Έλληνες πανεπιστημιακούς του εξωτερικού που είναι ερευνητικά ενεργοί στα σχετικά επιστημονικά πεδία και έτσι το τμήμα έχει καλή πληροφόρηση σχετικά με το ποιοι ενδιαφέρονται να επιστρέψουν στην Ελλάδα. Η πληροφόρηση αυτή συνεκτιμάται στις αποφάσεις του τμήματος που αφορούν στην προκήρυξη νέων θέσεων ΔΕΠ.

7.VII Πώς συνδέεται ο προγραμματισμός προσλήψεων και εξελίξεων μελών του ακαδημαϊκού προσωπικού με το σχέδιο ακαδημαϊκής ανάπτυξης του Τμήματος;

Τα μέλη ΔΕΠ του τμήματος έχουν συμφωνήσει σε ένα μοντέλο κριτηρίων ως προς τις προσλήψεις και εξελίξεις των μελών του ακαδημαϊκού προσωπικού, με σκοπό την ακαδημαϊκή ανάπτυξη του τμήματος. Το μοντέλο αυτό, το οποίο ήδη ακολουθείται, πιστεύουμε ότι θα επιβεβαιωθεί πλήρως από την μελλοντική πορεία του τμήματος.

Τα κριτήρια του μοντέλου, που εξασφαλίζει την ακαδημαϊκή ανάπτυξη, παρατίθενται κατωτέρω.

ΠΛΑΙΣΙΟ ΚΡΙΤΗΡΙΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΚΛΟΓΗ / ΕΞΕΛΙΞΗ ΜΕΛΩΝ ΔΕΠ ΣΤΟ ΤΜΗΜΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

- Η εκλογή ή εξέλιξη μέλους ΔΕΠ θα βασίζεται καταρχήν στους ακόλουθους τρεις πυλώνες: α) ερευνητικό έργο, β) διδακτικό έργο και γ) διοικητικό έργο. Θα συνυπολογίζονται επίσης μια σειρά από άλλες δραστηριότητες οι οποίες θα πρέπει να χαρακτηρίζουν το έργο ενός μέλους ΔΕΠ και οι οποίες αναφέρονται παρακάτω ξεχωριστά για κάθε βαθμίδα.
- Ο βασικός πυρήνας του ερευνητικού έργου είναι οι δημοσιεύσεις σε Διεθνή Επιστημονικά Περιοδικά²⁰. Βέβαια, στο συνολικό συγγραφικό έργο του υποψηφίου λαμβάνονται υπόψη τόσο οι πρωτότυπες εργασίες σε πρακτικά διεθνών συνεδρίων με κριτές όσο και η συγγραφή βιβλίου ή βιβλίων καθώς και κεφαλαίων σε βιβλία που εκδίδονται από αναγνωρισμένους διεθνείς εκδοτικούς οίκους και συμβάλλουν στην προαγωγή της επιστήμης.
- Οι δημοσιεύσεις καλό θα ήταν να χαρακτηρίζονται εκτός από την εστίαση σε ένα συγκεκριμένο θέμα και από κάποια ευρύτητα ερευνητικών θεμάτων.
- Οι δημοσιεύσεις θα πρέπει να συνδέονται με citations σε Διεθνή Επιστημονικά Περιοδικά, Ξενόγλωσσα Βιβλία και Πρακτικά Διεθνών Συνεδρίων από τα επίσημα Citation Indices και συγκεκριμένα:
 - Emerald
 - ICI
 - EBSCO
 - Science Direct
 - SCOPUS
 - Google
 - Scholar Google
- Ο αριθμός των Citations σε κάθε βαθμίδα είναι ενδεικτικός και λαμβάνει υπόψη:
 - το γεγονός ότι χρειάζεται πολύς χρόνος για να γίνει ευρέως γνωστή μια δημοσίευση και
 - ότι ορισμένες ερευνητικές περιοχές δεν είναι τόσο δημοφιλείς.

²⁰ Η αξιολόγηση των δημοσιεύσεων θα στηρίζεται σε τρεις πηγές:

1. *Journal Citation Reports* που εκδίδεται από το *ISI Web of Knowledge (JCR Social Sciences Edition 2006)*
2. *Academic Journal Quality Guide* που εκδίδει το *Association of Business Schools (ABS)*
3. *Journal Quality List (JQL)* Compiled & Edited by Dr Anne-Wil Harzing, University of Melbourne όπου συγκεντρώνονται 16 λίστες αξιολόγησης περιοδικών

Πιο αναλυτικά, τα προαπαιτούμενα για κάθε βαθμίδα κωδικοποιούνται ενδεικτικά ως εξής:

ΒΑΘΜΙΔΑ ΛΕΚΤΟΡΑ

A) Τουλάχιστον 5 δημοσιεύσεις σε περιοδικά που περιλαμβάνονται στις λίστες ABS και JQL.

ή

Τουλάχιστον 4 δημοσιεύσεις στις παραπάνω λίστες με αξιολόγηση B or C.

ή

Τουλάχιστον 3 δημοσιεύσεις σε περιοδικά με Impact Factor (IF).

B) Στοιχεία τεκμηρίωσης αποδεκτού διδακτικού έργου.

ΒΑΘΜΙΔΑ ΕΠΙΚΟΥΡΟΥ ΚΑΘΗΓΗΤΗ

A) Τουλάχιστον 11 δημοσιεύσεις εκ των οποίων:

- Τουλάχιστον 5 δημοσιεύσεις σε περιοδικά που περιλαμβάνονται στις λίστες ABS και JQL.
- Τουλάχιστον 4 δημοσιεύσεις σε περιοδικά με αξιολόγηση B or C στις λίστες ABS και JQL ή σε περιοδικά με IF.
- Τουλάχιστον 2 δημοσιεύσεις σε περιοδικά με IF ίσο ή μεγαλύτερο του 0,5.

ή

- Τουλάχιστον 8 δημοσιεύσεις σε περιοδικά με IF.

B) Περίπου 20 citations

Γ) Συμμετοχή σε Διεθνή Συνέδρια με Κριτές ως συγγραφέας ή/και session chair

Δ) Στοιχεία τεκμηρίωσης Καλού Διδακτικού Έργου

E) Εκτέλεση Διοικητικού Έργου

ΣΤ) Reviewer εργασιών που υποβάλλονται για δημοσίευση σε αναγνωρισμένα διεθνή επιστημονικά περιοδικά.

Z) Συμμετοχή σε Ερευνητικά Προγράμματα, Εθνικά (π.χ. ακαδημαϊκές έρευνες μέσω εργαστηρίων, ΓΓΕΤ, ΕΔΕΤ κλπ) ή Διεθνή (π.χ. διάφορα ευρωπαϊκά προγράμματα – Leonardo, Socrates κλπ).

H) Συμμετοχή σε συμβουλευτικά έργα – εκπόνηση μελετών για επιχειρήσεις και οργανισμούς του ιδιωτικού και ευρύτερου δημόσιου τομέα.

Για τη μονιμοποίηση στη βαθμίδα του Επίκουρου Καθηγητή θα εκτιμάται η συνεισφορά στο διδακτικό και διοικητικό έργο του τμήματος καθώς και η πρόοδος του ερευνητικού έργου από την οποία θα πρέπει να συνάγεται η δυνατότητα εξέλιξης σε ανώτερες βαθμίδες.

ΒΑΘΜΙΔΑ ΑΝΑΠΛΗΡΩΤΗ ΚΑΘΗΓΗΤΗ

Α) Τουλάχιστον 20 δημοσιεύσεις εκ των οποίων:

- Τουλάχιστον 8 δημοσιεύσεις σε περιοδικά που περιλαμβάνονται στις λίστες ABS και JQL.
- Τουλάχιστον 7 δημοσιεύσεις σε περιοδικά με αξιολόγηση B or C στις λίστες ABS και JQL ή σε περιοδικά με IF.
- Τουλάχιστον 5 δημοσιεύσεις σε περιοδικά με IF ίσο ή μεγαλύτερο του 0,5.

ή

- Τουλάχιστον 15 δημοσιεύσεις σε περιοδικά με IF.

Από τις παραπάνω δημοσιεύσεις στις διάφορες κατηγορίες γύρω στο 40% να μέχρι δύο συγγραφείς και γύρω στο 20% αυτοδύναμες.

Β) Περίπου 60 citations.

Γ) Συμμετοχή σε Διεθνή Συνέδρια με κριτές ως συγγραφέας ή/και Session Chair ή/και Track Chair.

Δ) Στοιχεία Τεκμηρίωσης Πολύ Καλού Διδακτικού Έργου.

Ε) Εκτέλεση Διοικητικού Έργου.

ΣΤ) Επιτήρηση Διδακτορικής Έρευνας ή Διδακτορικών Ερευνών

Ζ) Μέλος Τριμελών Επιτροπών ή/και μέλος 7μελών Επιτροπών αξιολόγησης Υποψήφιων Διδακτόρων.

Η) Reviewer εργασιών που υποβάλλονται για δημοσίευση σε αναγνωρισμένα διεθνή επιστημονικά περιοδικά (member of editorial review board and/or ad hoc reviewer).

Θ) Επιστημονικός Υπεύθυνος σε Ερευνητικά προγράμματα / projects Εθνικά (π.χ. ακαδημαϊκές έρευνες μέσω εργαστηρίων, ΓΓΕΤ, ΕΔΕΤ κλπ) ή Διεθνή (π.χ. διάφορα ευρωπαϊκά προγράμματα – Leonardo, Socrates κλπ).

Ι) Συμμετοχή σε Οργανωτικές Επιτροπές Συνεδρίων, Συμποσίων, Ημερίδων κ.λπ.

Κ) Εκπόνηση συμβουλευτικών έργων – εκπόνηση μελετών για επιχειρήσεις και οργανισμούς του ιδιωτικού και ευρύτερου δημόσιου τομέα.

ΒΑΘΜΙΔΑ ΚΑΘΗΓΗΤΗ

Α) Τουλάχιστον 28 δημοσιεύσεις εκ των οποίων:

- Τουλάχιστον 10 δημοσιεύσεις σε περιοδικά που περιλαμβάνονται στις λίστες ABS και JQL όπου 50% να είναι μέχρι δύο συγγραφείς και 20% αυτοδύναμες.
- Τουλάχιστον 8 δημοσιεύσεις σε περιοδικά με αξιολόγηση B or C στις λίστες ABS, JQL ή σε περιοδικά με IF από τις οποίες στο 50% να είναι μέχρι δύο συγγραφείς και το 25% να είναι αυτοδύναμες.

- Τουλάχιστον 8 δημοσιεύσεις με IF 0,5-1,4 από τις οποίες στο 50% να είναι μέχρι δύο συγγραφείς και το 25% να είναι αυτοδύναμες.
- Τουλάχιστον 2 δημοσιεύσεις με IF μεγαλύτερο του 1,5, από τις οποίες η 1 να είναι αυτοδύναμη.

ή

- Τουλάχιστον 22 δημοσιεύσεις σε περιοδικά με IF εκ των οποίων των 40% να είναι μέχρι δυο συγγραφείς και το 25% να είναι αυτοδύναμες.

B) Περίπου 100 citations.

Γ) Συμμετοχή σε Διεθνή Συνέδρια με κριτές ως συγγραφέας ή/και Session Chair ή/και Track Chair.

Δ) Στοιχεία Τεκμηρίωσης Πολύ Καλού Διδακτικού Έργου.

Ε) Εκτέλεση Διοικητικού Έργου.

ΣΤ) Επιτήρηση Διδακτορικής Έρευνας ή Διδακτορικών Ερευνών

Ζ) Μέλος Τριμελών Επιτροπών ή/και μέλος 7μελών Επιτροπών αξιολόγησης Υποψήφιων Διδασκόντων.

Η) Reviewer εργασιών που υποβάλλονται για δημοσίευση σε αναγνωρισμένα διεθνή επιστημονικά περιοδικά (member of editorial review board and/or ad hoc reviewer).

Θ) Επιστημονικός Υπεύθυνος σε Ερευνητικά προγράμματα / projects Εθνικά (π.χ. ακαδημαϊκές έρευνες μέσω εργαστηρίων, ΓΓΕΤ, ΕΔΕΤ κλπ) ή Διεθνή (π.χ. διάφορα ευρωπαϊκά προγράμματα – Leonardo, Socrates κλπ).

Ι) Συμμετοχή σε Οργανωτικές Επιτροπές Συνεδρίων, Συμποσίων, Ημερίδων κ.λπ.

Κ) Εκπόνηση συμβουλευτικών έργων – εκπόνηση μελετών για επιχειρήσεις και οργανισμούς του ιδιωτικού και ευρύτερου δημόσιου τομέα.

7.VIII Πόσους φοιτητές ζητάει τεκμηριωμένα το Τμήμα ανά έτος; Πόσοι φοιτητές τελικά σπουδάζουν ανά έτος και ποια είναι η προέλευσή τους ανά τρόπο εισαγωγής (εισαγωγικές εξετάσεις, μετεγγραφές, ειδικές κατηγορίες, κλπ);

Το τμήμα ζητούσε πάντα συστηματικά 60 φοιτητές από τις πανελλήνιες εισαγωγικές εξετάσεις. Το Υπουργείο συστηματικά του έδινε τους διπλούς και με τα διαφόρων ειδών «παράθυρα» έφθανε στους 160 με 200.

Ο σωστός αριθμός φοιτητών, λαμβάνοντας υπόψη το προσωπικό, τις υποδομές και κυρίως τους χώρους (αίθουσες και εργαστήρια) που διαθέτει το πανεπιστήμιο στο τμήμα, είναι συνολικά 100 φοιτητές.

Τον αριθμό αυτό εισηγήθηκε φέτος το τμήμα στον τετραετή προγραμματισμό του Πανεπιστημίου, ελπίζοντας ότι η νέα αυτή αρχή στην πανεπιστημιακή αυτοδιοίκηση θα θέσει τέρμα στην αυθαιρεσία του Υπουργείου.

7.IX Τι προσπάθειες κάνει το Τμήμα προκειμένου να προσελκύσει φοιτητές υψηλού επιπέδου;

Από το 1992, που το τμήμα δέχτηκε τους πρώτους φοιτητές, οι βάσεις εισαγωγής στις πανελλήνιες εξετάσεις είναι σταθερά πάνω από 18.000 μόρια. Το τμήμα είναι ένα από τα δημοφιλέστερα τμήματα του πανεπιστημιακού συστήματος και πολλές εκατοντάδες υποψηφίων φοιτητών το δηλώνουν ως την πρώτη τους επιλογή.

Επομένως, το τμήμα δεν έχει ανάγκη επιθετικής πολιτικής αλλά διατήρηση της καλής του εικόνας. Οι προσπάθειες που γίνονται μέχρι στιγμής περιορίζονται στην επικοινωνία και ενημέρωση των ενδιαφερόμενων μέσω του ιστότοπου του τμήματος, του ενημερωτικού δελτίου, ειδικών εντύπων (τρίπτυχο, κλπ) για υποψήφιους φοιτητές, καθώς και ομιλίες σε μαθητές που επισκέπτονται το πανεπιστήμιο ή επισκέψεις μελών του τμήματος για ενημέρωση των μαθητών στα σχολεία.

Επιπλέον, μέλη του τμήματος προβάλλουν το τμήμα και ενημερώνουν την κοινή γνώμη σχετικά με τα γνωστικά αντικείμενα του τμήματος με άρθρα σε εφημερίδες και περιοδικά, καθώς και με συμμετοχή σε τηλεοπτικά προγράμματα (δες ενδεικτικά τα δημοσιεύματα των μελών ΔΕΠ στον ημερήσιο και περιοδικό τύπο που παρατίθενται κατωτέρω).

Τέλος, το τμήμα έχει συστήσει, επιτροπή που συμπεριλαμβάνει φοιτητές για την εκπόνηση εισήγησης σχετικά με την ακολουθητέα επικοινωνιακή πολιτική για την προβολή του τμήματος και την προσέλκυση καλύτερων φοιτητών.

Η Γενική Συνέλευση θα συζητήσει τα προτεινόμενα μέτρα και θα αποφασίσει τις ενδεδειγμένες ενέργειες στην αρχή του επόμενου ακαδημαϊκού έτους.

Παρατίθενται ενδεικτικά, οι δημοσιεύσεις των μελών ΔΕΠ του τμήματος στον περιοδικό και ημερήσιο τύπο κατά τη τελευταία διετία, οι οποίες επηρεάζουν την κοινή γνώμη και καθιστούν το τμήμα ευρύτατα γνωστό στην Ελληνική κοινωνία:

- **Αργουσιδης, Π.** και **Βρεχόπουλος Α.** (2007) «Η Χρήση των Νέων Τεχνολογιών για την Ικανοποίηση του Πελάτη στο Λιανεμπόριο», Retail Technology, Ιούλιος.
- **Αυλωνίτης, Γ.** (2006) «Μάρκετινγκ και Ανταγωνιστικότητα της Εθνικής Οικονομίας», ΕΠΙΛΟΓΗ, ΤΑΣΕΙΣ 2006, Ιανουάριος.
- **Αυλωνίτης, Γ.** (2006) «35^ο Παγκόσμιο Συνέδριο Μάρκετινγκ. Στην Αθήνα από το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών», Συνέντευξη στο AD BUSINESS, 30 Ιανουαρίου.
- **Αυλωνίτης, Γ.** (2006) «Το Μάρκετινγκ είναι Υπόθεση Όλων των Τμημάτων μιας Επιχείρησης», Συνέντευξη στην εφημερίδα ΚΕΡΔΟΣ, 8 Φεβρουαρίου.
- **Αυλωνίτης, Γ.** (2006) «Παγκόσμιο Συνέδριο Μάρκετινγκ στην Αθήνα», Συνέντευξη στην εφημερίδα ΧΡΗΜΑΤΙΣΤΗΡΙΟ, 12 Φεβρουαρίου.
- **Αυλωνίτης, Γ.** (2006) «Το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Διοργανώνει για Δεύτερη Φορά το Συνέδριο της ΕΜΑC», Συνέντευξη στο περιοδικό ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ, Μάρτιος.

- **Αυλωνίτης, Γ.** (2006) «Έτοιμη η Αθήνα για το Συνέδριο της EMAC», Συνέντευξη στο περιοδικό MARKETING WEEK, 15 Μαΐου.
- **Αυλωνίτης, Γ.** (2006) «Πανόραμα της Επιστήμης του Μάρκετινγκ στην Αθήνα», Συνέντευξη στην εφημερίδα ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ, 4 Ιουνίου.
- **Αυλωνίτης, Γ.** (2006) «Κράτος και Επιχειρήσεις δεν Αναγνωρίζουν τον Ρόλο του Μάρκετινγκ», Συνέντευξη στην εφημερίδα ΚΕΡΔΟΣ, 14 Ιουνίου.
- **Αυλωνίτης, Γ.** (2006) «Marketing: Επιστήμη και Γιορτή», Συνέντευξη στο περιοδικό MARKETING WEEK, 17 Ιουνίου.
- **Αυλωνίτης, Γ.** (2006) «Οι Προκλήσεις του Σύγχρονου Μάρκετινγκ», Συνέντευξη στην εφημερίδα ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ, 19 Ιουνίου.
- **Αυλωνίτης, Γ.** (2006) «Τα Συνέδρια της EMAC Προάγουν Άμεσα την Επιστήμη του ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ», Συνέντευξη στην εφημερίδα ΕΞΠΡΕΣ, 25 Ιουνίου.
- **Αυλωνίτης, Γ.** (2006) «Πρόκληση για το Μάρκετινγκ ο Δυνατός Ανταγωνισμός στην Αγορά», Συνέντευξη στο περιοδικό AD BUSINESS, 3 Ιουλίου.
- **Αυλωνίτης, Γ.** (2006) «Το Πρόβλημα της Εποχής: Οι Ραγδαίες Εξελίξεις καταπίνουν Εμπειρίες και Γνώσεις Δεκαετιών», Συνέντευξη στο περιοδικό ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ, Ιούλιος – Αύγουστος 2006.
- **Αυλωνίτης, Γ.** και **Σαλαβού, Ε.** (2006) «Ο Ρόλος της Καινοτομίας στην Εξίσωση του Κέρδους», ΣΕΛΦ ΣΕΡΒΙΣ, Ιούλιος – Αύγουστος.
- **Αυλωνίτης, Γ.** και **Παναγόπουλος, Ν.** (2006) «Αποκωδικοποιώντας το DNA των Αποτελεσματικών Τμημάτων Πωλήσεων: Στοιχεία από την Ελληνική Πραγματικότητα», MARKETING WEEK, 4 Σεπτεμβρίου.
- **Αυλωνίτης, Γ.** (2006) «Το Μάρκετινγκ και ο “Διχασμός” της Μάρκας», Συνέντευξη στο περιοδικό ΣΕΛΦ ΣΕΡΒΙΣ, Δεκέμβριος.
- **Αυλωνίτης, Γ.** (2007) «Κτίζοντας Γέφυρες μεταξύ της Επιστήμης & της Πρακτικής του Μάρκετινγκ για την Ενίσχυση της Ανταγωνιστικότητας», Συνέντευξη στο περιοδικό ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ, Μάρτιος.
- **Αυλωνίτης, Γ.** και **Παπασταθοπούλου, Π.** (2007) «Κοινωνικό Μάρκετινγκ: Στρατηγική με Στόχο τον Πολίτη», Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, Ετήσια Έκδοση της εφημερίδας ΕΘΝΟΣ, σελ. 136-138, Μάρτιος.
- **Αυλωνίτης, Γ.** και **Παπασταθοπούλου, Π.** (2007) «Ο Στρατηγικός Ρόλος του Μάρκετινγκ στις Χρηματοοικονομικές Υπηρεσίες: Τάσεις και Εξελίξεις», BANKERS' REVIEW, Ιούλιος.
- **Αυλωνίτης, Γ.** και **Παπασταθοπούλου, Π.** (2007) «Το Εμπορικό και Κοινωνικό Μάρκετινγκ στην Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη», Ειδικό Ένθετο ΕΘΝΟΣ, 31 Μαρτίου.
- **Αυλωνίτης, Γ.** και **Παπαβασιλείου, Ν.** (2007) «Το Μάρκετινγκ ως Εργαλείο Βελτίωσης του Εμπορικού Ελλείμματος», ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ, Τεύχος 36, σελ.74-75, Μάρτιος.

- **Αυλωνίτης, Γ., Αποσπóρη, Ε.** και Ζησούλη, Μ. (2007) «Ανατομία Ψηφοφόρων», Παρουσίαση Έρευνας που αφορούσε τις Δημοτικές Εκλογές του 2006 στην εφημερίδα ΚΥΡΙΑΚΑΤΙΚΗ ΕΛΕΥΘΕΡΟΤΥΠΙΑ, 24-25 Μαρτίου.
- **Αυλωνίτης, Γ.** (2007) «Κτίζοντας Γέφυρες για την Ενίσχυση της Ανταγωνιστικότητας», Συνέντευξη στο περιοδικό AD BUSINESS, 26 Μαρτίου.
- **Αυλωνίτης, Γ.** (2007) «Το Μάρκετινγκ Ενισχύει την Ανταγωνιστικότητα», Συνέντευξη στην εφημερίδα CITY PRESS, 12 Απριλίου.
- **Αυλωνίτης, Γ.** (2007) «Χτίζοντας Γέφυρες για την Εφαρμογή του Μάρκετινγκ», Συνέντευξη στην εφημερίδα ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ, 16 Απριλίου.
- **Αυλωνίτης, Γ.** (2007) «Από τα Ακαδημαϊκά Εγχειρίδια στον Επιχειρηματικό Στίβο», Συνέντευξη στο περιοδικό MARKETING WEEK, 23 Απριλίου.
- **Αυλωνίτης, Γ.** (2007) «Από την Επιστήμη στην Πρακτική του Μάρκετινγκ», Συνέντευξη στο περιοδικό RETAIL BUSINESS, 30 Απριλίου.
- **Αυλωνίτης, Γ. και Γιαννόπουλος, Α.** (2007) «Τουριστικό Μάρκετινγκ και Ανταγωνιστικότητα: η Ανάγκη Ανάπτυξης και Συνύπαρξης Εσωτερικού και Εξωτερικού Προσανατολισμού των Επιχειρήσεων», ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ, ΕΙΔΙΚΗ ΕΚΔΟΣΗ: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ, Τεύχος 38, Μάιος.
- **Αυλωνίτης, Γ. και Λιονάκης, Κ.** (2007) «Η Συνεργασία Μάρκετινγκ και Πωλήσεων Κλειδί της Επιτυχίας για τις Επιχειρήσεις», ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ, 7 Μαΐου.
- **Αυλωνίτης, Γ.** (2007) «Το Μάρκετινγκ & η Ενίσχυση της Ανταγωνιστικότητας», Συνέντευξη στην εφημερίδα ΗΜΕΡΗΣΙΑ, 11 Μαΐου.
- **Αυλωνίτης, Γ.** (2007) "Η Προεδρία της EMAC σε «Ελληνικά Χέρια»", Συνέντευξη στο περιοδικό ΣΕΛΦ ΣΕΡΒΙΣ, Τεύχος Ιουνίου.
- **Αυλωνίτης, Γ.** (2007) «Οφέλη από την Ευρωπαϊκή Ακαδημία Μάρκετινγκ», Συνέντευξη στην εφημερίδα ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ, 9 Ιουλίου.
- **Αυλωνίτης, Γ.** (2007) «Μάρκετινγκ και Πωλήσεις. Στο ίδιο έργο... πρωταγωνιστές», ΣΕΛΦ ΣΕΡΒΙΣ, Τεύχος Ιουλίου-Αυγούστου.
- **Αυλωνίτης, Γ. και Λιονάκης, Κ.** (2008) «Η Σύγκρουση μεταξύ Μάρκετινγκ & Πωλήσεων επηρεάζει τελικά την απόδοση της επιχείρησης;», ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ, Τεύχος Ιανουαρίου.
- **Αυλωνίτης, Γ. και Πήχα, Λ.** (2008) «Στην Τύχη του το Ελληνικό Βαμβάκι. Τι δείχνει έρευνα που εκπόνησε το εργαστήριο Μάρκετινγκ του ΟΠΑ», ΚΕΡΔΟΣ, 10 Φεβρουαρίου.
- **Αυλωνίτης, Γ. και Πήχα, Λ.** (2008) «Τα Κρυμμένα Μυστικά για το Ελληνικό Βαμβάκι. Είκοσι ειδικοί δείχνουν το δρόμο για να ξαναβρεί τη λάμψη του ο λευκός χρυσός», AGRENDA, 9 & 10 Φεβρουαρίου.
- **Αυλωνίτης, Γ.** (2008) «Πού Οφείλονται οι Συγκρούσεις μεταξύ «Πωλήσεων» και «Μάρκετινγκ», ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ, 18 Φεβρουαρίου.

- **Αυλωνίτης, Γ. και Λιονάκης, Κ.** (2008) “Sales Vs Marketing”, Sales Management (Boussias Communications), Τεύχος Φεβρουαρίου-Μαρτίου.
- **Αυλωνίτης, Γ. και Παναγόπουλος, Ν.** (2008) «Αυξάνοντας την Απόδοση των Συστημάτων CRM: 1^η έρευνα του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών», Customer Management, Μάρτιος.
- **Αυλωνίτης, Γ. και Γιαννόπουλος, Γ.** (2008) «Στρατηγική Μάρκετινγκ για τον Ελληνικό Τουρισμό: Ακολουθώντας την Πορεία των Ταξιδιών των Σύγχρονων Τουριστών στην Ελλάδα και στον Κόσμο, ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ, Ειδική Έκδοση ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ, Μάιος.
- **Galanaki, E.** (2007) “Human Resource Management: How Does The Field Benefit From Outsourcing?”, Communication Director, May.
- **Galanaki, E.** (2007). “The Outside Arm of Managing People”, Communication Director, May.
- **Κοκκινάκη, Φ.** (2006). Αποτελεσματικές Παρεμβάσεις στη Διαχείριση Συγκρούσεων. *HR Professional*, 18, 62-63.
- **Μπάλας, Γ.** (2006). «Η Ατμόσφαιρα των Καταστημάτων. Επιδράσεις στον Καταναλωτή και Αρχές Διαμόρφωσής της». *Marketing Week*, Τεύχος 1096, 2 Μαΐου.
- **Μπάλας, Γ.** (2006). «Τα Προϊόντα Ιδιωτικής Ετικέτας Κερδίζουν την Εμπιστοσύνη των Καταναλωτών». Συνέντευξη στην Μ. Σιδέρη. ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ 14 Μαΐου.
- **Μπάλας, Γ.** (2006). «Έρευνα του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών: Προϊόντα Ιδιωτικής Ετικέτας». *Marketing Week*, Τεύχος 1105, 3 Ιουλίου.
- **Μπάλας, Γ.** (2006) «Έρευνα ΟΠΑ: Εξαιρετικά Ευνοϊκές οι Τάσεις για τα PL». Σελφ Σέρβις, Ιούλιος-Αύγουστος.
- **Μπάλας, Γ.** (2006). «Πρόσφορο το Έδαφος για Περαιτέρω Ανάπτυξη των Προϊόντων Private label». Ρεπορτάζ της Δ. Καραγιαννοπούλου. ΙΣΟΤΙΜΙΑ, 20 Αυγούστου.
- **Μπάλας, Γ.** (2006). «Ικανοποιημένο το 65,5% των Καταναλωτών από τα Σούπερ μάρκετ». Συνέντευξη στην Μ. Σιδέρη. ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ, 9 Σεπτεμβρίου.
- **Μπάλας, Γ.** (2006). «Ο Νέος Τύπος Καταναλωτή Οδηγεί σε Ανακατατάξεις». Ρεπορτάζ της Μαρίας Σιδέρη. ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ, 3 Σεπτεμβρίου.
- **Μπάλας, Γ.** (2006). «Καταναλωτές και Σούπερ μάρκετ». *Marketing Week*, Τεύχος 1113, 18 Σεπτεμβρίου.
- **Μπάλας, Γ.** (2006). «Έρευνα ΟΠΑ». Σελφ Σέρβις, Οκτώβριος.
- **Μπάλας, Γ.** (2007). «Στην Εποχή των Έξυπνων Αγορών». Σελφ Σέρβις, Συνέντευξη στον Ν. Παπαδημητρίου. Φεβρουάριος.

- **Μπάλτας, Γ.** (2007). «Η Ιδιωτική Ετικέτα Κερδίζει τους Καταναλωτές». Ρεπορτάζ της Μαρίας Σιδέρη. ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ, 29 Απριλίου.
- **Μπάλτας, Γ.** (2006). «Discount Σούπερ μάρκετ». Ρεπορτάζ της Μαρίας Σιδέρη. ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ, 9 Δεκεμβρίου.
- **Μπάλτας, Γ.** (2007). «Τα Προϊόντα Ιδιωτικής Ετικέτας Κερδίζουν τα Νοικοκυριά». Ρεπορτάζ του Χάρη Αναγνωστόπουλου και Χρήστου Κολώνα. ΕΘΝΟΣ, 4 Ιουνίου.
- **Μπάλτας, Γ.** (2007) «Έρευνα του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών». Marketing Week, Τεύχος 1150, 18 Ιουνίου.
- **Μπάλτας, Γ.** (2007). «Τι Αποκαλύπτει Έρευνα του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών». Ρεπορτάζ της Γωγώς Κατσέλη. ΕΛΕΥΘΕΡΟΣ ΤΥΠΟΣ, 24 Ιουνίου.
- **Μπάλτας, Γ.** (2007). «Λιτά και Καχύποπτα στο Σούπερ μάρκετ». Ρεπορτάζ του Χάρη Αναγνωστόπουλου και Χρήστου Κολώνα. ΕΘΝΟΣ 10 Νοεμβρίου.
- **Μπάλτας, Γ.** (2007). «Τι Ψάχνουν οι Καταναλωτές στο Ράφι του Σούπερ μάρκετ». Ρεπορτάζ της Μαρίας Σιδέρη. ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ, 10 Νοεμβρίου.
- **Μπάλτας, Γ.** (2007). «Έρευνα Ο.Π.Α.- Συγκέντρωση και στην Καταναλωτική Συμπεριφορά». Σελφ Σέρβις, Δεκέμβριος.
- **Μπάλτας, Γ.** (2007). «La Grece bat au rythme du credit». Les Affaires, Vol. LXXIX, No 34, pp. 10-11. Συνέντευξη στη δημοσιογράφο Isabelle Laporte.
- **Μπάλτας, Γ.** (2008). «Καταναλωτική Συμπεριφορά: Έρευνα του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών». Marketing Week, Τεύχος 1176, 7 Ιανουαρίου.
- **Μπάλτας, Γ.** (2008). «Ορατή Στροφή στην Ιδιωτική Ετικέτα». Ρεπορτάζ της Μαρίας Σιδέρη. ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ 1 Μαρτίου.
- **Παναγιωτοπούλου, Λ.** (2006) «Διοικώντας την Καριέρα, Διατηρείς τα Ταλέντα», Καθημερινή, The Economist, Το κυνήγι του ταλέντου, Δεκέμβριος Τεύχος 34.
- **Παναγόπουλος, Ν.** (2008) «Απογειώνοντας το Τμήμα Πωλήσεων: 2η Πανελλαδική Έρευνα του Εργαστηρίου Μάρκετινγκ (A.L.A.R.M.) του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών-Sales Management Barometer», Sales Management, Τεύχος 1, Φεβρουάριος-Μάρτιος.
- **Παπαβασιλείου, Ν.** (2006) «Logistics και Μάρκετινγκ στις Εμπορικές Επιχειρήσεις», Marketing Week, 19 Ιουνίου.
- **Παπαβασιλείου, Ν.** (2006) «Αποφυγή της Σπατάλης Χρόνου και Κόστους στις Διαδικασίες Logistics», ΕΞΠΡΕΣ, 16 Απριλίου.
- **Παπαβασιλείου, Ν.** (2006) «Διαδικτυακό (online) Μάρκετινγκ», ΕΞΠΡΕΣ, 1 Οκτωβρίου.

- **Παπαβασιλείου, Ν.** (2006) «Η Ποιότητα (και πόσο μετράει) στην Εξυπηρέτηση του Πελάτη», ΚΟΣΜΟΣ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΗ, 15–16 Ιουλίου, (ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ).
- **Παπαβασιλείου, Ν.** (2006) «Η Σημασία του Σχεδιασμού-Προγραμματισμού κατά την Αποστολή των Προϊόντων», Ειδική Έκδοση, Μάιος, Μεταφορές – Αποθήκευση – Logistics, ΚΕΡΔΟΣ.
- **Παπαβασιλείου, Ν.** (2006) «Η Χρήση του Benchmarking στον Έλεγχο των Διαδικασιών Logistics», ΕΞΠΡΕΣ, 9 Δεκεμβρίου.
- **Παπαβασιλείου, Ν.** (2006) «Ο Ρόλος της Τιμολογιακής Στρατηγικής στη Διαμόρφωση της Σχέσης με τους Πελάτες», ΕΞΠΡΕΣ, 24 Δεκεμβρίου.
- **Παπαβασιλείου, Ν.** (2006) «Οι Ποσοτικές και Ποιοτικές Μέθοδοι στην Έρευνα Αγοράς και Μάρκετινγκ», ΕΞΠΡΕΣ, 29 Οκτωβρίου.
- **Παπαβασιλείου, Ν.** (2006) «Οι Τάσεις στην Αγοραστική Συμπεριφορά και η Σημασία της Ανεσης...», ΚΟΣΜΟΣ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΗ, 1–2 Απριλίου, (ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ).
- **Παπαβασιλείου, Ν.** (2006) «Οι Χορηγίες ως Εργαλείο του Μάρκετινγκ», ΕΞΠΡΕΣ, 12 Νοεμβρίου.
- **Παπαβασιλείου, Ν.** (2006) «Ποιοι Παράγοντες και πώς Επηρεάζουν τη Χρήση των Στοιχείων του Μείγματος Μάρκετινγκ», ΕΞΠΡΕΣ, 3 Σεπτεμβρίου.
- **Παπαβασιλείου, Ν.** (2006) «Πού Βρίσκεται η Διαχωριστική Γραμμή Μεταξύ Μάρκετινγκ και Πωλήσεων», ΕΞΠΡΕΣ, 17 Σεπτεμβρίου.
- **Παπαβασιλείου, Ν.** (2006) «Προσανατολισμός των Logistics στο Χρήστη», ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ, 16 Μαρτίου.
- **Παπαβασιλείου, Ν.** (2006) «Πώς και Ποιοι Παράγοντες Επηρεάζουν τη Χρήση των Στοιχείων του Μίγματος Μάρκετινγκ», ΕΞΠΡΕΣ, 26 Νοεμβρίου.
- **Παπαβασιλείου, Ν.** (2006) «Σημαντική η Χρήση Διαδραστικών Μέσων στο Σημείο Πωλήσεων», ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ, 13 Αυγούστου.
- **Παπαβασιλείου, Ν.** (2006) «Τα Logistics και η Καινοτομία», ΗΜΕΡΗΣΙΑ, 10 Φεβρουαρίου.
- **Παπαβασιλείου, Ν.** (2006) «Τα Κουπόνια ως Εργαλείο του Μάρκετινγκ», ΕΞΠΡΕΣ, 15 Οκτωβρίου.
- **Παπαβασιλείου, Ν.** (2006) «Τι πρέπει να Γνωρίζουν οι Επιχειρήσεις για την Σημασία της Συσκευασίας», ΙΣΟΤΙΜΙΑ, 6–8 Ιανουαρίου.
- **Παπαβασιλείου, Ν.** (2007) «Logistics και Διαθεσιμότητα: Παρουσίαση Προϊόντων στο Σημείο Πώλησης (POS)», Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ, 11 Δεκεμβρίου.
- **Παπαβασιλείου, Ν.** (2007) «Η Μάρκα ως Παράγοντας Δημιουργίας Αξίας», Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ, 18 Σεπτεμβρίου.

- **Παπαβασιλείου, Ν.** (2007) «Προσανατολισμός στον Πελάτη: Εργαλείο στον Ανταγωνισμό», Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ, 20 Νοεμβρίου.
- **Παπαβασιλείου, Ν.** (2007) «Branding: Δημιουργικό Στρατηγικό Εργαλείο», Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ, 20 Οκτωβρίου.
- **Παπαβασιλείου, Ν.** (2007) «Αναγκαίο το Outsourcing των Logistics στην Αλυσίδα Διανομής των Προϊόντων», ΕΞΠΡΕΣ, 18 Μαρτίου.
- **Παπαβασιλείου, Ν.** (2007) «Είναι Σταθερός ένας Ικανοποιημένος Πελάτης;», Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ, 8 Οκτωβρίου.
- **Παπαβασιλείου, Ν.** (2007) «Επτά Κλειδιά για την Τιμολόγηση στο Διαδίκτυο», ΕΞΠΡΕΣ, 4 Φεβρουαρίου.
- **Παπαβασιλείου, Ν.** (2007) «Η Επίτευξη των Στόχων των Logistics Εξαρτάται από την Πρόγνωση των Νέων Τάσεων της Αγοράς» ΕΞΠΡΕΣ, 15 Απριλίου.
- **Παπαβασιλείου, Ν.** (2007) «Η Κουλτούρα της Επιχείρησης και η Καινοτομία στην Παραγωγή Προϊόντος», ΕΞΠΡΕΣ, 3 Μαρτίου.
- **Παπαβασιλείου, Ν.** (2007) «Ιδέες Αντί Χρημάτων: Αντάρτικο Μάρκετινγκ και Διαφήμιση Περιορισμένου Προϋπολογισμού», 1 Απριλίου.
- **Παπαβασιλείου, Ν.** (2007) «Μεγάλη η Σημασία των Αριθμοδεικτών στον Χώρο των Logistics», ΕΞΠΡΕΣ, 13 Μαΐου.
- **Παπαβασιλείου, Ν.** (2007) «Ποιοι Παράγοντες Συνηγορούν στην Αποτελεσματική Στρατηγική για την Τιμολόγηση στο Λιανικό Εμπόριο», ΕΞΠΡΕΣ, 31 Μαΐου.
- **Παπαβασιλείου, Ν.** (2007) «Σημαντική η Συμβολή του Category Management στην Εξασφάλιση Διαρκών Ανταγωνιστικών Πλεονεκτημάτων», ΕΞΠΡΕΣ, 7 Νοεμβρίου.
- **Παπαβασιλείου, Ν.** (2007) «Τα Logistics Κλειδί στις Σχέσεις μεταξύ Εταιριών και Πελατών», ΕΞΠΡΕΣ, 29 Απριλίου.
- **Παπαβασιλείου, Ν.** (2007) «Τιμολόγηση των Υπηρεσιών στο Διαδίκτυο και το Κόστος για τον Καταναλωτή», ΕΞΠΡΕΣ, 18 Φεβρουαρίου.
- **Παπαβασιλείου, Ν.** (2007) «Το Customer Relationship Management Απαραίτητο Εργαλείο του Μάρκετινγκ», ΕΞΠΡΕΣ, 21 Ιανουαρίου.
- **Παπαβασιλείου, Ν.** (2008) «Διαδικτυακό Μάρκετινγκ και Προσωπική Πώληση», Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ, 3 Απριλίου.
- **Παπαβασιλείου, Ν.** (2008) «Διαδικτυακό Μάρκετινγκ: Ένα Σύγχρονο Εργαλείο Γρήγορης και Άμεσης Επαφής με τους Πελάτες», Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ, 12 Μαρτίου.
- **Παπαβασιλείου, Ν.** (2008) «Χειρισμός Παραπόνων: Μια Πόρτα προς τον Πελάτη», Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ, 19 Φεβρουαρίου.

- **Παπαβασιλείου, Ν.** (2008) «Ατμόσφαιρα Καταστήματος και Συμπεριφορά προς Καταναλωτή», Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ, 29 Ιανουαρίου.
- **Παπαβασιλείου, Ν.** (2008) «Η Σημασία της 'Αντιλαμβανόμενης' Καινοτομίας». ΚΟΣΜΟΣ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΗ, 10-11 Μαΐου.
- **Παπαλεξανδρή, Ν.** (2007) «Πολιτικές Εναρμόνισης Οικογενειακής και Εργασιακής Ζωής», Τεύχος 37, Ειδική Έκδοση Καθημερινή/The Economist, Μάρτιος.
- **Παπαλεξανδρή, Ν.**, (2007) «Η «Κακοποίηση» (Workplace Bullying) στις Ελληνικές Επιχειρήσεις. ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ, Ιανουάριος.
- **Papalexandris, N.** (2007), "Internal Corporate Communication Practices: Exploring the difference between Multinational and Local Companies", Communication Director, February.
- **Papalexandris N. and Galanaki, E.** (2007). "Speaking with an Internal Voice", *Communication Director*, February.
- **Παπασταθοπούλου, Π.** (2007) «Αναπτύσσοντας Νέα Προϊόντα Κοινωνικού Προσανατολισμού, ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ, Λεύκωμα Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη: Δράσεις & Πρακτικές, Ιούνιος.
- **Παπασταθοπούλου, Π.** (2007) «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, Υπεύθυνα και Σοβαρά», ΣΕΛΦ ΣΕΡΒΙΣ, Ιούλιος, (συνέντευξη στον Νικόλα Παπαδημητρίου).
- **Παπασταθοπούλου, Π.** (2007) «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη: Γιατί οι καταναλωτές την επιβραβεύουν», Σελφ Σέρβις, Δεκέμβριος, (συνέντευξη στην Νίκη Καττή).
- **Σκούρας, Θ.** (2006) «Τι Πρέπει να Γίνει με την Πανεπιστημιακή Μεταρρύθμιση» ΕΣΤΙΑ, 25 Νοεμβρίου.
- **Σκούρας, Θ.** (2008) «Γιατί Αυξάνεται Ραγδαία η Πολυτελής Κατανάλωση;» ΤΟ ΒΗΜΑ, 4 Ιανουαρίου.
- **Ψιλούτσικου, Μ.** (2008) «Η Εκπαιδευτική Διάσταση του Franchise», Franchise Emporium, τεύχος 1, Μάρτιος.
- **Ψιλούτσικου, Μ.** (2008) «Το Franchise στο Χώρο του Τουρισμού», Franchise Emporium, τεύχος 2, Ιούνιος.

8 Διοικητικές υπηρεσίες και υποδομές

8.1 Αποτελεσματικότητα των διοικητικών και τεχνικών υπηρεσιών.

8.1.1 *Πώς είναι στελεχωμένη και οργανωμένη η Γραμματεία του Τμήματος και των Τομέων;*

Στο τμήμα δεν υπάρχουν τομείς. Αντιθέτως, η γραμματεία του τμήματος είναι χωρισμένη σε γραμματεία του προπτυχιακού, με πέντε υπαλλήλους και σε γραμματείες μεταπτυχιακών προγραμμάτων με πέντε υπαλλήλους. Οι υπάλληλοι των γραμματειών μεταπτυχιακών προγραμμάτων εξυπηρετούν και τα εργαστήρια του τμήματος μαζί με μέλη ΕΤΕΠ και ΕΕΔΙΠ. Η κυριότερη έλλειψη που παρατηρείται είναι η έλλειψη γραμματέως του προέδρου του τμήματος. Το κενό καλύπτει σήμερα η γραμματέας ενός από τα μεταπτυχιακά προγράμματα. Επίσης, η λειτουργία αγγλόφωνου προγράμματος από το επόμενο ακαδημαϊκό έτος θα απαιτήσει τουλάχιστον ένα ακόμη υπάλληλο γραμματείας.

8.1.2 *Πόσο αποτελεσματικές θεωρείτε πως είναι οι παρεχόμενες υπηρεσίες και το ωράριο λειτουργίας της Γραμματείας του Τμήματος και των Τομέων για την εξυπηρέτηση των αναγκών του διδακτικού προσωπικού και των φοιτητών;*

Επειδή η γραμματεία του Τμήματος Μ&Ε πρωτοπόρησε στον σχεδιασμό και λειτουργία μηχανογράφησης των περισσότερων λειτουργιών της, θα μπορούσαμε να πούμε ότι οι ανάγκες του διδακτικού προσωπικού και των φοιτητών εξυπηρετούνται ικανοποιητικά. Οπωσδήποτε, λόγω μικρότερης αναλογίας φοιτητών προς προσωπικό, οι γραμματείες των μεταπτυχιακών προγραμμάτων λειτουργούν πιο αποτελεσματικά. Οι ελλείψεις προσωπικού πάντως δεν αφορούν τόσο το διοικητικό προσωπικό των γραμματειών (χρειάζονται 2 ακόμη άτομα) όσο το προσωπικό των εργαστηρίων. Κάποιες ανάγκες ικανοποιούνται από έκτακτο προσωπικό που αμείβεται από προγράμματα του ΚΠΣ αλλά χρειάζεται να εξασφαλιστεί μια πιο σταθερή και μόνιμη λύση.

8.1.3 *Πόσο αποτελεσματική είναι η συνεργασία των διοικητικών υπηρεσιών του Τμήματος με εκείνες της κεντρικής διοίκησης του Ιδρύματος; Πόσο ικανοποιητική για τις ανάγκες του Τμήματος είναι;*

Το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών είναι ένα σχετικά μικρό και χωροταξικά «συμπαγές» πανεπιστήμιο. Η συνεργασία των κεντρικών διοικητικών υπηρεσιών με τις υπηρεσίες του τμήματος είναι σχετικά αποτελεσματική.

8.1.3.1 η οργάνωση και το ωράριο λειτουργίας της Βιβλιοθήκης;

Δεδομένου των συνθηκών, οργάνωση και το ωράριο της Βιβλιοθήκης είναι ικανοποιητικά, διότι αρκετό προσωπικό αμείβεται από ευρωπαϊκά προγράμματα.

Βέβαια η επέκταση του ωραρίου θα ήταν επιθυμητή αλλά την εμποδίζει το ωράριο λειτουργίας των κτιρίων του Πανεπιστημίου και η αδυναμία εξασφάλισης στοιχειωδών κανόνων ασφάλειας και τάξης στους χώρους του Πανεπιστημίου, ιδίως τις νυκτερινές ώρες. Η ουσία του προβλήματος βρίσκεται στην απουσία ενός πανεπιστημιακού σώματος φύλαξης και ασφάλειας, καθώς και του τρόπου που αντιλαμβάνονται οι κομματικές φοιτητικές παρατάξεις την έννοια του πανεπιστημιακού ασύλου.

8.1.3.2 των Υπηρεσιών Πληροφόρησης;

Οι υπηρεσίες πληροφόρησης – δίκτυα, πληροφόρηση από ΕΛΚΕ, γραφείο διασύνδεσης, γραφείο διαμεσολάβησης – λειτουργούν ικανοποιητικά.

8.1.3.3 Πώς είναι στελεχωμένα και πώς οργανώνονται τα Εργαστήρια ή/και τα Σπουδαστήρια του Τμήματος;

Τα τρία θεσμοθετημένα εργαστήρια του τμήματος, στελεχώνονται από:

α) τρία μέλη Ε.Ε.ΔΙ.Π. ΙΙ (Ειδικό Εργαστηριακό Διδακτικό Προσωπικό), τα οποία κάνουν βοηθητικό διδακτικό έργο κυρίως σε μαθήματα που περιλαμβάνουν χρήση εργαστηρίων ηλεκτρονικών υπολογιστών,

β) ένα μέλος ΕΤΕΠ (Ειδικό Τεχνικό Προσωπικό), υπεύθυνο για την λειτουργία των υποδομών του εργαστηρίου Μάρκετινγκ (δίκτυο υπολογιστών, υπολογιστικό σύστημα διενέργειας τηλεφωνικών ερευνών),

γ) τέσσερις Διοικητικούς υπαλλήλους, οι οποίοι υποστηρίζουν την λειτουργία υποδομών των εργαστηρίων Πολυμέσων Επικοινωνίας και Ανθρωπίνων Πόρων (δίκτυα υπολογιστών, συντήρηση λογισμικού σταθμών εργασίας η/υ, συντήρηση ενημέρωση διαδικτυακών εξυπηρετητών των εργαστηρίων και του τμήματος, παραγωγή λογισμικού, βοηθητικό διδακτικό έργο και διοικητικό έργο),

δ) με περιστασιακά εργαζόμενους (σήμερα τρεις) που αμείβονται από συμβάσεις έργου χρηματοδοτούμενες από ερευνητικά προγράμματα τα οποία διαχειρίζεται ο Ε.Λ.Κ.Ε. του πανεπιστημίου, απασχολούμενοι κυρίως στη διοικητική υποστήριξη των εργαστηρίων, τη φύλαξη των χώρων, υποστήριξη προγράμματος πρακτικής άσκησης φοιτητών, υποστήριξη βιντεοθήκης τμήματος, κ.α.

ε) Για την λειτουργία των εργαστηρίων, σημαντική είναι η συνεισφορά των υποψηφίων διδασκόντων, οι οποίοι περιστασιακά εξυπηρετούν ανάγκες φύλαξης των χώρων, βοήθεια στην εκπόνηση φοιτητικών εργασιών, υποστήριξη διενεργούμενων ερευνών κ.α.

Σπουδαστήρια δεν υπάρχουν στο τμήμα.

8.1.4 Πόσο αποτελεσματική θεωρείτε πως είναι η λειτουργία τους;

Η λειτουργία των εργαστηρίων κρίνεται γενικά πολύ αποτελεσματική. Θα βοηθούσε σημαντικά το έργο των εργαστηρίων, αν κάποιοι υπάλληλοι που έχουν μονιμοποιηθεί ως διοικητικό προσωπικό, μπορούσαν να αλλάξουν ιδιότητα και να μεταταχθούν ως μέλη ΕΤΕΠ (Ειδικό Τεχνικό Προσωπικό), διότι στην πραγματικότητα προσφέρουν

έργο τεχνικής υποστήριξης στα εργαστήρια που εργάζονται και η αντιστοιχία αυτή δημιουργεί διοικητικές ανακολουθίες.

8.1.5 Πώς υποστηρίζονται οι υποδομές και υπηρεσίες πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών του Τμήματος; Πόσο αποτελεσματικές είναι;

Οι υποδομές και οι υπηρεσίες πληροφορικής, υποστηρίζονται επιτυχώς από το προσωπικό που περιγράφηκε ανωτέρω και φυσικά από Κέντρο Διαχείριση Δικτύων του πανεπιστημίου.

Το μεγαλύτερο πρόβλημα των εργαστηρίων – και γενικότερα του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών – είναι η έλλειψη χώρων. Οι φοιτητές του τμήματος χρησιμοποιούν, για τις εφαρμογές κάποιων από τα διδασκόμενα μαθήματα, λογισμικό που λειτουργεί σε υπολογιστές ειδικών προδιαγραφών (γεωγραφικά συστήματα πληροφοριών, ειδικά σχεδιαστικά προγράμματα, κλπ).

Απαιτούνται σημαντικοί πόροι για την προμήθεια αδειών λογισμικού, όχι μόνο εξειδικευμένων λογισμικών, αλλά και για λογισμικά απολύτως απαραίτητα για διεκπεραίωση στοιχειωδών διοικητικών λειτουργιών, για διδασκαλία και εκπόνηση φοιτητικών εργασιών (πχ. λογισμικό επεξεργασίας κειμένου, λογιστικών φύλλων, προγραμμάτων παρουσιάσεων, ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και άλλα πολλά).

Οι χώροι που διαθέτει το τμήμα, είναι υποδεέστεροι των απαιτήσεων σύμφωνα με τον όγκο των εξυπηρετούμενων φοιτητών. Για παράδειγμα, για την διδασκαλία μαθημάτων με χρήση ηλεκτρονικών υπολογιστών που γίνεται σε εργαστήρια, οι φοιτητές χωρίζονται σε πολλά τμήματα για να εξυπηρετηθούν, κάτι που δεν μπορεί να γίνει πάντα λόγω έλλειψης βοηθητικού διδακτικού προσωπικού. Επίσης, η κατάτμηση αυτή επιφέρει και μεγάλη δυσκολία στην οργάνωση του ωρολόγιου προγράμματος σπουδών, λόγω και του ανεπαρκούς αριθμού αιθουσών διδασκαλίας.

8.1.6 Πώς υποστηρίζονται οι υποδομές και υπηρεσίες πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών του Τμήματος; Πόσο αποτελεσματικές είναι;

Οι υποδομές και οι υπηρεσίες πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών του τμήματος είναι αυτές που διαθέτει το ΟΠΑ. Στηρίζονται από το κέντρο δικτύων το οποίο χρηματοδοτείται από ευρωπαϊκά προγράμματα. Σε γενικές γραμμές μπορούμε να πούμε ότι είναι αποτελεσματικές.

8.II Υπηρεσίες φοιτητικής μέριμνας.

8.II.1 Πώς εφαρμόζεται ο θεσμός του Σύμβουλου Καθηγητή;

Ο θεσμός αυτός εφαρμόζεται, αλλά θα μπορούσαμε να πούμε ότι εφαρμόζεται υποτονικά, δεδομένου ότι ο μεγαλύτερος αριθμός φοιτητών δεν τον αξιοποιεί.

8.II.2 Πόσο αποτελεσματικά υποστηρίζεται η πρόσβαση των μελών της ακαδημαϊκής κοινότητας στη χρήση Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών;

Τα περισσότερα μέλη του τμήματος είναι νεαράς ηλικίας και χρησιμοποιούν χωρίς δυσκολία τις τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών. Το προσωπικό των

εργαστηρίων βοηθάει πολλές φορές με τις γνώσεις του και μερικές φορές με τεχνική εξυπηρέτηση τα μέλη του τμήματος, όταν αντιμετωπίζουν σχετικά προβλήματα.

8.Π.3 Υπάρχει υπηρεσία υποστήριξης των εργαζόμενων φοιτητών; Πόσο αποτελεσματική είναι η λειτουργία της;

Δεν υπάρχει υπηρεσία υποστήριξης εργαζομένων φοιτητών. Δεδομένου μάλιστα ότι τα ελληνικά ΑΕΙ είναι στην ουσία ιδρύματα εξ αποστάσεως εκπαίδευσης (εφόσον η παρουσία είναι τελείως προαιρετική), η έλλειψη υποστήριξης και εκπαιδευτικού υλικού για φοιτητές που δεν παρακολουθούν τα μαθήματα αποτελεί βασικό πρόβλημα στην ποιότητα της εκπαίδευσης που παρέχουν.

8.Π.4 Υπάρχει υπηρεσία υποστήριξης των περισσότερο αδύναμων φοιτητών και εκείνων που δεν ολοκληρώνουν εμπρόθεσμα τις σπουδές τους; Πόσο αποτελεσματική είναι η λειτουργία της;

Δεν υπάρχει τέτοια υπηρεσία, ούτε έχει ποτέ γίνει σκέψη δημιουργίας της. Το τμήμα Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας είναι από τα δημοφιλέστερα τμήματα του χώρου του και προσελκύει σπουδαστές με πολύ υψηλή βαθμολογία. Αδύναμοι φοιτητές θα μπορούσαν να είναι αυτοί που εισάγονται με χαριστικές διατάξεις («από το παράθυρο»), οι οποίοι δεν είναι και «καλοδεχούμενοι» ώστε να σχεδιαστεί ειδική υποστήριξη γι' αυτούς. Η μέση διάρκεια σπουδών στο τμήμα είναι 4,5 - 5 έτη και έχει παρατηρηθεί ότι οι σπουδαστές που αργούν να αποφοιτήσουν το κάνουν για άλλους λόγους (εργασία, παροδική ή μόνιμη έλλειψη ενδιαφέροντος για το αντικείμενο των σπουδών). Η καθυστέρηση αποφοίτησης δεν έχει απασχολήσει το τμήμα μέχρι τώρα.

8.Π.5 Παρέχονται υποτροφίες στους άριστους φοιτητές ή σε ειδικές κατηγορίες φοιτητών (πέραν των υποτροφιών του ΙΚΥ);

Όχι. Παρέχεται όμως δυνατότητα εργασίας στη βιβλιοθήκη και σε εργαστήρια στη βάση βαθμών και οικονομικής κατάστασης.

8.Π.6 Υπάρχει συγκεκριμένη πολιτική του Τμήματος για την ομαλή ένταξη των νεοεισερχόμενων στο Τμήμα φοιτητών; Πόσο αποτελεσματική είναι;

Όχι, πέραν της τελετής για την υποδοχή των νέων φοιτητών στην αρχή του ακαδημαϊκού έτους και της δυνατότητας χρησιμοποίησης των Συμβούλων Καθηγητών.

8.Π.7 Πώς συμμετέχουν οι φοιτητές στη ζωή του Τμήματος και του Ιδρύματος γενικότερα;

Οι σπουδαστές συμμετέχουν στα θεσμοθετημένα συλλογικά όργανα διοίκησης και σε διάφορους συλλόγους, πολιτικούς, καλλιτεχνικούς, αθλητικούς, κλπ. Επειδή οι φοιτητές του τμήματος εκπονούν μεγάλο αριθμό ομαδικών εργασιών στο τμήμα – περίπου τριάντα ομαδικές εργασίες κατά τη διάρκεια των σπουδών τους – έρχονται σε συχνή επαφή με τους συναδέλφους τους. Επίσης σε κάποια μαθήματα λειτουργούν blogs ή chatrooms όπου οι φοιτητές ανταλλάσσουν γνώμες σχετικά με τα μαθήματα ή άλλα θέματα.

8.II.8 *Πώς υποστηρίζονται ειδικά οι αλλοδαποί φοιτητές που μετακινούνται προς το Τμήμα;*

Το τμήμα διεθνών σχέσεων εξυπηρετεί τους φοιτητές που έρχονται από τις χώρες της Κοινότητας με τρόπο ικανοποιητικό, δεδομένου ότι μελέτες που έχουν γίνει στο εξωτερικό, αλλά και ο διαρκώς αυξανόμενος αριθμός αιτήσεων, δείχνουν ότι το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών ήταν πολύ δημοφιλές μεταξύ των φοιτητών των χωρών αυτών. Φοιτητές όμως που προέρχονται από άλλες χώρες δεν έχουν ειδική υποστήριξη από το τμήμα πέραν αυτής που παρέχει το τμήμα Δημοσίων Σχέσεων. Πάντως, η συνεργασία με το τμήμα Διεθνών Σχέσεων είναι ιδιαίτερα στενή και αρμονική, δεδομένου ότι μέλη του τμήματος έχουν πρωτοστατήσει και ενεργά υποστηρίξει την δημιουργία και ανάπτυξη του τμήματος Διεθνών Σχέσεων.

8.III **Υποδομές πάσης φύσεως που χρησιμοποιεί το Τμήμα.**

8.III.1 *Επάρκεια και ποιότητα των τεκμηρίων της βιβλιοθήκης.*

Γενικά η ποιότητα των υπηρεσιών της βιβλιοθήκης είναι ικανοποιητική. Η σύνδεση της βιβλιοθήκης με τις ηλεκτρονικές βάσεις δεδομένων έχει διευκολύνει σημαντικά την πρόσβαση σε νέα γνώση και μόνο κατά διαστήματα, μεταξύ έναρξης και λήξης των σχετικών ευρωπαϊκών προγραμμάτων, δημιουργούνται προβλήματα.

8.III.2 *Επάρκεια και ποιότητα κοινόχρηστου τεχνικού εξοπλισμού.*

Μετά και την πρόσφατη ανανέωση του τεχνικού εξοπλισμού του υπολογιστικού κέντρου μπορούμε να θεωρήσουμε ότι ο κοινόχρηστος εξοπλισμός είναι ποιοτικά ικανοποιητικός. Βέβαια, η έλλειψη χώρων περιορίζει σημαντικά την χρήση του εξοπλισμού από τους φοιτητές του τμήματος.

8.III.3 *Επάρκεια και ποιότητα χώρων και εξοπλισμού σπουδαστηρίων.*

Σπουδαστήρια δεν υπάρχουν στο τμήμα. Ο τεχνικός εξοπλισμός των εργαστηρίων αναβαθμίζεται συνήθως με πόρους των μεταπτυχιακών προγραμμάτων. Αν υπήρχαν πρόσθετοι πόροι θα μπορούσε να ανανεώνεται συχνότερα δεδομένης της ραγδαίας εξέλιξης της τεχνολογίας. Και πάλι βέβαια, η έλλειψη χώρων περιορίζει σημαντικά την χρήση του εξοπλισμού από τους φοιτητές του τμήματος.

8.III.4 *Επάρκεια και ποιότητα γραφείων διδασκόντων.*

Στο ΟΠΑ γενικότερα παρατηρείται μεγάλη έλλειψη γραφείων διδασκόντων. Οι νεοπροσλαμβανόμενοι διδάσκοντες αναμένουν επί πολύ χρόνο για να αποκτήσουν γραφείο, μερικοί δε στεγάζονται σε σχετικά απομακρυσμένα από το κεντρικό κτίρια, πράγμα που δεν διευκολύνει την πρόσβασή τους σε κοινόχρηστες υπηρεσίες – φωτοτυπικά, βιβλιοθήκη, κ.λπ. Τα υπάρχοντα γραφεία, ειδικά αυτά που βρίσκονται στα κεντρικά κτίρια είναι ικανοποιητικά από άποψη χώρων και εξοπλισμού. Ο εξοπλισμός τους χρηματοδοτείται από έσοδα του τμήματος, τα οποία προέρχονται από παρακράτηση 3% επί των διδάκτρων που πληρώνουν οι φοιτητές των μεταπτυχιακών προγραμμάτων.

8.III.5 *Επάρκεια και ποιότητα χώρων Γραμματείας Τμήματος και Τομέων.*

Οι χώροι της γραμματείας του τμήματος είναι ικανοποιητικοί – ποσοτικά και ποιοτικά. Τομείς δεν υπάρχουν.

8.III.6 *Επάρκεια και ποιότητα χώρων συνεδριάσεων.*

Οι χώροι συνεδριάσεων του τμήματος είναι ικανοποιητικοί – ποσοτικά και ποιοτικά. Φυσικά, διατίθενται σε αυστηρά καθορισμένες ημέρες και ώρες.

8.III.7 *Επάρκεια και ποιότητα άλλων χώρων (διδασκαλεία, πειραματικά σχολεία, μουσεία, αρχεία, αγροκτήματα, εκθεσιακοί χώροι κλπ).*

Δεν έχουν επί του παρόντος παρουσιασθεί άλλες ανάγκες σε χώρους.

8.III.8 *Επάρκεια και ποιότητα υποδομών ΑΜΕΑ.*

Το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών έχει φροντίσει για την εξυπηρέτηση ΑΜΕΑ.

8.III.9 *Πώς εξασφαλίζεται η πρόσβαση των μελών της ακαδημαϊκής κοινότητας σε υποδομές και εξοπλισμό του Ιδρύματος;*

Δεν υπάρχουν ιδιαίτερα προβλήματα στην πρόσβαση των μελών της ακαδημαϊκής κοινότητας στις υποδομές και τον εξοπλισμό του Ιδρύματος, πέραν των περιορισμών που επιβάλλει η έλλειψη χώρων.

8.IV *Αξιοποίηση νέων τεχνολογιών από τις διάφορες υπηρεσίες του Τμήματος (πλην εκπαιδευτικού και ερευνητικού έργου).*

8.IV.1 *Ποιες από τις λειτουργίες του Τμήματος υποστηρίζονται από ΤΠΕ;*

Υπάρχει ηλεκτρονική γραμματεία, που επιτρέπει σε φοιτητές και καθηγητές να βλέπουν την καρτέλα με τους βαθμούς τους μέσω του διαδικτύου, καθώς και σχετικές στατιστικές με αυτήν (μέσος βαθμός, θέση στην κλίμακα βαθμολογίας, κλπ). Επιτρέπει στους φοιτητές να υποβάλουν τη δήλωση μαθημάτων τους εξ αποστάσεως. Στην ιστοσελίδα του τμήματος αναρτώνται διάφορες πληροφορίες για τα μαθήματα και άλλες δραστηριότητες, ενώ υπάρχουν ηλεκτρονικές σελίδες με το εκπαιδευτικό υλικό των περισσότερων μαθημάτων. Όλοι οι φοιτητές, με την εγγραφή τους, αποκτούν ηλεκτρονική διεύθυνση στο πανεπιστήμιο και χρησιμοποιούν το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο σχεδόν χωρίς καμιά εξαίρεση.

Ο ακόλουθος πίνακας παρουσιάζει τις λειτουργίες και τον τρόπο με τον οποίο υποστηρίζονται

Λειτουργίες Μέσο

Διδακτικό έργο Χώρος τηλε-εκπαίδευσης e-class
<http://eclass.aueb.gr/>

Περιγραφή

Ηλεκτρονική διάθεση εκπαιδευτικού υλικού των μαθημάτων του τμήματος

		(διαφάνειες, πρόγραμμα διδασκαλίας, εργασίες, μελέτες περιπτώσεων, κλπ)
Διοικητικό έργο	Ιστοσελίδα τμήματος http://www.mbc.aueb.gr/default.aspx	Ανάρτηση πάσης φύσης σχετικών πληροφοριών και υλικού (πρακτικά ΓΣ, διοικητικά έντυπα, ανακοινώσεις, δηλώσεις μαθημάτων, κλπ)
Ερευνητικό έργο	Ιστοσελίδα ηλεκτρονικής βιβλιοθήκης του ΟΠΑ http://www.lib.aueb.gr/	Πρόσβαση σε πλήρεις καταλόγους ηλεκτρονικών βάσεων επιστημονικών δημοσιεύσεων
Διάχυση ερευνητικού έργου	Ιστοσελίδα τμήματος http://www.mbc.aueb.gr/default.aspx και ιστοσελίδες ερευνητικών εργαστηρίων του τμήματος http://www.mbc.aueb.gr/laboratory.aspx	Παρουσίαση ερευνητικών δραστηριοτήτων, δημοσιεύσεων και έργων του τμήματος. Ευκαιρίες συνεργασίας με τον επιχειρηματικό κόσμο
Επικοινωνία μεταξύ μελών ΔΕΠ	Ιστοσελίδα τμήματος http://www.mbc.aueb.gr/default.aspx	Ηλεκτρονικός χώρος συνεργασίας ΔΕΠ (ημερολόγιο, ανταλλαγές εγγράφων, ταυτόχρονη χρήση εφαρμογών, κλπ)
Επικοινωνία τμήματος – φοιτητών & υποψήφιων φοιτητών	Ιστοσελίδα τμήματος http://www.mbc.aueb.gr/default.aspx	Ανακοινώσεις, ενημέρωση τρέχοντος ακαδημαϊκού έτους προς τους φοιτητές Σελίδες αφιερωμένες στην ενημέρωση των υποψήφιων φοιτητών Ηλεκτρονική έκδοση του Newsletter «Ενημερώνουμε» του τμήματος
Επικοινωνία μεταξύ φοιτητών	Ιστοσελίδα τμήματος http://www.mbc.aueb.gr/default.aspx	Ιδιαίτερος χώρος ανταλλαγής νέων (φοιτητική ζωή) μεταξύ φοιτητών

8.IV.2 Ποιες από αυτές και πόσο χρησιμοποιούνται από τις διοικητικές υπηρεσίες, τους φοιτητές και το ακαδημαϊκό προσωπικό του Τμήματος;

Όπως φαίνεται και από τον πιο πάνω πίνακα, στις λειτουργίες που υποστηρίζονται από τις ΤΠΕ συμμετέχει πλήρως η γραμματεία του τμήματος, όλα τα μέλη ΔΕΠ και η πλειοψηφία των φοιτητών.

Επειδή όλο το προσωπικό, διοικητικό και εκπαιδευτικό, αλλά και οι φοιτητές του τμήματος, είναι εξοικειωμένο με τη χρήση των νέων τεχνολογιών επικοινωνίας, η χρήση τους είναι σχεδόν καθολική.

8.IV.3 Πόσα μέλη του ακαδημαϊκού προσωπικού του Τμήματος διαθέτουν ιστοσελίδα στο διαδίκτυο;

Οι πληροφορίες και τα βιογραφικά του ακαδημαϊκού προσωπικού του Τμήματος βρίσκονται στην ιστοσελίδα του τμήματος <http://www.mbc.aueb.gr/humandep3.aspx>

Εκτεταμένα βιογραφικά όλων των μελών του ακαδημαϊκού προσωπικού υπάρχουν στην ιστοσελίδα του τμήματος και των μεταπτυχιακών προγραμμάτων στα ελληνικά και στα αγγλικά.

8.IV.4 Πόσο συχνά ανανεώνεται ο ιστότοπος του Τμήματος στο διαδίκτυο;

Ο ιστότοπος του τμήματος ανανεώνεται όποτε παρουσιάζονται νέα στοιχεία και πάντως κάθε εξάμηνο. Ο ιστότοπος της ηλεκτρονικής γραμματείας ανανεώνεται την εποχή που δημοσιεύονται οι βαθμολογίες κάθε εξαμήνου.

Η συχνότητα ανανέωσης ποικίλει ανάλογα με το είδος της πληροφορίας. Ενδεικτικά αναφέρουμε:

- Οι ανακοινώσεις της γραμματείας και τα νέα του τμήματος ανανεώνονται καθημερινά.
- Η επικοινωνία μεταξύ μελών ΔΕΠ και φοιτητών, μεταξύ φοιτητών, και μεταξύ μελών ΔΕΠ είναι συνεχής.
- Το ακαδημαϊκό ημερολόγιο και πρόγραμμα, το υλικό των μαθημάτων κάθε εξάμηνο.
- Οι πληροφορίες για τα μέλη ΔΕΠ και τα βιογραφικά τους κάθε έτος.

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Στις ενέργειες επικοινωνίας του τμήματος συμπεριλαμβάνονται επίσης:

- Το Newsletter «Ενημερώνουμε» του τμήματος (συγκεντρωτική έκδοση κάθε διετία).
- Ενημερωτικά φυλλάδια παρουσίασης του τμήματος για τους υποψήφιους φοιτητές του τμήματος.
- Παρουσιάσεις του τμήματος, του προγράμματος σπουδών και των επαγγελματικών του προοπτικών σε μαθητές σε λύκεια και στο χώρο του πανεπιστημίου.

8.V Διαφάνεια και αποτελεσματικότητα στη χρήση υποδομών και εξοπλισμού.

8.V.1 Γίνεται ορθολογική χρήση των διαθέσιμων υποδομών του Τμήματος; Πώς διασφαλίζεται;

Οι τηλεφωνικές και διαδικτυακές υποδομές χρησιμοποιούνται από τα μέλη του τμήματος σχεδόν ελεύθερα, τόσο από τα γραφεία όσο και εξ αποστάσεως. Δεν παρατηρούνται τελευταία μεγάλες καθυστερήσεις στην εξυπηρέτηση. Οι φοιτητές μπορούν και αυτοί να χρησιμοποιούν τις διαδικτυακές (όχι τις τηλεφωνικές) υποδομές του τμήματος ελεύθερα.

8.V.2 Γίνεται ορθολογική χρήση του διαθέσιμου εξοπλισμού του Τμήματος; Πώς διασφαλίζεται;

Δεν έχουν παρατηρηθεί καταχρήσεις του εξοπλισμού του τμήματος. Οι φοιτητές προέβησαν στο αίτημα χρησιμοποίησης των εκτυπωτών του εργαστηρίου πολυμέσων για να εκτυπώνουν τις εργασίες τους φέρνοντας το χαρτί. Δεν έχουν παρατηρηθεί καταχρήσεις.

8.VI Διαφάνεια και αποτελεσματικότητα στη διαχείριση οικονομικών πόρων.

8.VI.1 Προβλέπεται διαδικασία σύνταξης και εκτέλεσης προϋπολογισμού του Τμήματος; Πόσο αποτελεσματικά εφαρμόζεται;

Το τμήμα δεν διαθέτει προϋπολογισμό από τους κρατικούς πόρους. Έχει έναν προϋπολογισμό που αντλεί έσοδα από την παρακράτηση επί των εσόδων των μεταπτυχιακών προγραμμάτων στα οποία συμμετέχει. Ο προϋπολογισμός είναι διετής, συντάσσεται από τον πρόεδρο και εγκρίνεται από την Γενική Συνέλευση του Τμήματος. Επειδή τα κονδύλια μοιράζονται στα μέλη του διδακτικού προσωπικού, στη γραμματεία και στα εργαστήρια ο προϋπολογισμός εφαρμόζεται αρκετά αποτελεσματικά.

8.VI.2 Προβλέπεται διαδικασία κατανομής πόρων; Πόσο αποτελεσματικά εφαρμόζεται;

Όπως προαναφέρθηκε, ακολουθείται μια διαδικασία κατανομής των πόρων. Τα κριτήρια κατανομής ανά μέλος ΔΕΠ, πέραν ενός κοινού σταθερού ποσού επιβραβεύουν τα μέλη που έχουν μεγάλο αριθμό δημοσιεύσεων και ποιότητα διδασκαλίας. Ο προϋπολογισμός εφαρμόζεται αποτελεσματικά.

8.VI.3 Προβλέπεται διαδικασία απολογισμού; Πόσο αποτελεσματικά εφαρμόζεται;

Πρέπει να σημειωθεί ότι η διαδικασία αυτή έχει θεσπιστεί πρόσφατα και ο πρώτος απολογισμός θα γίνει φέτος. Ο απολογισμός γίνεται μαζί με τον νέο προϋπολογισμό και τα κονδύλια που έχουν περισσέψει εντάσσονται στον νέο προϋπολογισμό, αλλά ανήκουν στα άτομα και τις μονάδες στα οποία είχαν εξ αρχής καταναμηθεί.

9 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

9.1 Θετικά και Αρνητικά Σημεία όπως προκύπτουν από την Έκθεση Εσωτερικής Αξιολόγησης

Η ίδρυση του τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας ήρθε να καλύψει ένα μεγάλο κενό που υπήρχε στην χώρα μας όσον αφορά τις ταχύτατα εξελισσόμενες στο διεθνή χώρο επιστήμες του Μάρκετινγκ και της Επικοινωνίας.

Επειδή ακριβώς το τμήμα δημιουργήθηκε ως απάντηση στις ραγδαίες εξελίξεις στην αγορά εργασίας κατάφερε γρήγορα να γίνει δημοφιλές και να προσελκύσει υψηλό επίπεδο σπουδαστών μέσα από την διαδικασία των πανελληνίων εξετάσεων. Η μεγάλη πλειοψηφία των αποφοίτων του τμήματος ολοκληρώνουν τις σπουδές τους στα 4 έτη.

Σε όλα τα χρόνια λειτουργίας του, βρίσκεται σε πλήρη ακολουθία με τους αρχικούς του στόχους ενώ παρακολουθεί επιτυχώς τις εξελίξεις των επιστημονικών κλάδων που θεραπεύει και ως εκ τούτου έχει αναθεωρήσει με επιτυχία το πρόγραμμα σπουδών του (συνολικά 4 φορές), ανάλογα με τις εκάστοτε ανάγκες, σύμφωνα με την κρίση των μελών ΔΕΠ και με βάση τις προβλεπόμενες διαδικασίες.

Ένας άλλος παράγοντας που ενισχύει την καλή φήμη του τμήματος και την γενικότερη αναγνώριση του πτυχίου που προσφέρει είναι οι στενές σχέσεις που διατηρούν τα μέλη ΔΕΠ με τον ευρύτερο επιχειρηματικό κόσμο καθώς και η ανάληψη από μέρους τους μεγάλου αριθμού ερευνητικών και συμβουλευτικών έργων που διατηρούν την ενεργό σχέση του τμήματος με την αγορά εργασίας και την οικονομία της χώρας.

Το τμήμα αξιοποιεί με επιτυχία εκπαιδευτικούς θεσμούς που συμβάλουν σε θέματα κινητικότητας με εθνική ή ευρωπαϊκή διάσταση, όπως το Πρόγραμμα Πρακτικής Άσκησης του Υπουργείου Παιδείας ή το Ευρωπαϊκό Πρόγραμμα ανταλλαγής φοιτητών ERASMUS.

Συγκεκριμένα προσφέρει προαιρετικό πρόγραμμα Πρακτικής Άσκησης που λειτουργεί σε γενικές γραμμές με επιτυχία, η οποία αποτυπώνεται στα θετικά σχόλια των φοιτητών που συμμετέχουν, αλλά και σε αρκετές περιπτώσεις μόνιμης πρόσληψης φοιτητών από εταιρείες που εργάστηκαν ως ασκούμενοι ενώ βρίσκονταν πολύ κοντά στην απόκτηση πτυχίου.

Σε επίπεδο ευρωπαϊκής συνεργασίας έχει αποκτήσει καλή φήμη στο εξωτερικό ενώ τα ποσοστά των φοιτητών που δέχεται κάθε ακαδημαϊκό έτος στο πλαίσιο του προγράμματος ανταλλαγής φοιτητών ERASMUS αυξάνονται. Οι φοιτητές μας συμμετέχουν ενεργά στο πρόγραμμα ERASMUS και το τμήμα συνεργάζεται για αυτόν το σκοπό με μεγάλο αριθμό Ευρωπαϊκών Πανεπιστημίων. Φοιτητές του τμήματος έχουν επίσης διακριθεί σε διεθνείς διαγωνισμούς και αρκετά από τα μέλη ΔΕΠ έχουν λάβει μέρος και σε άλλα Ευρωπαϊκά Προγράμματα συνεργασίας όπως το Leonardo και κυρίως το Tempus.

Το τμήμα συμμετέχει σε μια σειρά από Μεταπτυχιακά Προγράμματα Σπουδών και έχει την συνολική ευθύνη για το ΜΠΣ: Μάρκετινγκ και Επικοινωνία με Νέες Τεχνολογίες (Πλήρους και Μερικής Φοίτησης). Το εν λόγω μεταπτυχιακό πρόγραμμα ιδρύθηκε με σκοπό τη δημιουργία νέων στελεχών στο μάρκετινγκ και στην επικοινωνία και τον εφοδιασμό των σημερινών στελεχών επιχειρήσεων με τις γνώσεις, τις δεξιότητες και τα εργαλεία που χρειάζονται για να ανταγωνίζονται με επιτυχία στο σύγχρονο επιχειρηματικό περιβάλλον και να συνεισφέρουν στην επιτυχία των επιχειρήσεων και οργανισμών τους. Είναι το πρώτο και μοναδικό πρόγραμμα στην Ελλάδα που ασχολείται με τις επιστήμες του Μάρκετινγκ και της Επικοινωνίας ενώ στα λίγα χρόνια λειτουργίας του, έχει συμβάλει στην αναβάθμιση και εξειδίκευση του στελεχειακού δυναμικού της Ελληνικής Οικονομίας και έχει συγκεντρώσει άριστες κριτικές τόσο από τους συμμετέχοντες, όσο και από τον επιχειρηματικό κόσμο.

Το τμήμα παρέχει Πρόγραμμα Διδακτορικών Σπουδών (Π.Δ.Σ.) με κύριο στόχο την δημιουργία επιστημόνων υψηλού επιπέδου στα γνωστικά αντικείμενα του Μάρκετινγκ και της Επιχειρηματικής Επικοινωνίας, οι οποίοι να είναι ικανοί να προάγουν την διεθνή έρευνα και να εξελιχθούν σε άξια μέλη ΔΕΠ ελληνικών και διεθνών πανεπιστημίων. Η ενεργός συμμετοχή σε διεθνή συνέδρια και η δημοσίευση ερευνητικών εργασιών σε αναγνωρισμένα διεθνή περιοδικά είναι ενδεικτικά της ικανότητας των διδακτορικών φοιτητών μας να προάγουν την έρευνα σε διεθνές επίπεδο. Επίσης, αρκετοί διδάκτορες του τμήματος (6) ήδη ακολουθούν με επιτυχία πανεπιστημιακή καριέρα. Στο πλαίσιο της συνεργασίας που έχει αναπτυχθεί στο αγγλόφωνο ΜΠΣ International Marketing με Ευρωπαϊκά Πανεπιστήμια στην Αγγλία, Ολλανδία, Ουγγαρία και Πορτογαλία το τμήμα προσανατολίζεται προς την επέκταση αυτής της συνεργασίας και σε επίπεδο διδακτορικών σπουδών.

Το τμήμα έχει ενεργό παρουσία στον Ευρωπαϊκό και Διεθνή ακαδημαϊκό χώρο όσον αφορά την έρευνα ενώ η προσπάθεια αυτή αντανakλάται στο κάθε μέλος ΔΕΠ μεμονωμένα, το οποίο, με βάση την επιστημονική του εξειδίκευση, παρακολουθεί τις σύγχρονες τάσεις και εξελίξεις που παρατηρούνται σε αυτή και έχει να επιδείξει δημοσιεύσεις σε διεθνή και έγκριτα επιστημονικά περιοδικά καθώς και τακτική συμμετοχή σε συνέδρια. Το τμήμα συμμετέχει σε πλήθος εθνικών και διεθνών ερευνητικών προγραμμάτων και το ερευνητικό του έργο υποστηρίζουν τα τρία εργαστήρια του. Αρκετά μέλη ΔΕΠ του τμήματος συμμετέχουν σε ημερίδες και συμπόσια και αρθρογραφούν τακτικά σε εφημερίδες και περιοδικά ή παραχωρούν συνεντεύξεις σε τηλεοπτικούς και ραδιοφωνικούς σταθμούς, έχοντας σαν στόχο να τονίσουν τις πρακτικές συνέπειες και επιπτώσεις του ερευνητικού τους έργου στην οικονομία και την κοινωνία γενικότερα. Τέλος λειτουργεί ο θεσμός των ερευνητικών σεμιναρίων σε κάθε εξάμηνο, στα οποία γίνονται εισηγήσεις από μέλη ΔΕΠ καθώς και από επιστήμονες άλλων ιδρυμάτων, που παρουσιάζουν πρόσφατες ερευνητικές προσπάθειες και διαφορετικές πτυχές της ερευνητικής μεθοδολογίας, ενώ παρέχονται θεσμοθετημένα κίνητρα υλικής και μη υλικής μορφής στα μέλη ΔΕΠ του τμήματος για τη διεξαγωγή έρευνας.

Όσον αφορά τα αρνητικά σημεία όπως προκύπτουν από την έκθεση αξιολόγησης το τμήμα είναι συχνά αντιμέτωπο με κάποια από τα ευρύτερα προβλήματα της ελληνικής τριτοβάθμιας εκπαίδευσης. Επιγραμματικά αναφέρουμε τα παρακάτω:

- Η συνεχής εμπλοκή των φοιτητικών κομματικών παρατάξεων στην εκπαιδευτική διαδικασία με αιτήματα διευκολύνσεων για την απόκτηση πτυχίου που στην ουσία μειώνουν την εγκυρότητα του προσφερόμενου πτυχίου π.χ. υποστήριξη της καθυστερημένης εγγραφής σε μαθήματα που με την σειρά της καθυστερεί υπερβολικά την διανομή συγγραμμάτων, απαίτηση για ορισμένη σε σελίδες εξεταστέα ύλη , αντίθεση στην καθιέρωση προαπαιτούμενων μαθημάτων, κ.α.
- Η καταστράτηγηση του πανεπιστημιακού ασύλου, και οι καταστροφές που επιφέρει στο πανεπιστήμιο και στην εκπαιδευτική διαδικασία.
- Ο μη υποχρεωτικός χαρακτήρας παρακολούθησης των προπτυχιακών μαθημάτων που οδηγεί σε πολύ μικρή παρακολούθηση αρκετών μαθημάτων και μετατρέπει το πανεπιστήμιο σε ένα 'κέντρο εξ' αποστάσεως εκπαίδευσης'. Αν και για την ώρα η μικρή παρακολούθηση μαθημάτων καλύπτει ελλείψεις σε υποδομές του Πανεπιστημίου (π.χ. επάρκεια χώρων διδασκαλίας), ουσιαστικά υποβαθμίζει το επίπεδο σπουδών.
- Η έλλειψη πόρων που θα επέτρεπαν,

α) την καλύτερη οργάνωση των εργαστηρίων του τμήματος π.χ. ανανέωση παλαιών προγραμμάτων λογισμικού, έλλειψη εργαστηριακού προσωπικού, χώρων διδασκαλίας και αποθηκευτικών χώρων.

β) την αρτιότερη διοικητική υποστήριξη αναγκών του τμήματος που δεν έχουν μεν επείγοντα χαρακτήρα είναι όμως ουσιαστικές ως προς την χάραξη μακροπρόθεσμων στόχων όπως π.χ. η έλλειψη γραμματέως Προέδρου που για την ώρα καλύπτει έκτακτα Διοικητική Υπάλληλος του ΜΠΣ ή η ελλιπής τήρηση χρησιμων στοιχείων (π.χ. αρχείο αποφοίτων του τμήματος), λόγω του επιβαρυσμένου φόρτου εργασίας του Διοικητικού Προσωπικού.

Τέλος ένα γενικότερο συμπέρασμα που προκύπτει από την εμπειρία της εσωτερικής αξιολόγησης είναι ότι αν και το τμήμα έχει έναν ικανοποιητικό βαθμό εξωστρέφειας προς την κοινωνία και έχει να επιδείξει αξιολογο ερευνητικό και διδακτικό έργο, οι εν λόγω δράσεις στηρίζονται κατά πολύ σε ατομικές πρωτοβουλίες και υπάρχουν ακόμα σημαντικά βήματα που μπορεί να κάνει ως προς τον σχεδιασμό, τον συντονισμό και την προβολή των δράσεων του καθώς και ως προς την χάραξη μακροπρόθεσμης στρατηγικής.

10 ΣΧΕΔΙΑ ΒΕΛΤΙΩΣΗΣ

10.I Βραχυπρόθεσμο και μεσοπρόθεσμο σχέδιο δράσης για την άρση των αρνητικών και την ενίσχυση των θετικών σημείων.

Το τμήμα προσπαθεί μέσω των ενισχυτικών πόρων που διαθέτει από τα μεταπτυχιακά προγράμματα του να ενισχύσει την έρευνα, την διδασκαλία και τις ευρύτερες δράσεις του ως εξής:

- i. Όσον αφορά την έρευνα υπάρχουν θεσμοθετημένα κίνητρα υλικής και μη υλικής βοήθειας των μελών ΔΕΠ για συγγραφή επιστημονικών άρθρων, συμμετοχή σε διεθνή συνέδρια και σε εθνικά και ευρωπαϊκά ερευνητικά προγράμματα.
- ii. Όσον αφορά την διδασκαλία το τμήμα προσπαθεί να ανανεώνει το υλικό διδασκαλίας του με την προμήθεια σύγχρονου οπτικοακουστικού υλικού, case studies και επιχειρηματικών παιχνιδιών για την καλύτερη εκμάθηση των φοιτητών σε ένα σύγχρονο, ρεαλιστικό επιχειρηματικό περιβάλλον.
- iii. Οι γνώσεις του διδακτικού προσωπικού ενισχύονται με την απόκτηση νέων συγγραμμάτων μέσω της βιβλιοθήκης.
- iv. Το τμήμα έχει θεσπίσει υψηλού επιπέδου κριτήρια σχετικά με τις βαθμίδες ΔΕΠ.
- v. Σε ότι αφορά τις ευρύτερες δράσεις του τμήματος, το τμήμα εξετάζει σε ετήσια βάση πρόγραμμα επικοινωνιακής πολιτικής για την καλύτερη διάχυση της γνώσης του Μάρκετινγκ και της Επικοινωνίας στην Κοινωνία. Η πολιτική αυτή εκτός από τις δράσεις των μελών ΔΕΠ (συμμετοχή σε ημερίδες, συμπόσια, συνεντεύξεις, αρθρογραφία στον τύπο) περιλαμβάνει εκδηλώσεις με την συμμετοχή των φοιτητών π.χ. εθελοντικές δράσεις, επισκέψεις μελών ΔΕΠ σε σχολεία της Αττικής, αποστολή έντυπου και ψηφιακού ενημερωτικού υλικού κ.λπ.

10.II Προτάσεις προς την Διοίκηση του Ιδρύματος και την Πολιτεία

Είναι σαφές από την έκθεση αξιολόγησης ότι οι συγκεκριμένοι πόροι δεν επαρκούν για να καλύψουν όλες τις εκπαιδευτικές και ερευνητικές ανάγκες του τμήματος, ενώ η έλλειψη κεντρικής χρηματοδότησης με μακροπρόθεσμη στρατηγική οδηγεί κατά καιρούς σε ασυνέχειες, ιδιαίτερα όσον αφορά τον

τεχνικό εξοπλισμό του τμήματος και το ανθρώπινο δυναμικό που παρέχει εργαστηριακή υποστήριξη. Το συγκεκριμένο πρόβλημα μπορεί να αναδειχθεί σε μείζονος σημασίας για το τμήμα καθώς οι επιστήμες του Μάρκετινγκ και της Επικοινωνίας, ακολουθούν από κοντά και διαμορφώνονται παράλληλα με τις ραγδαίες εξελίξεις στις νέες τεχνολογίες.

Η ΓΣ και η ΓΣΕΣ του τμήματος αξιολογεί και ελέγχει επιτυχώς τις στρατηγικές και τα μέτρα που λαμβάνονται από το τμήμα για την επίτευξη της αποστολής και των στόχων του. Μπορούν όμως να καθιερωθούν συχνότεροι έλεγχοι και ανταλλαγές απόψεων καθώς και πληρέστερη και καλύτερα συντονισμένη επικοινωνιακή πολιτική. Η προαναφερθείσα έλλειψη πόρων επηρεάζει σημαντικά την συγκεκριμένη διαδικασία όσον αφορά τον υλοποιήσιμο χαρακτήρα ιδεών και προτάσεων.

Σε επίπεδο Ιδρύματος και Πολιτείας οι προτάσεις μας αφορούν την καταπολέμηση της γραφειοκρατίας ώστε να έχουμε μεγαλύτερη ευελιξία στις αποφάσεις μας και δεύτερον την χάραξη μακροπρόθεσμης στρατηγικής χρηματοδότησης ώστε να μπορούμε να υλοποιήσουμε στόχους και στρατηγικές που θα βελτιώσουν την αποτελεσματικότητα μας.

Τέλος την εξασφάλιση της αυτονομίας μας σε καίρια ζητήματα όπως για παράδειγμα ο αριθμός φοιτητών που δεχόμαστε κάθε χρόνο που κατά κανόνα δεν ακολουθεί τις συστάσεις του τμήματος με βάση τις υποδομές του αλλά ορίζεται κεντρικά από την Πολιτεία.

11 Πίνακες

Οι πίνακες που ακολουθούν αφορούν σε υποδείγματα και παρατίθενται σε οριζόντια διάταξη σελίδας.

(Το υπόλοιπο της σελίδας είναι εσκεμμένα κενό)

Πίνακας 11-1: Εξέλιξη του Προσωπικού του τμήματος		2006-2007	2005-2006	2004-2005	2003-2004	2002-2003
Καθηγητές	Σύνολο	5	5	5	5	5
	Από εξέλιξη*					
	Νέες προσλήψεις*					
	Συνταξιοδοτήσεις*					
	Παραιτήσεις*					
Αναπληρωτές Καθηγητές	Σύνολο	4	4	4	3	2
	Από εξέλιξη*			1		
	Νέες προσλήψεις*				1	
	Συνταξιοδοτήσεις*					
	Παραιτήσεις*					
Επίκουροι Καθηγητές	Σύνολο	3	3	3	5	4
	Από εξέλιξη*					
	Νέες προσλήψεις*				1	
	Συνταξιοδοτήσεις*					
	Παραιτήσεις*			1		
Λέκτορες	Σύνολο	10	9	7	6	6
	Νέες προσλήψεις*	1	2	1	2	
	Συνταξιοδοτήσεις*					
	Παραιτήσεις*				1	
Μέλη ΕΕΔΙΠ	Σύνολο	3	3	3	3	2
Διδάσκοντες επί συμβάσει**	Σύνολο	14	17	16	17	11
Τεχνικό προσωπικό εργαστηρίων	Σύνολο	1	1	1	1	2
Διοικητικό προσωπικό	Σύνολο	5	5	5	5	5

* Αναφέρεται στο τελευταίο έτος

** Αναφέρεται σε αριθμό συμβάσεων – όχι διδασκόντων (π.χ. αν ένας διδάσκων έχει δύο συμβάσεις, χειμερινή και εαρινή, τότε μετρώνται δύο συμβάσεις)

Πίνακας 11-2.1. Εξέλιξη των εγγεγραμμένων φοιτητών του Τμήματος σε όλα τα έτη σπουδών	2006-2007	2005-2006	2004-2005	2003-2004	2002-2003
Προπτυχιακοί	885	887	897	901	891
Μεταπτυχιακοί	193	183	179	179	177
Διδακτορικοί	22	18	15	11	10

Πίνακας 11.2.2. Εξέλιξη των εισερχομένων προπτυχιακών φοιτητών του τμήματος	2006-2007	2005-2006	2004-2005	2003-2004	2002-2003
Εισαγωγικές εξετάσεις	127	130	128	126	128
Μετεγγραφές	-	-	-	-	-
Πτυχιούχοι ΑΕΙ/ΤΕΙ	10	6	7	5	13
Άλλες κατηγορίες	19	22	31	34	27
Σύνολο	156	158	166	165	168

Επεξηγήσεις:

– Στη γραμμή «Μετεγγραφές» αναγράφεται ο καθαρός αριθμός μετεγγραφόμενων φοιτητών (εισροές-εκροές προς και από το Τμήμα)

Πίνακας 11.3α: Εξέλιξη του αριθμού αιτήσεων, προσφορών θέσεων από το Τμήμα, εισακτέων (εγγραφών) και αποφοίτων στο Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών (ΜΠΣ)

Τίτλος ΜΠΣ:		ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΕ ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΤΜΗΜΑ ΜΕΡΙΚΗΣ ΦΟΙΤΗΣΗΣ				
		2006-2007	2005-2006	2004-2005	2003-2004	2002-2003
Αιτήσεις (α+β)		83	89	86	123	140
	(α) Πτυχιούχοι του Τμήματος	0	0	0	1	0
	(β) Πτυχιούχοι άλλων Τμημάτων	83	89	86	122	140
Προσφορές		47	46	47	44	48
Εγγραφές		40	40	40	40	39
Απόφοιτοι**		50	24	47	44	24

** ως απόφοιτοι νοούνται αυτοί που αποφοίτησαν το συγκεκριμένο ακαδημαϊκό έτος και δε θέλει να αναφέρουμε πόσοι αποφοίτησαν από τη συγκεκριμένη σειρά που έκανε αίτηση το 2006-2007

Πίνακας 11.3β: Εξέλιξη του αριθμού αιτήσεων, προσφορών θέσεων από το Τμήμα, εισακτέων (εγγραφών) και αποφοίτων στο Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών (ΜΠΣ).

ΤΙΤΛΟΣ ΜΠΣ: "ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΕ ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ" ΠΛΗΡΟΥΣ ΦΟΙΤΗΣΗΣ					
	2006-2007	2005-2006	2004-2005	2003-2004	2002-2003
Αιτήσεις (α+β)	114	149	144	161	181
(α) Πτυχιούχοι του Τμήματος	0	4	11	6	12
(β) Πτυχιούχοι άλλων Τμημάτων	114	145	133	155	169
Προσφορές		41	37	42	32
Εγγραφές	37	36	33	34	31
Απόφοιτοι	36	36	33	34	31

* Η κατεύθυνση ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΜΕ ΔΙΕΘΝΗ ΠΡΟΣΑΝΤΟΛΙΣΜΟ του ΠΜΣ Μάρκετινγκ & Επικοινωνία με Νέες Τεχνολογίες λειτούργησε για πρώτη φορά το ακ.έτος 2008-2009. Ως εκ τούτου, δεν υπάρχουν στοιχεία για τα έτη που αναγράφονται στον σχετικό πίνακα (11.3).

Πίνακας 7.6 α (Ανάλυση Κριτηρίων Διασφάλισης Ποιότητας Ακαδημαϊκών μονάδων, Έκδοση 2).

Κατανομή βαθμολογίας και μέσος βαθμός πτυχίου των αποφοίτων του Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών

Έτος Αποφοίτησης	Κατανομή Βαθμών (%)				Μέσος όρος Βαθμολογίας (Σύνολο απόφοιτων)
	5.0-5.9	6.0-6.9	7.0-8.4	8.5-10.0	
2002-2003	2	23	14	-	6,73
2003-2004	3	22	13	-	6,68
2004-2005	-	17	21	-	6,97
2005-2006	-	7	16	-	7,07
Σύνολο	5	69	64	-	6,86

Πίνακας 7.6 β (Ανάλυση Κριτηρίων Διασφάλισης Ποιότητας Ακαδημαϊκών μονάδων, Έκδοση 2).

Κατανομή βαθμολογίας και μέσος βαθμός πτυχίου των αποφοίτων του Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών

ΜΠΣ "ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΕ ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ" ΤΜΗΜΑ ΠΛΗΡΟΥΣ ΦΟΙΤΗΣΗΣ

Έτος Αποφοίτησης	Κατανομή Βαθμών (%)				Μέσος όρος βαθμολογίας	(σύνολο απόφοιτων)	
	5.0-5.9	6.0-6.9	7.0-8.4	8.5-10.0			
2002-2003	0%	39%	61%	0%	7,08	31	100%
2003-2004	0%	29%	71%	0%	7,23	34	100%
2004-2005	0%	42%	58%	0%	7,14	33	100%
2005-2006	0%	25%	75%	0%	7,26	36	100%
Σύνολο	0%	33%	66%	0%	7,18	134	100%

* Η κατεύθυνση Μάρκετινγκ με Διεθνή Προσανατολισμό του ΠΜΣ Μάρκετινγκ & Επικοινωνία με Νέες Τεχνολογίες λειτούργησε για πρώτη φορά το ακ.έτος 2008-2009. Ως εκ τούτου, δεν υπάρχουν στοιχεία για τα έτη που αναγράφονται στους παραπάνω πίνακες (7.6).

Πίνακας 11.4: Εξέλιξη του αριθμού αιτήσεων, προσφορών θέσεων από το Τμήμα, εισακτέων (εγγραφών) και αποφοίτων στο Πρόγραμμα Διδακτορικών Σπουδών	2006-2007	2005-2006	2004-2005	2003-2004	2002-2003
Αιτήσεις (α+β)	7	3	8	1	1
(α) Πτυχιούχοι του Τμήματος	2	2	6	1	
(β) Πτυχιούχοι άλλων Τμημάτων	5	1	2		1
Προσφορές					
Εγγραφές	6		7		
Απόφοιτοι	2	3		1	1
Μέση διάρκεια σπουδών αποφοίτων	4	5			3 έτη

Πίνακας 11-5.1: Μαθήματα Προπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών

ΜΑΘΗΜΑ	Ιστότοπος	Σελίδα Οδηγού Σπουδών	Διδάσκοντες (Συνεργάτες)	Υποχρεωτικό / Κατ'επιλογήν	Αξιολόγηση από φοιτητή (Ναι / Όχι)	Διαλέξεις
Πρόγραμμα Κορμού						
1ο Εξάμηνο						
5401	Εισαγωγή στη Διοίκηση Επιχειρήσεων	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	13,17	ΝΙΚΑΝΔΡΟΥ ΠΑΝΑΓΙΩΤΟΠΟΥΛΟΥ ΜΠΡΙΝΙΑ	Υποχρεωτικό (κορμού)	ΝΑΙ 13
5701	Ψυχολογία	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	13,30	ΚΟΚΚΙΝΑΚΗ ΑΠΟΣΠΟΡΗ	Υποχρεωτικό (κορμού)	ΝΑΙ 13
5101	Ποσοτικές Μέθοδοι I	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	13,20	ΧΑΛΙΚΙΑΣ ΠΑΝΑΓΟΠΟΥΛΟΣ ΨΙΛΟΥΤΣΙΚΟΥ	Υποχρεωτικό (κορμού)	ΝΑΙ 13
5201	Εργαλεία Ηλεκτρονικής Επικοινωνίας I	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	13,21	ΚΑΦΕΖΑ ΜΑΓΓΟΥ ΜΠΑΛΑΦΟΥΤΗΣ	Υποχρεωτικό (κορμού)	ΝΑΙ 13
5301	Οικονομική και Επιχειρήσεις I	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	13,22	ΠΑΤΣΟΥΡΑΤΗΣ ΜΙΧΑ	Υποχρεωτικό (κορμού)	ΝΑΙ 13
•	Ξένη Γλώσσα	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	10,13		Υποχρεωτικό	ΝΑΙ 13
2ο Εξάμηνο						
5402	Συμπεριφορά Οργανώσεων	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	13,17	ΝΙΚΑΝΔΡΟΥ	Υποχρεωτικό (κορμού)	ΝΑΙ 13
5702	Εισαγωγή στην Επικοινωνία	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	13,30	ΚΩΝΣΤΑΝΤΟΠΟΥΛΟΥ ΑΠΟΣΠΟΡΗ	Υποχρεωτικό (κορμού)	ΝΑΙ 13
5102	Ποσοτικές Μέθοδοι II	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	13,20	ΧΑΛΙΚΙΑΣ ΠΑΝΑΓΟΠΟΥΛΟΣ ΨΙΛΟΥΤΣΙΚΟΥ	Υποχρεωτικό (κορμού)	ΝΑΙ 13
5202	Εργαλεία Ηλεκτρονικής Επικοινωνίας II	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	13,21	ΚΑΦΕΖΑ ΚΑΛΛΙΑΜΠΕΤΣΟΣ ΜΑΓΓΟΥ ΜΠΑΛΑΦΟΥΤΗΣ	Υποχρεωτικό (κορμού)	ΝΑΙ 13
5601	Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	13,24	ΑΥΛΩΝΙΤΗΣ ΓΟΥΝΑΡΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΑΔΗΣ	Υποχρεωτικό (κορμού)	ΝΑΙ 13

Πίνακας 11-5.1: Μαθήματα Προπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών

ΜΑΘΗΜΑ	Ιστότοπος	Σελίδα Οδηγού Σπουδών	Διδάσκοντες (Συνεργάτες)	Υποχρεωτικό / Κατ'επιλογήν	Αξιολόγηση από φοιτητή (Ναι / Όχι)	Διαλέξεις
• Ξένη Γλώσσα	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	10,13		Υποχρεωτικό	ΝΑΙ	13
3ο Εξάμηνο						
5501 Λογιστική Ι	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	13,19	ΤΖΟΒΑΣ	Υποχρεωτικό (κορμού)	ΝΑΙ	13
5703 Επικοινωνία στην Πράξη	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	13,30	ΚΩΝΣΤΑΝΤΟΠΟΥΛΟΥ ΛΥΜΠΕΡΟΠΟΥΛΟΣ	Υποχρεωτικό (κορμού)	ΝΑΙ	13
5103 Ποσοτικές Μέθοδοι ΙΙΙ	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	13,20	Π.Δ.407/80	Υποχρεωτικό (κορμού)	ΝΑΙ	13
5203 Εργαλεία Ηλεκτρονικής Επικοινωνίας ΙΙΙ	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	13,21	ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΥ ΚΑΛΛΙΑΜΠΕΤΣΟΣ ΛΥΜΠΕΡΟΠΟΥΛΟΣ	Υποχρεωτικό (κορμού)	ΝΑΙ	13
5602 Συμπεριφορά Καταναλωτή	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	13,25	ΜΠΑΛΤΑΣ ΠΑΠΑΣΤΑΘΟΠΟΥΛΟΥ	Υποχρεωτικό (κορμού)	ΝΑΙ	13
• Ξένη Γλώσσα	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	10,13		Υποχρεωτικό	ΝΑΙ	13
4ο Εξάμηνο						
5403 Διοίκηση Ανθρώπινων Πόρων	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	13,17	ΒΑΚΟΛΑ ΠΑΝΑΓΙΩΤΟΠΟΥΛΟΥ	Υποχρεωτικό (κορμού)	ΝΑΙ	13
5704 Ηλεκτρονική Επικοινωνία	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	13,31	ΚΑΦΕΖΑ	Υποχρεωτικό (κορμού)	ΝΑΙ	13
5613 Πολιτική Προϊόντος	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	13,28	ΠΑΠΑΣΤΑΘΟΠΟΥΛΟΥ ΑΡΓΟΥΣΛΙΔΗΣ	Υποχρεωτικό (κορμού)	ΝΑΙ	13
5502 Λογιστική ΙΙ	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	13,19	(τμήμα ΛΟ&ΧΡΗ)	Υποχρεωτικό (κορμού)	ΝΑΙ	13
5603 Έρευνα Μάρκετινγκ	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	13,25	ΣΤΑΘΑΚΟΠΟΥΛΟΣ ΜΠΑΛΤΑΣ	Υποχρεωτικό (κορμού)	ΝΑΙ	13
• Ξένη Γλώσσα	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	10,13		Υποχρεωτικό	ΝΑΙ	13
5ο Εξάμηνο						
5204 Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	13,22	ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΥ ΕΥΑΓΓΕΛΑΤΟΣ	Υποχρεωτικό (κορμού)	ΝΑΙ	13
5706 Δημόσιες Σχέσεις	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	13,31	ΠΑΠΑΛΕΞΑΝΔΡΗ ΛΥΜΠΕΡΟΠΟΥΛΟΣ	Υποχρεωτικό (κορμού)	ΝΑΙ	13
5503 Χρηματοδοτική Διοίκηση	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	13,19	ΔΑΣΚΑΛΑΚΗΣ	Υποχρεωτικό (κορμού)	ΝΑΙ	13

Πίνακας 11-5.1: Μαθήματα Προπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών

ΜΑΘΗΜΑ	Ιστότοπος	Σελίδα Οδηγού Σπουδών	Διδάσκοντες (Συνεργάτες)	Υποχρεωτικό / Κατ'επιλογήν	Αξιολόγηση από φοιτητή (Ναι / Όχι)	Διαλέξεις
5604 Οργάνωση Πωλήσεων	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	13,25	ΣΤΑΘΑΚΟΠΟΥΛΟΣ	Υποχρεωτικό (κορμού)	ΝΑΙ	13
• Ξένη Γλώσσα	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	10,13		Υποχρεωτικό	ΝΑΙ	13
6ο Εξάμηνο						
5705 Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	13,31	ΣΚΟΥΡΑΣ	Υποχρεωτικό (κορμού)	ΝΑΙ	13
5302 Οικονομική και Επιχειρήσεις II	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	13,23	ΠΑΤΣΟΥΡΑΤΗΣ	Υποχρεωτικό (κορμού)	ΝΑΙ	13
5606 Ηλεκτρονικό Μάρκετινγκ	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	13,26	ΔΗΜΗΤΡΙΑΔΗΣ ΚΑΦΕΖΑ	Υποχρεωτικό (κορμού)	ΝΑΙ	13
5605 Διαφήμιση	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	13,26	ΠΑΠΑΒΑΣΙΛΕΙΟΥ ΚΟΚΚΙΝΑΚΗ	Υποχρεωτικό (κορμού)	ΝΑΙ	13
• Ξένη Γλώσσα	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	10,13		Υποχρεωτικό	ΝΑΙ	13
7ο Εξάμηνο						
5405 Επιχειρησιακή Στρατηγική	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	13,18	ΠΑΠΑΔΑΚΗΣ	Υποχρεωτικό (κορμού)	ΝΑΙ	13
8ο Εξάμηνο						
5608 Στρατηγικό Μάρκετινγκ	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	13,26	ΑΥΛΩΝΙΤΗΣ ΣΤΑΘΑΚΟΠΟΥΛΟΣ ΓΟΥΝΑΡΗΣ	Υποχρεωτικό (κορμού)	ΝΑΙ	13
<u>Πρόγραμμα Κατεύθυνσης Μάρκετινγκ</u>						
7ο Εξάμηνο						
<u>Υποχρεωτικά ειδίκευσης</u>						
5609 Διοίκηση Προμηθειών και Βιομηχανικό (B2B) Μάρκετινγκ	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	14,27	ΑΥΛΩΝΙΤΗΣ ΓΟΥΝΑΡΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΑΔΗΣ	Υποχρεωτικό κατεύθυνσης Μάρκετινγκ	ΝΑΙ	13
5610 Μάρκετινγκ Υπηρεσιών	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	14,27	ΓΟΥΝΑΡΗΣ ΚΑΡΑΝΤΙΝΟΥ ΚΟΡΙΤΟΣ	Υποχρεωτικό κατεύθυνσης Μάρκετινγκ	ΝΑΙ	13

Πίνακας 11-5.1: Μαθήματα Προπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών

ΜΑΘΗΜΑ	Ιστότοπος	Σελίδα Οδηγού Σπουδών	Διδάσκοντες (Συνεργάτες)	Υποχρεωτικό / Κατ'επιλογήν	Αξιολόγηση από φοιτητή (Ναι / Όχι)	Διαλέξεις
5611 Τιμολόγηση και Χρηματοοικονομική Ανάλυση	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	14,27	ΠΑΠΑΒΑΣΙΛΕΙΟΥ ΗΝΤΟΥΝΑΣ	Υποχρεωτικό κατεύθυνσης Μάρκετινγκ	ΝΑΙ	13
Επιλέξιμα ειδίκευσης	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx					
5612 Μάρκετινγκ Λιανικού και Χονδρικού Εμπορίου	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	14,27	ΠΑΠΑΒΑΣΙΛΕΙΟΥ ΜΠΑΛΤΑΣ	Επιλογής κατεύθυνσης Μάρκετινγκ	ΝΑΙ	13
5615 Προώθηση Πωλήσεων και Άμεσο Μάρκετινγκ	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	14,28	ΜΠΑΛΤΑΣ ΑΡΓΟΥΣΛΙΔΗΣ	Επιλογής κατεύθυνσης Μάρκετινγκ	ΝΑΙ	13
5620 Σχεδιασμός Δημιουργικού και Διαφημιστικών Μέσων	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	14,30	δε διδάσκεται	Επιλογής κατεύθυνσης Μάρκετινγκ	-	-
5000 Εκπόνηση Εργασίας Πρακτικής Εφαρμογής	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	14-15,35	ΜΕ ΔΙΔΑΣΚΟΝΤΕΣ ΜΕΛΗ ΔΕΠ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ	Επιλογής κατεύθυνσης Μάρκετινγκ & Επικοινωνίας	-	-
8ο Εξάμηνο						
Υποχρεωτικά ειδίκευσης						
5614 Διεθνές και Εξαγωγικό Μάρκετινγκ	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	14,28	ΚΑΤΣΙΚΕΑ	Υποχρεωτικό κατεύθυνσης Μάρκετινγκ	ΝΑΙ	13
5607 Δίκτυα Διανομής και Logistics	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	14,26	ΠΑΠΑΒΑΣΙΛΕΙΟΥ ΓΟΥΝΑΡΗΣ ΚΟΡΙΤΟΣ	Υποχρεωτικό κατεύθυνσης Μάρκετινγκ	ΝΑΙ	13
Επιλέξιμα ειδίκευσης						
5616 Τουριστικό Μάρκετινγκ	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	14,28	ΓΟΥΝΑΡΗΣ ΚΑΤΣΙΚΕΑ	Επιλογής κατεύθυνσης Μάρκετινγκ	ΝΑΙ	13
5617 Μάρκετινγκ Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	14,29	ΠΑΠΑΒΑΣΙΛΕΙΟΥ ΑΡΓΟΥΣΛΙΔΗΣ ΠΑΝΑΓΟΠΟΥΛΟΣ	Επιλογής κατεύθυνσης Μάρκετινγκ	ΝΑΙ	13
5618 Μάρκετινγκ μη Κερδοσκοπικών Οργανισμών	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	14,29	ΠΑΠΑΣΤΑΘΟΠΟΥΛΟΥ ΗΝΤΟΥΝΑΣ	Επιλογής κατεύθυνσης Μάρκετινγκ	ΝΑΙ	13
5619 Μοντέλα Αποφάσεων Μάρκετινγκ	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	14,29	ΜΠΑΛΤΑΣ	Επιλογής κατεύθυνσης Μάρκετινγκ	ΝΑΙ	13

Πίνακας 11-5.1: Μαθήματα Προπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών

ΜΑΘΗΜΑ	Ιστότοπος	Σελίδα Οδηγού Σπουδών	Διδάσκοντες (Συνεργάτες)	Υποχρεωτικό / Κατ'επιλογήν	Αξιολόγηση από φοιτητή (Ναι / Όχι)	Διαλέξεις
5000 Εκπόνηση Εργασίας Πρακτικής Εφαρμογής	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	14-15,35	ΜΕ ΔΙΔΑΣΚΟΝΤΕΣ ΜΕΛΗ ΔΕΠ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ	Επιλογής κατεύθυνσης Μάρκετινγκ & Επικοινωνίας	-	-
Πρόγραμμα Κατεύθυνσης Επικοινωνίας						
7ο Εξάμηνο						
Υποχρεωτικά ειδίκευσης						
5801 Δίκαιο των Επιχειρήσεων και της Επικοινωνίας	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	15,24	ΛΑΖΑΡΑΚΟΣ	Υποχρεωτικό κατεύθυνσης Επικοινωνίας	ΝΑΙ	13
5710 Σχεδίαση Διαδραστικών Εφαρμογών	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	15,32	ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΥ ΚΑΛΛΙΑΜΠΕΤΣΟΣ	Υποχρεωτικό κατεύθυνσης Επικοινωνίας	ΝΑΙ	13
Επιλέξιμα ειδίκευσης	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx					
5714 Διαδίκτυο και Εκπαίδευση	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	15,34	ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΥ	Επιλογής κατεύθυνσης Επικοινωνίας	ΝΑΙ	13
5303 Πολιτική Οικονομία και Επικοινωνία	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	15,34	ΣΚΟΥΡΑΣ	Επιλογής κατεύθυνσης Επικοινωνίας	ΝΑΙ	13
5709 Ηλεκτρονική Δημοσιογραφία	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	15,32	ΠΑΤΕΛΗ	Επιλογής κατεύθυνσης Επικοινωνίας	ΝΑΙ	13
5000 Εκπόνηση Εργασίας Πρακτικής Εφαρμογής	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	14-15,35	ΜΕ ΔΙΔΑΣΚΟΝΤΕΣ ΜΕΛΗ ΔΕΠ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ	Επιλογής κατεύθυνσης Μάρκετινγκ & Επικοινωνίας	-	-
8ο Εξάμηνο						
Υποχρεωτικά ειδίκευσης						
5707 Διαπολιτισμική Επικοινωνία	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	15,32	ΑΠΟΣΠΟΡΗ	Υποχρεωτικό κατεύθυνσης Επικοινωνίας	ΝΑΙ	13
5708 Διαπραγματεύσεις και Επίλυση Διαφωνιών	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	15,32	ΚΟΚΚΙΝΑΚΗ	Υποχρεωτικό κατεύθυνσης Επικοινωνίας	ΝΑΙ	13
5711 Εταιρική Επικοινωνιακή Στρατηγική	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	15,33	ΝΙΚΑΝΔΡΟΥ	Υποχρεωτικό κατεύθυνσης Επικοινωνίας	ΝΑΙ	13
Επιλέξιμα ειδίκευσης						
5713 Σχεδίαση Ιστοπέδων	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	15,34	ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΥ	Επιλογής κατεύθυνσης Επικοινωνίας	ΝΑΙ	13

Πίνακας 11-5.1: Μαθήματα Προπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών

ΜΑΘΗΜΑ	Ιστότοπος	Σελίδα Οδηγού Σπουδών	Διδάσκοντες (Συνεργάτες)	Υποχρεωτικό / Κατ'επιλογήν	Αξιολόγηση από φοιτητή (Ναι / Όχι)	Διαλέξεις
5712 Ειδικά Θέματα Εταιρικής Επικοινωνίας	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	15,33	ΚΩΝΣΤΑΝΤΟΠΟΥΛΟΥ ΛΥΜΠΕΡΟΠΟΥΛΟΣ ΕΥΑΓΓΕΛΑΤΟΣ	Επιλογής κατεύθυνσης Επικοινωνίας	ΝΑΙ	13
5715 Τέχνη και Επικοινωνία	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	15,34	ΠΑΤΕΛΗ	Επιλογής κατεύθυνσης Επικοινωνίας	ΝΑΙ	13
5000 Εκπόνηση Εργασίας Πρακτικής Εφαρμογής	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	14-15,35	ΜΕ ΔΙΔΑΣΚΟΝΤΕΣ ΜΕΛΗ ΔΕΠ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ	Επιλογής κατεύθυνσης Μάρκετινγκ & Επικοινωνίας	-	-
Προαιρετικά μαθήματα τμήματος						
φθινοπωρινό εξάμηνο						
5104 Μαθηματικά για τη Διοίκηση Επιχειρήσεων (3ο)	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	16,21	Π.Δ.407/80	Επιλογής	ΝΑΙ	13
5304 Αξιολόγηση Επενδυτικών Σχεδίων (5ο)	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	16,23	ΠΑΤΣΟΥΡΑΤΗΣ	Επιλογής	ΝΑΙ	13
5404 Διοίκηση Ποιότητας και Αλλαγών (5ο)	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	16,17	ΒΑΚΟΛΑ	Επιλογής	ΝΑΙ	13
5205 Εφαρμογές Πληροφοριακών Συστημάτων (7ο)	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	16,22	δε διδάσκεται	Επιλογής	-	-
5902 Διοίκηση Έργων και Προγραμμάτων (7ο)	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	16,18	ΖΩΓΡΑΦΟΣ (τμήμα ΔΕΤ)	Επιλογής	ΝΑΙ	13
εαρινό εξάμηνο						
5305 Οικονομική Θεωρία της Επιχείρησης (2ο)	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	16,23	δε διδάσκεται	Επιλογής	-	-
5504 Ανάλυση Χρηματαγορών και Κεφαλαιαγορών (6ο)	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	16,20	(τμήμα ΟΔΕ)	Επιλογής	ΝΑΙ	13
5307 Κλαδική Βιομηχανική Έρευνα (6ο)	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	16,23	ΠΑΤΣΟΥΡΑΤΗΣ	Επιλογής	ΝΑΙ	13

Πίνακας 11-5.1: Μαθήματα Προπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών

ΜΑΘΗΜΑ	Ιστότοπος	Σελίδα Οδηγού Σπουδών	Διδάσκοντες (Συνεργάτες)	Υποχρεωτικό / Κατ'επιλογήν	Αξιολόγηση από φοιτητή (Ναι / Όχι)	Διαλέξεις
5308 European Economic Policies and Greece (6ο)	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	16,24	δε διδάσκεται	Επιλογής	-	-
5906 Διοίκηση Παραγωγής και Υπηρεσιών (8ο)	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	16,18	(τμήμα ΔΕΤ)	Επιλογής	ΝΑΙ	13
5406 Επιχειρηματικότητα (8ο)	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	16,18	ΠΑΤΣΟΥΡΑΤΗΣ ΧΑΛΙΚΙΑΣ ΔΗΜΗΤΡΙΑΔΗΣ ΓΑΛΑΝΑΚΗ	Επιλογής	ΝΑΙ	13
Προαιρετικά μαθήματα άλλων τμημάτων						
φθινοπωρινό εξάμηνο						
3261 Ανάλυση και Σχεδίαση Επιχειρησιακών Εφαρμογών (1ο)	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	16	ΚΩΝΣΤΑΝΤΟΠΟΥΛΟΣ (τμήμα ΠΛΗΡ)	Επιλογής	ΝΑΙ	13
1191 Αρχές Πολιτικής Επιστήμης (1ο)	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	16	ΚΑΟΥΡΑΣ (τμήμα ΟΙΚ)	Επιλογής	ΝΑΙ	13
1271 Διεθνής Οικονομική (1ο)	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	16	ΠΟΥΡΝΑΡΑΚΗΣ (τμήμα ΟΙΚ)	Επιλογής	ΝΑΙ	13
1193 Αρχές Κοινωνιολογίας (1ο)	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	16	ΚΑΒΟΥΝΙΔΗ (τμήμα ΟΙΚ)	Επιλογής	ΝΑΙ	13
3124 Βιομηχανική Οργάνωση και Πολιτική (3ο)	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	16	ΒΕΝΤΟΥΡΑ (τμήμα ΟΔΕ)	Επιλογής	ΝΑΙ	13
3341 Δίκτυα Επικοινωνιών (7ο)	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	16	ΑΠΟΣΤΟΛΟΠΟΥΛΟΣ (τμήμα ΠΛΗΡ)	Επιλογής	ΝΑΙ	13
3435 Τεχνητή Νοημοσύνη (7ο)	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	16	ΑΝΔΡΟΥΤΣΟΠΟΥΛΟΣ (τμήμα ΠΛΗΡ)	Επιλογής	ΝΑΙ	13
3342 Σχεδιασμός Βάσεων Δεδομένων (7ο)	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	16	ΓΙΑΝΝΑΚΟΥΔΑΚΗΣ (τμήμα ΠΛΗΡ)	Επιλογής	ΝΑΙ	13
εαρινό εξάμηνο						

Πίνακας 11-5.1: Μαθήματα Προπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών

ΜΑΘΗΜΑ	Ιστότοπος	Σελίδα Οδηγού Σπουδών	Διδάσκοντες (Συνεργάτες)	Υποχρεωτικό / Κατ'επιλογήν	Αξιολόγηση από φοιτητή (Ναι / Όχι)	Διαλέξεις
1312 Θεωρία Οικονομικής Πολιτικής (2ο)	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	16	(τμήμα ΟΙΚ)	Επιλογής	ΝΑΙ	13
3334 Λειτουργικά Συστήματα (6ο)	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	16	(τμήμα ΠΛΗΡ)	Επιλογής	ΝΑΙ	13
70785 Προχωρημένη Χρηματοοικονομική των Επιχειρήσεων (6ο)	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	16	(τμήμα ΛΟ&ΧΡΗ)	Επιλογής	ΝΑΙ	13
1341 Χρήμα και Τραπεζική (6ο)	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	16	(τμήμα ΟΙΚ)	Επιλογής	ΝΑΙ	13
3331 Βάσεις Δεδομένων (8ο)	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	16	(τμήμα ΠΛΗΡ)	Επιλογής	ΝΑΙ	13
<u>Προαιρετικά μαθήματα, μη προσμετρήσιμα</u>						
8052 Διδακτική	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	16	ΖΑΒΛΑΝΟΣ ΠΑΥΛΟΠΟΥΛΟΥ	Επιλογής	ΝΑΙ	13
8051 Παιδαγωγική	http://www.mbc.aueb.gr/directory.aspx	16	ΖΑΒΛΑΝΟΣ ΠΑΥΛΟΠΟΥΛΟΥ	Επιλογής	ΝΑΙ	13

Γενικές αρχές σπουδών

Το τμήμα προσφέρει ένα κοινό πτυχίο για όλους τους σπουδαστές, υπάρχει όμως η δυνατότητα ειδίκευσης στο Μάρκετινγκ ή στην Επικοινωνία κατά τα δύο τελευταία εξάμηνα σπουδών. Η κατεύθυνση σπουδών δεν αναγράφεται στο πτυχίο αλλά μόνο στα πιστοποιητικά αναλυτικής βαθμολογίας.

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

- Πέντε μαθήματα εντάσσονται στο χώρο του μανάτζμεντ.
- Τέσσερα μαθήματα εντάσσονται στο χώρο της πληροφορικής.
- Τρία μαθήματα εντάσσονται στο χώρο των ποσοτικών μεθόδων.
- Δύο μαθήματα εντάσσονται στο χώρο της λογιστικής.
- Δύο μαθήματα εντάσσονται στο χώρο της οικονομικής.
- Ένα μάθημα εντάσσεται στο χώρο της χρηματοδοτικής διοίκησης.
- Δεκατρία μαθήματα εντάσσονται στον επιστημονικό χώρο του μάρκετινγκ και της επικοινωνίας.

Στα παραπάνω προστίθενται δέκα μαθήματα επιλογής. Η επιλογή αφορά καταρχήν την κατεύθυνση και περαιτέρω το βαθμό εξειδίκευσης. Πέντε από τα μαθήματα είναι τα υποχρεωτικά μαθήματα ειδίκευσης για την κατεύθυνση που επιλέγεται: Μάρκετινγκ ή Επικοινωνία. Τα υπόλοιπα πέντε επιλέγονται από άλλα μαθήματα της ειδίκευσης, μαθήματα της άλλης κατεύθυνσης, καθώς και προαιρετικά μαθήματα.

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

Ξένες γλώσσες

Όλοι οι φοιτητές υποχρεούνται να παρακολουθήσουν επιτυχώς έξι μαθήματα μιας από τις τρεις ξένες γλώσσες που προσφέρονται στο Πανεπιστήμιο: Αγγλικά, Γαλλικά και Γερμανικά. Στο πιστοποιητικό αναλυτικής βαθμολογίας αναγράφεται το μάθημα της ξένης γλώσσας χωρίς βαθμό.

Απαλλάσσονται από όλα τα εξαμηνιαία μαθήματα της ξένης γλώσσας όσοι έχουν πιστοποιητικό:

- Proficiency του Cambridge ή Michigan (αγγλική γλώσσα),
- Superieur III ή Sorbonne II (γαλλική γλώσσα),
- Kleines Sprachdiplom ή Grosses Sprachdiplom (γερμανική γλώσσα),
- Κρατικό πιστοποιητικό γλωσσομάθειας επιπέδου Γ2 (για κάθε γλώσσα αντίστοιχα).

Απαλλάσσονται από τα πέντε πρώτα εξαμηνιαία μαθήματα της ξένης γλώσσας όσοι έχουν:

- Κρατικό πιστοποιητικό γλωσσομάθειας επιπέδου Γ1 (για κάθε γλώσσα αντίστοιχα).

Απαλλάσσονται από τα τέσσερα πρώτα εξαμηνιαία μαθήματα της ξένης γλώσσας, όσοι έχουν:

- First Certificate in English, για την αγγλική γλώσσα,
- Superieur II ή Sorbonne I, για τη γαλλική γλώσσα,
- Mittelstufe Diplom, για τη γερμανική γλώσσα,
- Κρατικό πιστοποιητικό γλωσσομάθειας επιπέδου B2 (για κάθε γλώσσα αντίστοιχα).

5000 Εκπόνηση Εργασίας Πρακτικής Εφαρμογής

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

8052 Διδακτική – 8051 Παιδαγωγική

Οι φοιτητές έχουν τη δυνατότητα, εφόσον το επιθυμούν, να παρακολουθήσουν τα μαθήματα 8052 Διδακτική και 8051 Παιδαγωγική. Τα μαθήματα αυτά δεν προσμετρώνται ούτε στις υποχρεώσεις απόκτησης του πτυχίου ούτε στο βαθμό του πτυχίου

Πίνακας 11-5.2: Μαθήματα Προπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών

Μάθημα	Πολλαπλή Βιβλιογραφία	Σύνολο Ωρών	Διδακτικές Μονάδες	Υπόβαθρου (Υ) Επιστημονικής Περιοχής (ΕΠ) Γενικών Γνώσεων (ΓΓ) Ανάπτυξης Δεξιοτήτων (ΑΔ)	Κορμού (Κο) Ειδίκευσης (Ε) Κατεύθυνσης (Κα)	Εγγεγραμμένοι φοιτητές	Αριθμός Φοιτητών που συμμετείχαν στις εξετάσεις του μαθήματος (ακαδ. έτος 2006-2007)	Επάρκεια Εκπαιδευτικών Μέσων Ναι/Όχι	Αριθμός Φοιτητών που πέρασε επιτυχώς στην κανονική και στην επαναληπτική εξέταση (ακαδ. έτος 2006-2007)
<u>Πρόγραμμα Κορμού</u>									
1ο Εξάμηνο									
5401	Εισαγωγή στη Διοίκηση Επιχειρήσεων	4	6	ΕΠ 1	Κορμού	195	186	ΝΑΙ	122
5701	Ψυχολογία	4	6	ΕΠ 7	Κορμού	201	192	ΝΑΙ	153
5101	Ποσοτικές Μέθοδοι I	4	6	ΕΠ 3	Κορμού	233	174	ΝΑΙ	140
5201	Εργαλεία Ηλεκτρονικής Επικοινωνίας I	6	6	ΕΠ 4	Κορμού	200	167	ΝΑΙ	133
5301	Οικονομική και Επιχειρήσεις I	4	6	ΕΠ 5	Κορμού	204	170	ΝΑΙ	104
•	Ξένη Γλώσσα	4	0			19	2	ΝΑΙ	1
2ο Εξάμηνο									
5402	Συμπεριφορά Οργανώσεων	4	6	ΕΠ 1	Κορμού	198	162	ΝΑΙ	110
5702	Εισαγωγή στην Επικοινωνία	4	6	ΕΠ 7	Κορμού	177	147	ΝΑΙ	130
5102	Ποσοτικές Μέθοδοι II	4	6	ΕΠ 3	Κορμού	260	118	ΝΑΙ	79
5202	Εργαλεία Ηλεκτρονικής Επικοινωνίας II	6	6	ΕΠ 4	Κορμού	254	191	ΝΑΙ	110

Πίνακας 11-5.2: Μαθήματα Προπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών

Μάθημα	Πολλαπλή Βιβλιογραφία	Σύνολο Ωρών	Διδακτικές Μονάδες	Υπόβαθρου (Υ) Επιστημονικής Περιοχής (ΕΠ) Γενικών Γνώσεων (ΓΓ) Ανάπτυξης Δεξιοτήτων (ΑΔ)	Κορμού (Κο) Ειδίκευσης (Ε) Κατεύθυνσης (Κα)	Εγγεγραμμένοι φοιτητές	Αριθμός Φοιτητών που συμμετείχαν στις εξετάσεις του μαθήματος (ακαδ. έτος 2006-2007)	Επάρκεια Εκπαιδευτικών Μέσων Ναι/Όχι	Αριθμός Φοιτητών που πέρασε επιτυχώς στην κανονική και στην επαναληπτική εξέταση (ακαδ. έτος 2006-2007)
5601 Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ	ΝΑΙ	4	6	ΕΠ 6	Κορμού	244	200	ΝΑΙ	97
• Ξένη Γλώσσα	ΝΑΙ	4	0			15	2	ΝΑΙ	2
3ο Εξάμηνο									
5501 Λογιστική Ι	ΝΑΙ	4	6	ΕΠ 2	Κορμού	190	146	ΝΑΙ	116
5703 Επικοινωνία στην Πράξη	ΝΑΙ	4	6	ΕΠ 7	Κορμού	156	152	ΝΑΙ	122
5103 Ποσοτικές Μέθοδοι ΙΙΙ	ΝΑΙ	4	6	ΕΠ 3	Κορμού	185	142	ΝΑΙ	102
5203 Εργαλεία Ηλεκτρονικής Επικοινωνίας ΙΙΙ	ΝΑΙ	4	6	ΕΠ 4	Κορμού	213	117	ΝΑΙ	95
5602 Συμπεριφορά Καταναλωτή	ΝΑΙ	4	6	ΕΠ 6	Κορμού	178	149	ΝΑΙ	126
• Ξένη Γλώσσα	ΝΑΙ	4	0			29	9	ΝΑΙ	9
4ο Εξάμηνο									
5403 Διοίκηση Ανθρωπίνων Πόρων	ΝΑΙ	4	6	ΕΠ 1	Κορμού	189	130	ΝΑΙ	89
5704 Ηλεκτρονική Επικοινωνία	ΝΑΙ	4	6	ΕΠ 7	Κορμού	213	141	ΝΑΙ	84
5613 Πολιτική Προϊόντος	ΝΑΙ	4	6	ΕΠ 6	Κορμού	235	208	ΝΑΙ	118
5502 Λογιστική ΙΙ	ΝΑΙ	4	6	ΕΠ 2	Κορμού	183	108	ΝΑΙ	88
5603 Έρευνα Μάρκετινγκ	ΝΑΙ	4	6	ΕΠ 6	Κορμού	155	135	ΝΑΙ	123
• Ξένη Γλώσσα	ΝΑΙ	4	0			17	5	ΝΑΙ	5
5ο Εξάμηνο									

Πίνακας 11-5.2: Μαθήματα Προπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών

Μάθημα	Πολλαπλή Βιβλιογραφία	Σύνολο Ωρών	Διδακτικές Μονάδες	Υπόβαθρου (Υ) Επιστημονικής Περιοχής (ΕΠ) Γενικών Γνώσεων (ΓΓ) Ανάπτυξης Δεξιοτήτων (ΑΔ)	Κορμού (Κο) Ειδίκευσης (Ε) Κατεύθυνσης (Κα)	Εγγεγραμμένοι φοιτητές	Αριθμός Φοιτητών που συμμετείχαν στις εξετάσεις του μαθήματος (ακαδ. έτος 2006-2007)	Επάρκεια Εκπαιδευτικών Μέσων Ναι/Όχι	Αριθμός Φοιτητών που πέρασε επιτυχώς στην κανονική και στην επαναληπτική εξέταση (ακαδ. έτος 2006-2007)
5204 Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης	NAI	4	6	ΕΠ 4	Κορμού	235	132	NAI	120
5706 Δημόσιες Σχέσεις	NAI	4	6	ΕΠ 7	Κορμού	164	141	NAI	129
5503 Χρηματοδοτική Διοίκηση	NAI	4	6	ΕΠ 2	Κορμού	179	141	NAI	111
5604 Οργάνωση Πωλήσεων	NAI	4	6	ΕΠ 6	Κορμού	184	139	NAI	125
• Ξένη Γλώσσα	NAI	4	0			71	26	NAI	26
6ο Εξάμηνο									
5705 Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας	NAI	4	6	ΕΠ 7	Κορμού	220	205	NAI	141
5302 Οικονομική και Επιχειρήσεις II	NAI	4	6	ΕΠ 5	Κορμού	195	165	NAI	124
5606 Ηλεκτρονικό Μάρκετινγκ	NAI	4	6	ΕΠ 6	Κορμού	189	160	NAI	128
5605 Διαφήμιση	NAI	4	6	ΕΠ 6	Κορμού	177	151	NAI	116
• Ξένη Γλώσσα	NAI	4	0			77	42	NAI	24
7ο Εξάμηνο									
5405 Επιχειρησιακή Στρατηγική	NAI	4	6	ΕΠ 1	Κορμού	168	137	NAI	94
8ο Εξάμηνο									
5608 Στρατηγικό Μάρκετινγκ	NAI	4	6	ΕΠ 6	Κορμού	175	175	NAI	126
Πρόγραμμα Κατεύθυνσης Μάρκετινγκ									
7ο Εξάμηνο									
Υποχρεωτικά ειδίκευσης									

Πίνακας 11-5.2: Μαθήματα Προπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών

Μάθημα	Πολλαπλή Βιβλιογραφία	Σύνολο Ωρών	Διδακτικές Μονάδες	Υπόβαθρου (Υ) Επιστημονικής Περιοχής (ΕΠ) Γενικών Γνώσεων (ΓΓ) Ανάπτυξης Δεξιοτήτων (ΑΔ)	Κορμού (Κο) Ειδίκευσης (Ε) Κατεύθυνσης (Κα)	Εγγεγραμμένοι φοιτητές	Αριθμός Φοιτητών που συμμετείχαν στις εξετάσεις του μαθήματος (ακαδ. έτος 2006-2007)	Επάρκεια Εκπαιδευτικών Μέσων Ναι/Όχι	Αριθμός Φοιτητών που πέρασε επιτυχώς στην κανονική και στην επαναληπτική εξέταση (ακαδ. έτος 2006-2007)
5609 Διοίκηση Προμηθειών και Βιομηχανικό (B2B)	ΝΑΙ	4	6	ΕΠ 6	Κατεύθυνσης	76	64	ΝΑΙ	17
5610 Μάρκετινγκ Υπηρεσιών	ΝΑΙ	4	6	ΕΠ 6	Κατεύθυνσης	125	74	ΝΑΙ	61
5611 Τιμολόγηση και Χρηματοοικονομική Ανάλυση	ΝΑΙ	4	6	ΕΠ 6	Κατεύθυνσης	139	131	ΝΑΙ	112
<u>Επιλέξιμα ειδίκευσης</u>									
5612 Μάρκετινγκ Λιανικού και Χονδρικού Εμπορίου	ΝΑΙ	4	6	ΕΠ 6	Κατεύθυνσης	150	77	ΝΑΙ	67
5615 Προώθηση Πωλήσεων και Άμεσο Μάρκετινγκ	ΝΑΙ	4	6	ΕΠ 6	Κατεύθυνσης	187	141	ΝΑΙ	120
5620 Σχεδιασμός Δημιουργικού και Διαφημιστικών Μέσων	ΝΑΙ	4	6	ΕΠ 6	Κατεύθυνσης	-	-	ΝΑΙ	-
5000 Εκπόνηση Εργασίας Πρακτικής Εφαρμογής	ΝΑΙ	4	6	ΑΔ	Κατεύθυνσης	-	-	ΝΑΙ	-
8ο Εξάμηνο									
<u>Υποχρεωτικά ειδίκευσης</u>									
5614 Διεθνές και Εξαγωγικό Μάρκετινγκ	ΝΑΙ	4	6	ΕΠ 6	Κατεύθυνσης	135	117	ΝΑΙ	107

* δεν διδάσκεται

Πίνακας 11-5.2: Μαθήματα Προπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών

Μάθημα	Πολλαπλή Βιβλιογραφία	Σύνολο Ωρών	Διδακτικές Μονάδες	Υπόβαθρου (Υ) Επιστημονικής Περιοχής (ΕΠ) Γενικών Γνώσεων (ΓΓ) Ανάπτυξης Δεξιοτήτων (ΑΔ)	Κορμού (Κο) Ειδίκευσης (Ε) Κατεύθυνσης (Κα)	Εγγεγραμμένοι φοιτητές	Αριθμός Φοιτητών που συμμετείχαν στις εξετάσεις του μαθήματος (ακαδ. έτος 2006-2007)	Επάρκεια Εκπαιδευτικών Μέσων Ναι/Όχι	Αριθμός Φοιτητών που πέρασε επιτυχώς στην κανονική και στην επαναληπτική εξέταση (ακαδ. έτος 2006-2007)
5607 Δίκτυα Διανομής και Logistics	ΝΑΙ	4	6	ΕΠ 6	Κατεύθυνσης	82	27	ΝΑΙ	21
Επιλέξιμα ειδίκευσης				ΕΠ 6					
5616 Τουριστικό Μάρκετινγκ	ΝΑΙ	4	6	ΕΠ 6	Κατεύθυνσης	110	42	ΝΑΙ	36
5617 Μάρκετινγκ Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων	ΝΑΙ	4	6	ΕΠ 6	Κατεύθυνσης	96	67	ΝΑΙ	60
5618 Μάρκετινγκ μη Κερδοσκοπικών Οργανισμών	ΝΑΙ	4	6	ΕΠ 6	Κατεύθυνσης	79	30	ΝΑΙ	25
5619 Μοντέλα Αποφάσεων Μάρκετινγκ	ΝΑΙ	4	6	ΕΠ 6	Κατεύθυνσης	61	29	ΝΑΙ	29
5000 Εκπόνηση Εργασίας Πρακτικής Εφαρμογής	ΝΑΙ	4	6	ΑΔ	Κατεύθυνσης	-	-	ΝΑΙ	-
Πρόγραμμα Κατεύθυνσης Επικοινωνίας									
7ο Εξάμηνο									
Υποχρεωτικά ειδίκευσης									
5801 Δίκαιο των Επιχειρήσεων και της Επικοινωνίας	ΝΑΙ	4	6	ΕΠ 7	Κατεύθυνσης	115	70	ΝΑΙ	51

Πίνακας 11-5.2: Μαθήματα Προπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών

Μάθημα	Πολλαπλή Βιβλιογραφία	Σύνολο Ωρών	Διδακτικές Μονάδες	Υπόβαθρου (Υ) Επιστημονικής Περιοχής (ΕΠ) Γενικών Γνώσεων (ΓΓ) Ανάπτυξης Δεξιοτήτων (ΑΔ)	Κορμού (Κο) Ειδίκευσης (Ε) Κατεύθυνσης (Κα)	Εγγεγραμμένοι φοιτητές	Αριθμός Φοιτητών που συμμετείχαν στις εξετάσεις του μαθήματος (ακαδ. έτος 2006-2007)	Επάρκεια Εκπαιδευτικών Μέσων Ναι/Όχι	Αριθμός Φοιτητών που πέρασε επιτυχώς στην κανονική και στην επαναληπτική εξέταση (ακαδ. έτος 2006-2007)
5710 Σχεδίαση Διαδρασικών Εφαρμογών	ΝΑΙ	4	6	ΕΠ 7	Κατεύθυνσης	65	33	ΝΑΙ	29
Επιλέξιμα ειδίκευσης				ΕΠ 7					
5714 Διαδίκτυο και Εκπαίδευση	ΝΑΙ	4	6	ΕΠ 7	Κατεύθυνσης	48	31	ΝΑΙ	31
5303 Πολιτική Οικονομία και Επικοινωνία	ΝΑΙ	4	6	ΕΠ 7	Κατεύθυνσης	36	6	ΝΑΙ	6
5709 Ηλεκτρονική Δημοσιογραφία	ΝΑΙ	4	6	ΕΠ 7	Κατεύθυνσης	108	38	ΝΑΙ	38
5000 Εκπόνηση Εργασίας Πρακτικής Εφαρμογής	ΝΑΙ	4	6	ΑΔ	Κατεύθυνσης	-	-	ΝΑΙ	-
8ο Εξάμηνο									
Υποχρεωτικά ειδίκευσης									
5707 Διαπολιτισμική Επικοινωνία	ΝΑΙ	4	6	ΕΠ 7	Κατεύθυνσης	94	72	ΝΑΙ	70
5708 Διαπραγματεύσεις και Επίλυση Διαφωνιών	ΝΑΙ	4	6	ΕΠ 7	Κατεύθυνσης	119	89	ΝΑΙ	77
5711 Εταιρική Επικοινωνιακή Στρατηγική	ΝΑΙ	4	6	ΕΠ 7	Κατεύθυνσης	62	37	ΝΑΙ	37
Επιλέξιμα ειδίκευσης									
5713 Σχεδίαση Ιστοπέδων	ΝΑΙ	4	6	ΕΠ 7	Κατεύθυνσης	53	31	ΝΑΙ	31
5712 Ειδικά Θέματα Εταιρικής Επικοινωνίας	ΝΑΙ	4	6	ΕΠ 7	Κατεύθυνσης	55	33	ΝΑΙ	33
5715 Τέχνη και Επικοινωνία	ΝΑΙ	4	6	ΕΠ 7	Κατεύθυνσης	85	36	ΝΑΙ	32

Πίνακας 11-5.2: Μαθήματα Προπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών

Μάθημα	Πολλαπλή Βιβλιογραφία	Σύνολο Ωρών	Διδακτικές Μονάδες	Υπόβαθρου (Υ) Επιστημονικής Περιοχής (ΕΠ) Γενικών Γνώσεων (ΓΓ) Ανάπτυξης Δεξιοτήτων (ΑΔ)	Κορμού (Κο) Ειδίκευσης (Ε) Κατεύθυνσης (Κα)	Εγγεγραμμένοι φοιτητές	Αριθμός Φοιτητών που συμμετείχαν στις εξετάσεις του μαθήματος (ακαδ. έτος 2006-2007)	Επάρκεια Εκπαιδευτικών Μέσων Ναι/Όχι	Αριθμός Φοιτητών που πέρασε επιτυχώς στην κανονική και στην επαναληπτική εξέταση (ακαδ. έτος 2006-2007)
5000 Εκπόνηση Εργασίας Πρακτικής Εφαρμογής	ΝΑΙ	4	6	ΑΔ	Κατεύθυνσης	-	-	ΝΑΙ	-
Προαιρετικά μαθήματα τμήματος									
φθινοπωρινό εξάμηνο									
5104 Μαθηματικά για τη Διοίκηση Επιχειρήσεων (3ο)	ΝΑΙ	4	6	ΕΠ 3	Γενικής Επιλογής	14	0	ΝΑΙ	0
5304 Αξιολόγηση Επενδυτικών Σχεδίων (5ο)	ΝΑΙ	4	6	ΕΠ 5	Γενικής Επιλογής	16	2	ΝΑΙ	2
5404 Διοίκηση Ποιότητας και Αλλαγών (5ο)	ΝΑΙ	4	6	ΕΠ 1	Γενικής Επιλογής	-	-	ΝΑΙ	-
5205 Εφαρμογές Πληροφοριακών Συστημάτων (7ο)	ΝΑΙ	4	6	ΕΠ 4	Γενικής Επιλογής	-	-	ΝΑΙ	-
5902 Διοίκηση Έργων και Προγραμμάτων (7ο)	ΝΑΙ	4	6	ΕΠ 1	Γενικής Επιλογής	7	0	ΝΑΙ	0
εαρινό εξάμηνο									
5305 Οικονομική Θεωρία της Επιχείρησης (2ο)	ΝΑΙ	4	6	ΕΠ 5	Γενικής Επιλογής	-	-	ΝΑΙ	-
5504 Ανάλυση Χρηματαγορών και Κεφαλαιαγορών (6ο)	ΝΑΙ	4	6	ΕΠ 2	Γενικής Επιλογής	7	1	ΝΑΙ	0
5307 Κλαδική Βιομηχανική Έρευνα (6ο)	ΝΑΙ	4	6	ΕΠ 5	Γενικής Επιλογής	4	0	ΝΑΙ	0

Πίνακας 11-5.2: Μαθήματα Προπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών

Μάθημα	Πολλαπλή Βιβλιογραφία	Σύνολο Ωρών	Διδακτικές Μονάδες	Υπόβαθρου (Υ) Επιστημονικής Περιοχής (ΕΠ) Γενικών Γνώσεων (ΓΓ) Ανάπτυξης Δεξιοτήτων (ΑΔ)	Κορμού (Κο) Ειδίκευσης (Ε) Κατεύθυνσης (Κα)	Εγγεγραμμένοι φοιτητές	Αριθμός Φοιτητών που συμμετείχαν στις εξετάσεις του μαθήματος (ακαδ. έτος 2006-2007)	Επάρκεια Εκπαιδευτικών Μέσων Ναι/Όχι	Αριθμός Φοιτητών που πέρασε επιτυχώς στην κανονική και στην επαναληπτική εξέταση (ακαδ. έτος 2006-2007)
5308 European Economic Policies and Greece (6ο)	NAI	4	6	ΕΠ 5	Γενικής Επιλογής	-	-	NAI	-
5906 Διοίκηση Παραγωγής και Υπηρεσιών (8ο)	NAI	4	6	ΕΠ 1	Γενικής Επιλογής	13	0	NAI	0
5406 Επιχειρηματικότητα (8ο)	NAI	4	6	ΕΠ 1	Γενικής Επιλογής	45	12	NAI	12
Προαιρετικά μαθήματα άλλων τμημάτων									
φθινοπωρινό εξάμηνο									
3261 Ανάλυση και Σχεδίαση Επιχειρησιακών Εφαρμογών (1ο)	NAI	4	6	ΕΠ4	Γενικής Επιλογής	10	0	NAI	0
1191 Αρχές Πολιτικής Επιστήμης (1ο)	NAI	4	6	ΕΠ5	Γενικής Επιλογής	40	14	NAI	9
1271 Διεθνής Οικονομική (1ο)	NAI	4	6	ΕΠ5	Γενικής Επιλογής	30	0	NAI	0
1193 Αρχές Κοινωνιολογίας (1ο)	NAI	4	6	ΕΠ5	Γενικής Επιλογής	100	29	NAI	19
3124 Βιομηχανική Οργάνωση και Πολιτική (3ο)	NAI	4	6	ΕΠ5	Γενικής Επιλογής	31	22	NAI	17
3341 Δίκτυα Επικοινωνιών (7ο)	NAI	4	6	ΕΠ4	Γενικής Επιλογής	3	0	NAI	0
3435 Τεχνητή Νοημοσύνη (7ο)	NAI	4	6	ΕΠ4	Γενικής Επιλογής	10	0	NAI	0

Πίνακας 11-5.2: Μαθήματα Προπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών

Μάθημα	Πολλαπλή Βιβλιογραφία	Σύνολο Ωρών	Διδακτικές Μονάδες	Υπόβαθρου (Υ) Επιστημονικής Περιοχής (ΕΠ) Γενικών Γνώσεων (ΓΓ) Ανάπτυξης Δεξιοτήτων (ΑΔ)	Κορμού (Κο) Ειδίκευσης (Ε) Κατεύθυνσης (Κα)	Εγγεγραμμένοι φοιτητές	Αριθμός Φοιτητών που συμμετείχαν στις εξετάσεις του μαθήματος (ακαδ. έτος 2006-2007)	Επάρκεια Εκπαιδευτικών Μέσων Ναι/Όχι	Αριθμός Φοιτητών που πέρασε επιτυχώς στην κανονική και στην επαναληπτική εξέταση (ακαδ. έτος 2006-2007)
3342 Σχεδιασμός Βάσεων Δεδομένων (7ο)	ΝΑΙ	4	6	ΕΠ4	Γενικής Επιλογής	7	0	ΝΑΙ	0
εαρινό εξάμηνο									
1312 Θεωρία Οικονομικής Πολιτικής (2ο)	ΝΑΙ	4	6	ΕΠ5	Γενικής Επιλογής	11	0	ΝΑΙ	0
3334 Λειτουργικά Συστήματα (6ο)	ΝΑΙ	4	6	ΕΠ4	Γενικής Επιλογής	2	0	ΝΑΙ	0
70785 Προχωρημένη Χρηματοοικονομική των Επιχειρήσεων (6ο)	ΝΑΙ	4	6	ΕΠ2	Γενικής Επιλογής	3	0	ΝΑΙ	0
1341 Χρήμα και Τραπεζική (6ο)	ΝΑΙ	4	6	ΕΠ5	Γενικής Επιλογής	6	0	ΝΑΙ	0
3331 Βάσεις Δεδομένων (8ο)	ΝΑΙ	4	6	ΕΠ4	Γενικής Επιλογής	3	0	ΝΑΙ	0
Προαιρετικά μαθήματα, μη προσμετρήσιμα									
8052 Διδακτική	ΝΑΙ	4	0	ΑΔ	Γενικής Επιλογής	30	5	ΝΑΙ	5
8051 Παιδαγωγική	ΝΑΙ	4	0	ΑΔ	Γενικής Επιλογής	21	6	ΝΑΙ	5

Επιστημονικές Περιοχές

ΕΠ 1 Διοίκησης

ΕΠ 2 Λογιστικής και Χρηματοδότησης

- ΕΠ 3 Ποσοτικών Μεθόδων - Στατιστικής
- ΕΠ 4 Υπολογιστών – Πληροφοριακών Συστημάτων
- ΕΠ 5 Οικονομίας - Δικαίου
- ΕΠ 6 Μάρκετινγκ
- ΕΠ 7 Επικοινωνίας

Πίνακας 11-6.1: Κατανομή βαθμολογίας και μέσος βαθμός πτυχίου των αποφοίτων του Προπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών

Έτος Αποφοίτησης	Κατανομή Βαθμών (%)				Μέσος όρος Βαθμολογίας (Σύνολο απόφοιτων)
	5.0-5.99	6.0-6.99	7.0-8.49	8.5-10.0	
2001-2002	6	62	73	3	7.06 (144)
2002-2003	3	63	80	1	7.08 (147)
2003-2004	4	55	101	2	7.20 (162)
2004-2005	5	46	97	12	7.33 (160)
2005-2006	5	50	84	10	7.31 (149)
Σύνολο	23	276	435	28	7.196 (762)

Πίνακας 11-6.2: Εξέλιξη του αριθμού των αποφοίτων του Προπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών και διάρκεια σπουδών

Έτος εισαγωγής	Διάρκεια σπουδών (Έτη)							Δεν έχουν αποφοιτήσει ακόμα	Σύνολο
	K	K+1	K+2	K+3	K+4	K+5	≥K+6		
2000-2001	107	38	21	5	3	1	-	24	100%
2001-2002	107	30	6	4	2	-	-	22	100%
2002-2003	92	38	9	2	-	-	-	21	100%
2003-2004	56	61	8	-	-	-	-	31	100%
2004-2005	78	29	-	-	-	-	-	52	100%
2005-2006	27	-	-	-	-	-	-	120	100%
2006-2007	-	-	-	-	-	-	-	154	100%

Επεξηγήσεις:

– Όπου K = Κανονική διάρκεια σπουδών (σε έτη) στο Τμήμα. (π.χ. Αν η κανονική διάρκεια σπουδών είναι 4 έτη, τότε K=4, K+1=5, K+2=6,..., K+6=10)

Πίνακας 11.7.1α: Μαθήματα Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών						
Τίτλος ΜΠΣ: «Μάρκετινγκ και Επικοινωνία Με Νέες Τεχνολογίες Τμήμα Μερικής φοίτησης»						
Μάθημα	Ιστότοπος	Σελίδα Οδηγού Σπουδών	Διδάσκοντες (Συνεργάτες)	Υποχρεωτικό/ Κατ' επιλογήν	Αξιολόγηση από φοιτητή (Ναι / Όχι)	Διαλέξεις
Εισαγωγή στο μάρκετινγκ & συμπεριφορά καταναλωτή	http://www.executivment.aueb.gr/intro.asp?id=31546&lcid=1032	5	Γ. Αυλωνίτης Γ. Μπάλτας Σ. Γούναρης	Υποχρεωτικό	Ναι	12
Διοίκηση & οργανωσιακή συμπεριφορά	http://www.executivment.aueb.gr/intro.asp?id=31545&lcid=1032	5	Β. Παπαδάκης Ε. Νικάνδρου	Υποχρεωτικό	Ναι	12
Ερευνητική μεθοδολογία & έρευνα μάρκετινγκ	http://www.executivment.aueb.gr/intro.asp?id=31547&lcid=1032	5	Γ. Μπάλτας Α. Κουρεμένος	Υποχρεωτικό	Ναι	12
Τεχνικές επικοινωνίας	http://www.executivment.aueb.gr/intro.asp?id=31548&lcid=1032	5	Μ. Κωνσταντοπούλου Ε. Καφέζα Δ. Λυμπεροπούλου	Υποχρεωτικό	Ναι	12
Πολιτική προϊόντος	http://www.executivment.aueb.gr/intro.asp?id=31551&lcid=1032	5	Γ. Αυλωνίτης Π. Παπασταθοπούλου Π. Αργουσιλίδης Σ. Κοέν	Υποχρεωτικό	Ναι	12
Διαφήμιση	http://www.executivment.aueb.gr/intro.asp?id=31549&lcid=1032	5	Ν. Παπαβασιλείου Γ. Πανηγυράκης	Υποχρεωτικό	Ναι	12
Επιχειρησιακή στρατηγική και στρατηγικό μάρκετινγκ	http://www.executivment.aueb.gr/intro.asp?id=31552&lcid=1032	5	Β. Παπαδάκης Β. Σταθακόπουλος	Υποχρεωτικό	Ναι	12
Εταιρική Επικοινωνιακή στρατηγική	http://www.executivment.aueb.gr/intro.asp?id=31569&lcid=1032	5	Ε. Αποσπύρη Ε. Νικάνδρου Δ. Λυμπερόπουλος	Υποχρεωτικό	Ναι	12
Οργάνωση & διοίκηση πωλήσεων	http://www.executivment.aueb.gr/intro.asp?id=40141&lcid=1032	7	Γ. Αυλωνίτης Ν. Παναγόπουλος	Κατ' επιλογήν	Ναι	5
Βιομηχανικό B2B μάρκετινγκ	http://www.executivment.aueb.gr/intro.asp?id=40106&lcid=1032	7	Γ. Αυλωνίτης	Κατ' επιλογήν	Ναι	5
Διοίκηση ανθρώπινου δυναμικού	http://www.executivment.aueb.gr/intro.asp?id=40160&lcid=1032	7	Ε. Νικάνδρου Λ. Παναγιωτοπούλου	Κατ' επιλογήν	Ναι	5
Διοίκηση δικτύων διανομής & logistics	http://www.executivment.aueb.gr/intro.asp?id=40136&lcid=1032	7	Ν. Παπαβασιλείου Σ. Γούναρης	Κατ' επιλογήν	Ναι	5
Εξαγωγικό και διεθνές μάρκετινγκ	http://www.executivment.aueb.gr/intro.asp?id=40137&lcid=1032	7	Ε. Κατσικέα	Κατ' επιλογήν	Ναι	5
Ηλεκτρονικό εμπόριο & μάρκετινγκ	http://www.executivment.aueb.gr/intro.asp?id=40138&lcid=1032	7	Σ. Δημητριάδης Ε. Καφέζα	Κατ' επιλογήν	Ναι	5
Μάρκετινγκ εμπορίου	http://www.executivment.aueb.gr/intro.asp?id=40139&lcid=1032	7	Ν. Παπαβασιλείου Γ. Μπάλτας	Κατ' επιλογήν	Ναι	5

Πίνακας 11.7.1α: Μαθήματα Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών						
Τίτλος ΜΠΣ: «Μάρκετινγκ και Επικοινωνία Με Νέες Τεχνολογίες Τμήμα Μερικής φοίτησης»						
Μάθημα	Ιστότοπος	Σελίδα Οδηγού Σπουδών	Διδάσκοντες (Συνεργάτες)	Υποχρεωτικό/ Κατ' επιλογήν	Αξιολόγηση από φοιτητή (Ναι / Όχι)	Διαλέξεις
Μάρκετινγκ υπηρεσιών	http://www.executivement.aueb.gr/intro.asp?id=40140&lcid=1032	7	Σ. Γούναρης	Κατ' επιλογήν	Ναι	5
Διοίκηση λειτουργιών	http://www.executivement.aueb.gr/intro.asp?id=40161&lcid=1032	7	Σ. Γούναρης	Κατ' επιλογήν	Ναι	5
Πληροφοριακά συστήματα μάρκετινγκ	http://www.executivement.aueb.gr/intro.asp?id=40142&lcid=1032	7	Α. Κουρεμένος	Κατ' επιλογήν	Ναι	5
Αρχές & μέθοδοι προώθησης πωλήσεων	http://www.executivement.aueb.gr/intro.asp?id=40143&lcid=1032	7	Γ. Μπάλτας Π. Αργουσιδής	Κατ' επιλογήν	Ναι	5
Τεχνικές πωλήσεων	http://www.mcm.aueb.gr/ment/default.asp?id=2002007&lcid=1032#15	7	Γ. Αυλωνίτης Β. Σταθακόπουλος Ν. Παναγόπουλος	Κατ' επιλογήν	Ναι	5
Τιμολογιακή πολιτική	http://www.executivement.aueb.gr/intro.asp?id=40145&lcid=1032	7	Ν. Παπαβασιλείου Κ. Ήντουνας	Κατ' επιλογήν	Ναι	5
Διοίκηση σχέσεων πελατών στρατηγικής σημασίας	http://www.executivement.aueb.gr/intro.asp?id=40147&lcid=1032	7	Σ. Γούναρης Ν. Παναγόπουλος	Κατ' επιλογήν	Ναι	5
Διαπραγματεύσεις	http://www.executivement.aueb.gr/intro.asp?id=40129&lcid=1032	7	Φ. Κοκκινάκη	Κατ' επιλογήν	Ναι	5
Ποσοτικές μέθοδοι στο μάρκετινγκ & την επικοινωνία	http://www.executivement.aueb.gr/intro.asp?id=40144&lcid=1032	7	Ι. Χαλικιάς	Κατ' επιλογήν	Ναι	5
Οικονομική διάσταση των Μ.Μ.Ε.	http://www.mcm.aueb.gr/ment/default.asp?id=2002012&lcid=1032	8	Α. Σκούρας	Κατ' επιλογήν	Ναι	5
Σχεδιασμός δημιουργικού	http://www.executivement.aueb.gr/intro.asp?id=40263&lcid=1032	8	Μ. Κωνσταντοπούλου Α. Ευαγγελάτος	Κατ' επιλογήν	Ναι	5
Προγραμματισμός μέσων	http://www.executivement.aueb.gr/intro.asp?id=40264&lcid=1032	8	Γ. Μπάλτας Φ. Κοκκινάκη	Κατ' επιλογήν	Ναι	5
Ολοκληρωμένη επικοινωνιακή στρατηγική	http://www.executivement.aueb.gr/intro.asp?id=40265&lcid=1032	8	Β. Σταθακόπουλος Φ. Κοκκινάκη	Κατ' επιλογήν	Ναι	5
Νέες τεχνολογίες στη διαφήμιση	http://www.executivement.aueb.gr/intro.asp?id=40266&lcid=1032	8	Γ. Μπάλτας Φλ. Κοκκινάκη	Κατ' επιλογήν	Ναι	5
Τέχνη & επικοινωνία	http://www.executivement.aueb.gr/intro.asp?id=40255&lcid=1032	8	Κ. Πατέλη	Κατ' επιλογήν	Ναι	5
Δημόσιες σχέσεις	http://www.executivement.aueb.gr/intro.asp?id=40250&lcid=1032	8	Ν. Παπαλεξανδρή Δ. Λυμπερόπουλος	Κατ' επιλογήν	Ναι	5
Άντληση πόρων & οργάνωση εκδηλώσεων	http://www.executivement.aueb.gr/intro.asp?id=40267&lcid=1032	8	Ν. Παπαλεξανδρή Δ. Λυμπερόπουλος	Κατ' επιλογήν	Ναι	5
Εταιρική κοινωνική ευθύνη	http://www.executivement.aueb.gr/intro.asp?id=40268&lcid=1032	8	Ν. Παπαλεξανδρή	Κατ' επιλογήν	Ναι	5

Πίνακας 11.7.1α: Μαθήματα Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών						
Τίτλος ΜΠΣ: «Μάρκετινγκ και Επικοινωνία Με Νέες Τεχνολογίες Τμήμα Μερικής φοίτησης»						
Μάθημα	Ιστότοπος	Σελίδα Οδηγού Σπουδών	Διδάσκοντες (Συνεργάτες)	Υποχρεωτικό/ Κατ' επιλογήν	Αξιολόγηση από φοιτητή (Ναι / Όχι)	Διαλέξεις
			Ε. Αποσπύρη			
Σχέσεις με τα Μ.Μ.Ε.	http://www.executivement.aueb.gr/intro.asp?id=40269&lcid=1032	8	Ν. Παπαλεξανδρή Δ. Λυμπερόπουλος	Κατ' επιλογήν	Ναι	5
Διοίκηση αλλαγών	http://www.executivement.aueb.gr/intro.asp?id=40251&lcid=1032	8	Β. Παπαδάκης Μ. Βακόλα	Κατ' επιλογήν	Ναι	5
Πολιτική οικονομία & επικοινωνία	http://www.mcm.aueb.gr/ment/default.asp?id=2002012&lcid=1032	8	Α. Σκούρας Β. Πατσουράτης	Κατ' επιλογήν	Ναι	5
Σχεδίαση διαδραστικών εφαρμογών	http://www.executivement.aueb.gr/intro.asp?id=40254&lcid=1032	8	Μ. Κωνσταντοπούλου Α. Ευαγγελάτος Δ. Λυμπερόπουλος	Κατ' επιλογήν	Ναι	5
Ηλεκτρονική επικοινωνία	http://www.mcm.aueb.gr/ment/default.asp?id=2002012&lcid=1032	8		Κατ' επιλογήν	Ναι	5
Ανάπτυξη διαπροσωπικών ικανοτήτων	http://www.mcm.aueb.gr/ment/default.asp?id=2002012&lcid=1032	8	Λ. Παναγιωτοπούλου	Κατ' επιλογήν	Ναι	5

Πίνακας 11.7.1β: Μαθήματα Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών

Τίτλος ΜΠΣ: Μάρκετινγκ και Επικοινωνία με Νέες Τεχνολογίες, Πλήρους Φοίτησης

Μάθημα	Ιστότοπος	Σελίδα Οδηγού Σπουδών	Διδάσκοντες (Συνεργάτες)	Υποχρεωτικό Κατ'επιλογήν	Αξιολόγηση από φοιτητή (Ναι / Όχι)	Διαλέξεις (ώρες)
ΔΙΟΙΚΗΣΗ & ΟΡΓΑΝΩΣΙΑΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ	http://www.mcm.aueb.gr/ment/default.asp?id=2002006&lcid=1032#1		Β. Παπαδάκης, Ελ. Αποσπόρη	Υ	ΝΑΙ	36
ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ & ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ	http://www.mcm.aueb.gr/ment/default.asp?id=2002006&lcid=1032#1		Γ. Αυλωνίτης, Γ. Μπάλας, Σπ. Γούναρης	Υ	ΝΑΙ	36
ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ & ΕΡΕΥΝΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	http://www.mcm.aueb.gr/ment/default.asp?id=2002006&lcid=1032#1		Α. Κουρεμένος, Β. Σταθακόπουλος	Υ	ΝΑΙ	36
ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	http://www.mcm.aueb.gr/ment/default.asp?id=2002006&lcid=1032#1		Μ. Κωνσταντοπούλου, Ε. Καφέζα, Δ. Λυμπερόπουλος	Υ	ΝΑΙ	36

Πίνακας 11.7.1β: Μαθήματα Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών

Τίτλος ΜΠΣ: Μάρκετινγκ και Επικοινωνία με Νέες Τεχνολογίες, Πλήρους Φοίτησης

Μάθημα	Ιστότοπος	Σελίδα Οδηγού Σπουδών	Διδάσκοντες (Συνεργάτες)	Υποχρεωτικό Κατ'επιλογήν	Αξιολόγηση από φοιτητή (Ναι / Όχι)	Διαλέξεις (ώρες)
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ	http://www.mcm.aueb.gr/ment/default.asp?id=2002006&lcid=1032#1		Ν. Παπαβασιλείου, Φλ. Κοκκινάκη	Υ	ΝΑΙ	36
ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ	http://www.mcm.aueb.gr/ment/default.asp?id=2002006&lcid=1032#1		Π. Παπασταθοπούλου, Π. Αργουσλίδης	Υ	ΝΑΙ	36
ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ	http://www.mcm.aueb.gr/ment/default.asp?id=2002006&lcid=1032#1		Ειρ. Νικάνδρου, Ελ. Αποσπόρη, Δ. Λυμπερόπουλος	Υ	ΝΑΙ	36
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ & ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	http://www.mcm.aueb.gr/ment/default.asp?id=2002006&lcid=1032#1		Β. Σταθακόπουλος, Β. Παπαδάκης	Υ	ΝΑΙ	36
ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟ (B2B) ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	http://www.mcm.aueb.gr/ment/default.asp?id=2002007&lcid=1032#1		Γ. Αυλωνίτης (avlon@aueb.gr), Σ. Δημητριάδης	E-M	ΝΑΙ	20
ΔΙΟΙΚΗΣΗ	http://www.mcm.aueb.gr/ment/default.asp?id=2002007&lcid=1032#1		Σ. Γούναρης	E-M	ΝΑΙ	20

Πίνακας 11.7.1β: Μαθήματα Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών

Τίτλος ΜΠΣ: Μάρκετινγκ και Επικοινωνία με Νέες Τεχνολογίες, Πλήρους Φοίτησης

Μάθημα	Ιστότοπος	Σελίδα Οδηγού Σπουδών	Διδάσκοντες (Συνεργάτες)	Υποχρεωτικό Κατ'επιλογήν	Αξιολόγηση από φοιτητή (Ναι / Όχι)	Διαλέξεις (ώρες)
ΣΧΕΣΕΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΣΗΜΑΣΙΑΣ	2#1		(sgounar@aueb.gr), Ν. Παναγόπουλος			
ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ	http://www.mcm.aueb.gr/ment/default.asp?id=2002007&lcid=1032#1		Σπ. Γούναρης	E-M	ΝΑΙ	20
ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ	http://www.mcm.aueb.gr/ment/default.asp?id=2002007&lcid=1032#1		Σπ. Γούναρης	E-M	ΌΧΙ	20
ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΕΜΠΟΡΙΟΥ	http://www.mcm.aueb.gr/ment/default.asp?id=2002007&lcid=1032#1		Ν. Παπαβασιλείου, Γ. Μπάλτας	E-M	ΝΑΙ	20
ΑΡΧΕΣ & ΜΕΘΟΔΟΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ	http://www.mcm.aueb.gr/ment/default.asp?id=2002007&lcid=1032#1		Γ. Μπάλτας, Π. Αργουσλίδης	E-M	ΝΑΙ	20
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ &	http://www.mcm.aueb.gr/ment/default.asp?id=2002007&lcid=1032#1		Σ. Δημητριάδης, Ε. Καφέζα	E-M	ΝΑΙ	20

Πίνακας 11.7.1β: Μαθήματα Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών

Τίτλος ΜΠΣ: Μάρκετινγκ και Επικοινωνία με Νέες Τεχνολογίες, Πλήρους Φοίτησης

Μάθημα	Ιστότοπος	Σελίδα Οδηγού Σπουδών	Διδάσκοντες (Συνεργάτες)	Υποχρεωτικό Κατ'επιλογήν	Αξιολόγηση από φοιτητή (Ναι / Όχι)	Διαλέξεις (ώρες)
ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ						
ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΔΙΚΤΥΩΝ ΔΙΑΝΟΜΗΣ & LOGISTICS	http://www.mcm.aueb.gr/ment/default.asp?id=2002007&lcid=1032#1		Ν. Παπαβασιλείου, Σπ. Γούναρης	E-M	ΝΑΙ	20
ΕΞΑΓΩΓΙΚΟ & ΔΙΕΘΝΕΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	http://www.mcm.aueb.gr/ment/default.asp?id=2002007&lcid=1032#1		Ε. Κατσικέα	E-M	ΌΧΙ	20
ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	http://www.mcm.aueb.gr/ment/default.asp?id=2002007&lcid=1032#1		Α. Κουρεμένος (Παν. Πειραιά)	E-M	ΌΧΙ	20
ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ	http://www.mcm.aueb.gr/ment/default.asp?id=2002007&lcid=1032#1		Γ. Αυλωνίτης, Β. Σταθακόπουλος, Ν. Παναγόπουλος	E-M	ΌΧΙ	20
ΤΙΜΟΛΟΓΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ	http://www.mcm.aueb.gr/ment/default.asp?id=2002007&lcid=1032#1		Ν. Παπαβασιλείου, Κ. Ήντουνας	E-M	ΌΧΙ	20
ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ	http://www.mcm.aueb.gr/ment/default.asp?id=2002012&lcid=103		Ν. Παπαλεξανδρή,	E-E	ΝΑΙ	20

Πίνακας 11.7.1β: Μαθήματα Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών

Τίτλος ΜΠΣ: Μάρκετινγκ και Επικοινωνία με Νέες Τεχνολογίες, Πλήρους Φοίτησης

Μάθημα	Ιστότοπος	Σελίδα Οδηγού Σπουδών	Διδάσκοντες (Συνεργάτες)	Υποχρεωτικό Κατ'επιλογήν	Αξιολόγηση από φοιτητή (Ναι / Όχι)	Διαλέξεις (ώρες)
	2#1		Δ. Λυμπερόπουλος			
ΑΝΤΛΗΣΗ ΠΟΡΩΝ & ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ	http://www.mcm.aueb.gr/ment/default.asp?id=2002012&lcid=1032#1		Ν. Παπαλεξανδρή, Δ. Λυμπερόπουλος	E-E	ΌΧΙ	20
ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ	http://www.mcm.aueb.gr/ment/default.asp?id=2002012&lcid=1032#1		Ν. Παπαλεξανδρή, Ε. Αποσπόρη	E-E	ΌΧΙ	20
ΣΧΕΣΕΙΣ ΜΕ ΤΑ ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	http://www.mcm.aueb.gr/ment/default.asp?id=2002012&lcid=1032#1		Ν. Παπαλεξανδρή, Δ. Λυμπερόπουλος	E-E	ΌΧΙ	20
ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ	http://www.mcm.aueb.gr/ment/default.asp?id=2002012&lcid=1032#1		Β. Σταθακόπουλος, Φλ. Κοκκινάκη	E-E	ΝΑΙ	20

Πίνακας 11.7.1β: Μαθήματα Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών

Τίτλος ΜΠΣ: Μάρκετινγκ και Επικοινωνία με Νέες Τεχνολογίες, Πλήρους Φοίτησης

Μάθημα	Ιστότοπος	Σελίδα Οδηγού Σπουδών	Διδάσκοντες (Συνεργάτες)	Υποχρεωτικό Κατ'επιλογήν	Αξιολόγηση από φοιτητή (Ναι / Όχι)	Διαλέξεις (ώρες)
ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟΥ	http://www.mcm.aueb.gr/ment/default.asp?id=2002012&lcid=1032#1		Μ.Κωνσταντοπούλου, Α.Ευαγγελάτος, Εξωτερικός Εισηγητής	E-E	ΌΧΙ	20
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΜΕΣΩΝ	http://www.mcm.aueb.gr/ment/default.asp?id=2002012&lcid=1032#1		Γ. Μπάλτας, Φλ. Κοκκινάκη, Εξωτερικός Εισηγητής	E-E	ΌΧΙ	20
ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΣΤΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ	http://www.mcm.aueb.gr/ment/default.asp?id=2002012&lcid=1032#1		Γ. Μπάλτας, Φλ. Κοκκινάκη, Εξωτερικός Εισηγητής	E-E	ΌΧΙ	20
ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΛΛΑΓΩΝ	http://www.mcm.aueb.gr/ment/default.asp?id=2002012&lcid=1032#1		Β. Παπαδάκης, Μ. Βακόλα	E-E	ΝΑΙ	20

Πίνακας 11.7.1β: Μαθήματα Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών

Τίτλος ΜΠΣ: Μάρκετινγκ και Επικοινωνία με Νέες Τεχνολογίες, Πλήρους Φοίτησης

Μάθημα	Ιστότοπος	Σελίδα Οδηγού Σπουδών	Διδάσκοντες (Συνεργάτες)	Υποχρεωτικό Κατ'επιλογήν	Αξιολόγηση από φοιτητή (Ναι / Όχι)	Διαλέξεις (ώρες)
ΣΧΕΔΙΑΣΗ ΔΙΑΔΡΑΣΤΙΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ	http://www.mcm.aueb.gr/ment/default.asp?id=2002012&lcid=1032#1		Μ.Κωνσταντοπούλου, Α. Ευαγγελάτος, Δ. Λυμπερόπουλος	E-E	ΝΑΙ	20
ΤΕΧΝΗ & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ	http://www.mcm.aueb.gr/ment/default.asp?id=2002012&lcid=1032#1		Κ. Πατέλη	E-E	ΌΧΙ	20
ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΔΙΑΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΙΚΑΝΟΤΗΤΩΝ	http://www.mcm.aueb.gr/ment/default.asp?id=2002012&lcid=1032#1		Λ. Παναγιωτοπούλου	E-E	ΌΧΙ	20
ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ	http://www.mcm.aueb.gr/ment/default.asp?id=2002012&lcid=1032#1		Α. Σκούρας (chlois@aueb.gr), Β. Πατσουράτης	E-E	ΌΧΙ	20
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	http://www.mcm.aueb.gr/ment/default.asp?id=2002012&lcid=1032#1		Α. Σκούρας	E-E	ΝΑΙ	20

Πίνακας 11.7.1β: Μαθήματα Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών

Τίτλος ΜΠΣ: Μάρκετινγκ και Επικοινωνία με Νέες Τεχνολογίες, Πλήρους Φοίτησης

Μάθημα	Ιστότοπος	Σελίδα Οδηγού Σπουδών	Διδάσκοντες (Συνεργάτες)	Υποχρεωτικό Κατ'επιλογήν	Αξιολόγηση από φοιτητή (Ναι / Όχι)	Διαλέξεις (ώρες)
ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΣΕΙΣ	http://www.mcm.aueb.gr/ment/default.asp?id=2002007&lcid=1032#1		Φλ. Κοκκινάκη	E-M,E	ΝΑΙ	20
ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ	http://www.mcm.aueb.gr/ment/default.asp?id=2002007&lcid=1032#1		Ειρ. Νικάνδρου, Λ. Παναγιωτοπούλου	E-M,E	ΝΑΙ	20
ΠΟΣΟΤΙΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ ΣΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ & ΤΗΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ	http://www.mcm.aueb.gr/ment/default.asp?id=2002007&lcid=1032#1		Ι. Χαλικιάς	E-M,E	ΌΧΙ	20
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ	http://www.mcm.aueb.gr/ment/default.asp?id=2002007&lcid=1032#2		Γ. Αυλωνίτης, Ν. Παναγόπουλος	E-M,E	ΝΑΙ	20

Πίνακας 11.7.1γ: Μαθήματα Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών**Τίτλος ΜΠΣ: «Μάρκετινγκ και Επικοινωνία Με Νέες Τεχνολογίες – Κατεύθυνση Μάρκετινγκ με Διεθνή Προσανατολισμό»**

Μάθημα	Ιστότοπος	Σελίδα Οδηγού Σπουδών	Διδάσκοντες (Συνεργάτες)	Υποχρεωτικό/ Κατ' επιλογήν	Αξιολόγηση από φοιτητή (Ναι / Όχι)	Διαλέξεις
Cross Cultural Management	http://www.prima.aueb.gr/ProgrammeStructure/Courses/CoreCourses/tabid/65/Default.aspx		Ν.Παπαλεξανδρή Ε.Αποστόρη	Υποχρεωτικό	Ναι	12
International Business Management	http://www.prima.aueb.gr/ProgrammeStructure/Courses/CoreCourses/tabid/65/Default.aspx		Π.Αργουσιδης Π.Δημητράτος	Υποχρεωτικό	Ναι	12
International Consumer Behavior	http://www.prima.aueb.gr/ProgrammeStructure/Courses/CoreCourses/tabid/65/Default.aspx		Π.Παπασταθοπούλου Μ.Τσόγκας	Υποχρεωτικό	Ναι	12
International Marketing Research	http://www.prima.aueb.gr/ProgrammeStructure/Courses/CoreCourses/tabid/65/Default.aspx		Α.Κουρεμένος	Υποχρεωτικό	Ναι	12
International B2B Marketing	http://www.prima.aueb.gr/ProgrammeStructure/Courses/CoreCourses/tabid/65/Default.aspx		Γ.Αυλωνίτης Σ.Γούναρης Κ.Ήντουνας	Υποχρεωτικό	Ναι	12
International Product Management	http://www.prima.aueb.gr/ProgrammeStructure/Courses/CoreCourses/tabid/65/Default.aspx		Π.Παπασταθοπούλου Π.Αργουσιδης Σ.Κοέν	Υποχρεωτικό	Ναι	12
International Marketing Strategy	http://www.prima.aueb.gr/ProgrammeStructure/Courses/CoreCourses/tabid/65/Default.aspx		Β.Τζαναβάρας	Υποχρεωτικό	Ναι	12
International Marketing Communications	http://www.prima.aueb.gr/ProgrammeStructure/Courses/CoreCourses/tabid/65/Default.aspx		Ν.Παπαβασιλείου Γ.Πανηγυράκης Φ.Κοκκινάκη	Υποχρεωτικό	Ναι	12
International Sales Management	http://www.prima.aueb.gr/ProgrammeStructure/Courses/ElectiveCourses/tabid/66/Default.aspx		Γ.Αυλωνίτης Ν.Παναγόπουλος	Κατ' επιλογήν	Ναι	5
International Channel Management	http://www.prima.aueb.gr/ProgrammeStructure/Courses/ElectiveCourses/tabid/66/Default.aspx		Ν.Παπαβασιλείου Σ.Γούναρης	Κατ' επιλογήν	Ναι	5
International Pricing	http://www.prima.aueb.gr/ProgrammeStructure/Courses/ElectiveCourses/tabid/66/Default.aspx		Ν.Παπαβασιλείου Κ.Ήντουνας	Κατ' επιλογήν	Ναι	5
International Services Marketing	http://www.prima.aueb.gr/ProgrammeStructure/Courses/ElectiveCourses/tabid/66/Default.aspx		Σ.Γούναρης	Κατ' επιλογήν	Ναι	5

(*1) Πιστωτικές μονάδες σύμφωνα με ΦΕΚ ΠΜΣ

(*2) τα νούμερα που παρατίθενται στις 3 αυτές στήλες αφορούν το ακαδημαϊκό έτος 2008-2009 και το πρώτο εξάμηνο του 2009-2010. Επίσης, ο αριθμός φοιτητών που συμμετείχαν περιλαμβάνει και αυτούς που είχαν επαναληπτική εξέταση

Πίνακας 11-7.2α: Μαθήματα Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών

Τίτλος ΜΠΣ: «Μάρκετινγκ και Επικοινωνία Με Νέες Τεχνολογίες Τμήμα Μερικής φοίτησης»

Μάθημα	Πολλαπλή Βιβλιογραφία	Σύνολο Ωρών	Διδακτικές Μονάδες (*1)	Υπόβαθρου(Υ) Επιστημονικής Περιοχής(ΕΠ) Γενικών Γνώσεων(ΓΓ) Ανάπτυξης Δεξιοτήτων(ΑΔ)	Κορμού(Κο) Ειδίκευσης(Ε) Κατεύθυνσης(Κα)	Εγγεγραμμένοι Φοιτητές (*)	Αριθμός Φοιτητών που συμμετείχαν στις εξετάσεις (*)	Αριθμός Φοιτητών που πέρασε επιτυχώς στην κανονική & επαναληπτική εξέταση (*)
Εισαγωγή στο μάρκετινγκ & συμπεριφορά καταναλωτή	ΝΑΙ	36	7,5		Κο	83	41	41
Διοίκηση & οργανωσιακή συμπεριφορά	ΝΑΙ	36	7,5		Κο	83	41	41
Ερευνητική μεθοδολογία & έρευνα μάρκετινγκ	ΝΑΙ	36	7,5		Κο	40	46	43
Τεχνικές επικοινωνίας	ΝΑΙ	36	7,5		Κο	39	40	40
Πολιτική προϊόντος	ΝΑΙ	36	7,5		Κο	78	41	40
Διαφήμιση	ΝΑΙ	36	7,5		Κο	78	40	38

Πίνακας 11-7.2α: Μαθήματα Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών

Τίτλος ΜΠΣ: «Μάρκετινγκ και Επικοινωνία Με Νέες Τεχνολογίες Τμήμα Μερικής φοίτησης»

Μάθημα	Πολλαπλή Βιβλιογραφία	Σύνολο Ωρών	Διδακτικές Μονάδες (*1)	Υπόβαθρου(Υ) Επιστημονικής Περιοχής(ΕΠ) Γενικών Γνώσεων(ΓΓ) Ανάπτυξης Δεξιοτήτων(ΑΔ)	Κορμού(Κο) Ειδίκευσης(Ε) Κατεύθυνσης(Κα)	Εγγεγραμμένοι Φοιτητές (*)	Αριθμός Φοιτητών που συμμετείχαν στις εξετάσεις (*)	Αριθμός Φοιτητών που πέρασε επιτυχώς στην κανονική & επαναληπτική εξέταση (*)
Επιχειρησιακή και στρατηγική μάρκετινγκ	ΝΑΙ	36	6		Κο	40	40	39
Εταιρική Επικοινωνιακή στρατηγική	ΝΑΙ	36	6		Κο	40	40	37
Οργάνωση & διοίκηση πωλήσεων	ΝΑΙ	20	5		Κα - Ε	8	8	8
Βιομηχανικό B2B μάρκετινγκ	ΝΑΙ	20	5		Κα - Ε	0	0	0
Διοίκηση ανθρώπινου δυναμικού	ΝΑΙ	20	5		Κα - Ε	0	0	0
Διοίκηση δικτύων & διανομής logistics	ΝΑΙ	20	5		Κα - Ε	0	0	0
Εξαγωγικό και διεθνές μάρκετινγκ	ΝΑΙ	20	5		Κα	0	0	0
Ηλεκτρονικό εμπόριο & μάρκετινγκ	ΝΑΙ	20	5		Κα - Ε	10	10	10
Μάρκετινγκ εμπορίου	ΝΑΙ	20	5		Κα - Ε	19	19	19

Πίνακας 11-7.2α: Μαθήματα Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών

Τίτλος ΜΠΣ: «Μάρκετινγκ και Επικοινωνία Με Νέες Τεχνολογίες Τμήμα Μερικής φοίτησης»

Μάθημα	Πολλαπλή Βιβλιογραφία	Σύνολο Ωρών	Διδακτικές Μονάδες (*1)	Υπόβαθρου(Υ) Επιστημονικής Περιοχής(ΕΠ) Γενικών Γνώσεων(ΓΓ) Ανάπτυξης Δεξιοτήτων(ΑΔ)	Κορμού(Κο) Ειδίκευσης(Ε) Κατεύθυνσης(Κα)	Εγγεγραμμένοι Φοιτητές (*)	Αριθμός Φοιτητών που συμμετείχαν στις εξετάσεις (*)	Αριθμός Φοιτητών που πέρασε επιτυχώς στην κανονική & επαναληπτική εξέταση (*)
Μάρκετινγκ υπηρεσιών	ΝΑΙ	20	5		Κα - Ε	23	23	23
Διοίκηση λειτουργιών	ΝΑΙ	20	5		Κα - Ε	0	0	0
Πληροφοριακά συστήματα μάρκετινγκ	ΝΑΙ	20	5		Κα	0	0	0
Αρχές & μέθοδοι προώθησης πωλήσεων	ΝΑΙ	20	5		Κα - Ε	22	22	22
Τεχνικές πωλήσεων	ΝΑΙ	20	5		Κα	0	0	0
Τιμολογιακή πολιτική	ΝΑΙ	20	5		Κα	0	0	0
Διοίκηση σχέσεων πελατών στρατηγικής σημασίας	ΝΑΙ	20	5		Κα - Ε	11	11	11
Διαπραγματεύσεις	ΝΑΙ	20	5		Κα - Ε	21	21	21
Ποσοτικές μέθοδοι στο μάρκετινγκ & την επικοινωνία	ΝΑΙ	20	5		Κα	0	0	0
Οικονομική διάσταση των	ΝΑΙ	20	5		Κα	0	0	0

Πίνακας 11-7.2α: Μαθήματα Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών

Τίτλος ΜΠΣ: «Μάρκετινγκ και Επικοινωνία Με Νέες Τεχνολογίες Τμήμα Μερικής φοίτησης»

Μάθημα	Πολλαπλή Βιβλιογραφία	Σύνολο Ωρών	Διδακτικές Μονάδες (*1)	Υπόβαθρου(Υ) Επιστημονικής Περιοχής(ΕΠ) Γενικών Γνώσεων(ΓΓ) Ανάπτυξης Δεξιοτήτων(ΑΔ)	Κορμού(Κο) Ειδίκευσης(Ε) Κατεύθυνσης(Κα)	Εγγεγραμμένοι Φοιτητές (*)	Αριθμός Φοιτητών που συμμετείχαν στις εξετάσεις (*)	Αριθμός Φοιτητών που πέρασε επιτυχώς στην κανονική & επαναληπτική εξέταση (*)
Μ.Μ.Ε.								
Σχεδιασμός δημιουργικού	ΝΑΙ	20	5		Κα - Ε	0	0	0
Προγραμματισμός μέσων	ΝΑΙ	20	5		Κα - Ε	0	0	0
Ολοκληρωμένη επικοινωνιακή στρατηγική	ΝΑΙ	20	5		Κα - Ε	30	30	30
Νέες τεχνολογίες στη διαφήμιση	ΝΑΙ	20	5		Κα - Ε	0	0	0
Τέχνη & επικοινωνία	ΝΑΙ	20	5		Κα	0	0	0
Δημόσιες σχέσεις	ΝΑΙ	20	5		Κα - Ε	11	11	11
Άντληση πόρων & οργάνωση εκδηλώσεων	ΝΑΙ	20	5		Κα - Ε	0	0	0
Εταιρική κοινωνική ευθύνη	ΝΑΙ	20	5		Κα	0	0	0
Σχέσεις με τα Μ.Μ.Ε.	ΝΑΙ	20	5		Κα - Ε	0	0	0
Διοίκηση αλλαγών	ΝΑΙ	20	5		Κα	0	0	0
Πολιτική οικονομία & επικοινωνία	ΝΑΙ	20	5		Κα	0	0	0

Πίνακας 11-7.2α: Μαθήματα Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών

Τίτλος ΜΠΣ: «Μάρκετινγκ και Επικοινωνία Με Νέες Τεχνολογίες Τμήμα Μερικής φοίτησης»

Μάθημα	Πολλαπλή Βιβλιογραφία	Σύνολο Ωρών	Διδακτικές Μονάδες (*1)	Υπόβαθρου(Υ) Επιστημονικής Περιοχής(ΕΠ) Γενικών Γνώσεων(ΓΓ) Ανάπτυξης Δεξιοτήτων(ΑΔ)	Κορμού(Κο) Ειδίκευσης(Ε) Κατεύθυνσης(Κα)	Εγγεγραμμένοι Φοιτητές (*)	Αριθμός Φοιτητών που συμμετείχαν στις εξετάσεις (*)	Αριθμός Φοιτητών που πέρασε επιτυχώς στην κανονική & επαναληπτική εξέταση (*)
Σχεδίαση διαδραστικών εφαρμογών	ΝΑΙ	20	5		Κα	0	0	0
Ηλεκτρονική επικοινωνία	ΝΑΙ	20	5		Κα	0	0	0
Ανάπτυξη διαπρωσωπικών ικανοτήτων	ΝΑΙ	20	5		Κα	0	0	0

Πίνακας 11-7.2β: Μαθήματα Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών**ΜΠΣ: ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΕ ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΠΛΗΡΟΥΣ ΦΟΙΤΗΣΗΣ**

Μάθημα	Πολλαπλή Βιβλιογραφία	Σύνολο Ωρών	Πιστωτικές Μονάδες	Υπόβαθρου (Υ) Επιστημονικής Περιοχής (ΕΠ) Γενικών Γνώσεων (ΓΓ) Ανάπτυξης Δεξιοτήτων (ΑΔ)	Κορμού (Κο) Ειδίκευσης (Ε) Κατεύθυνσης (Κα)	Εγγεγραμμένοι Φοιτητές (ακ. έτος 08-09, α' εξ. 09-10)	Αρ. Φοιτητών που Συμτείχαν στις εξετάσεις	Αριθμός Φοιτητών που πέρασε επιτυχώς στην κανονική & επαναληπτική εξέταση
ΔΙΟΙΚΗΣΗ & ΟΡΓΑΝΩΣΙΑΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ	ναι	36	7,5		Κο	45	21	21
ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ & ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ	ναι	36	7,5		Κο	45	21	21
ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ & ΕΡΕΥΝΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	ναι	36	7,5		Κο	45	21	21

Πίνακας 11-7.2β: Μαθήματα Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών**ΜΠΣ: ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΕ ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΠΛΗΡΟΥΣ ΦΟΙΤΗΣΗΣ**

Μάθημα	Πολλαπλή Βιβλιογραφία	Σύνολο Ωρών	Πιστωτικές Μονάδες	Υπόβαθρου (Υ) Επιστημονικής Περιοχής (ΕΠ) Γενικών Γνώσεων (ΓΓ) Ανάπτυξης Δεξιοτήτων (ΑΔ)	Κορμού (Κο) Ειδίκευσης (Ε) Κατεύθυνσης (Κα)	Εγγεγραμμένοι Φοιτητές (ακ. έτος 08-09, α' εξ. 09-10)	Αρ. Φοιτητών που Συμμετείχαν στις εξετάσεις	Αριθμός Φοιτητών που πέρασε επιτυχώς στην κανονική & επαναληπτική εξέταση
ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	ναι	36	7,5		Κο	45	21	21
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ	ναι	36	7,5		Κο	21	21	21
ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ	ναι	36	7,5		Κο	21	21	21
ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ	ναι	36	7,5		Κο	21	21	21
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ & ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	ναι	36	7,5		Κο	21	21	21

Πίνακας 11-7.2β: Μαθήματα Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών**ΜΠΣ: ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΕ ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΠΛΗΡΟΥΣ ΦΟΙΤΗΣΗΣ**

Μάθημα	Πολλαπλή Βιβλιογραφία	Σύνολο Ωρών	Πιστωτικές Μονάδες	Υπόβαθρου (Υ) Επιστημονικής Περιοχής (ΕΠ) Γενικών Γνώσεων (ΓΓ) Ανάπτυξης Δεξιοτήτων (ΑΔ)	Κορμού (Κο) Ειδίκευσης (Ε) Κατεύθυνσης (Κα)	Εγγεγραμμένοι Φοιτητές (ακ. έτος 08-09, α' εξ. 09-10)	Αρ. Φοιτητών που Συμμετείχαν στις εξετάσεις	Αριθμός Φοιτητών που πέρασε επιτυχώς στην κανονική & επαναληπτική εξέταση
ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟ (B2B) ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	ναι	20	5		Ε	0	0	0
ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΣΧΕΣΕΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΣΗΜΑΣΙΑΣ	ναι	20	5		Ε	9	9	9
ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ	ναι	20	5		Ε	7	7	7
ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ	ναι	20	5		Ε	0	0	0
ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΕΜΠΟΡΙΟΥ	ναι	20	5		Ε	5	5	5

Πίνακας 11-7.2β: Μαθήματα Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών**ΜΠΣ: ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΕ ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΠΛΗΡΟΥΣ ΦΟΙΤΗΣΗΣ**

Μάθημα	Πολλαπλή Βιβλιογραφία	Σύνολο Ωρών	Πιστωτικές Μονάδες	Υπόβαθρου (Υ) Επιστημονικής Περιοχής (ΕΠ) Γενικών Γνώσεων (ΓΓ) Ανάπτυξης Δεξιοτήτων (ΑΔ)	Κορμού (Κο) Ειδίκευσης (Ε) Κατεύθησης (Κα)	Εγγεγραμμένοι Φοιτητές (ακ. έτος 08-09, α' εξ. 09-10)	Αρ. Φοιτητών που Συμμετείχαν στις εξετάσεις	Αριθμός Φοιτητών που πέρασε επιτυχώς στην κανονική & επαναληπτική εξέταση
ΑΡΧΕΣ & ΜΕΘΟΔΟΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ	ναι	20	5		Ε	12	12	12
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	ναι	20	5		Ε	5	5	5
ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΔΙΚΤΥΩΝ ΔΙΑΝΟΜΗΣ & LOGISTICS	ναι	20	5		Ε	0	0	0
ΕΞΑΓΩΓΙΚΟ & ΔΙΕΘΝΕΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	ναι	20	5		Κα	0	0	0

Πίνακας 11-7.2β: Μαθήματα Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών**ΜΠΣ: ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΕ ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΠΛΗΡΟΥΣ ΦΟΙΤΗΣΗΣ**

Μάθημα	Πολλαπλή Βιβλιογραφία	Σύνολο Ωρών	Πιστωτικές Μονάδες	Υπόβαθρου (Υ) Επιστημονικής Περιοχής (ΕΠ) Γενικών Γνώσεων (ΓΓ) Ανάπτυξης Δεξιοτήτων (ΑΔ)	Κορμού (Κο) Ειδίκευσης (Ε) Κατεύθυνσης (Κα)	Εγγεγραμμένοι Φοιτητές (ακ. έτος 08-09, α' εξ. 09-10)	Αρ. Φοιτητών που Συμμετείχαν στις εξετάσεις	Αριθμός Φοιτητών που πέρασε επιτυχώς στην κανονική & επαναληπτική εξέταση
ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	ναι	20	5		Κα	0	0	0
ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ	ναι	20	5		Κα	0	0	0
ΤΙΜΟΛΟΓΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ	ναι	20	5		Κα	0	0	0
ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ	ναι	20	5		Ε	5	5	5
ΑΝΤΛΗΣΗ ΠΟΡΩΝ & ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ	ναι	20	5		Ε	0	0	0

Πίνακας 11-7.2β: Μαθήματα Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών**ΜΠΣ: ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΕ ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΠΛΗΡΟΥΣ ΦΟΙΤΗΣΗΣ**

Μάθημα	Πολλαπλή Βιβλιογραφία	Σύνολο Ωρών	Πιστωτικές Μονάδες	Υπόβαθρου (Υ) Επιστημονικής Περιοχής (ΕΠ) Γενικών Γνώσεων (ΓΓ) Ανάπτυξης Δεξιοτήτων (ΑΔ)	Κορμού (Κο) Ειδίκευσης (Ε) Κατεύθησης (Κα)	Εγγεγραμμένοι Φοιτητές (ακ. έτος 08-09, α' εξ. 09-10)	Αρ. Φοιτητών που Συμμετείχαν στις εξετάσεις	Αριθμός Φοιτητών που πέρασε επιτυχώς στην κανονική & επαναληπτική εξέταση
ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ	ναι	20	5		Ε	0	0	0
ΣΧΕΣΕΙΣ ΜΕ ΤΑ ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	ναι	20	5		Ε	0	0	0
ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ	ναι	20	5		Ε	6	6	6
ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟΥ	ναι	20	5		Ε	0	0	0
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΜΕΣΩΝ	ναι	20	5		Ε	0	0	0

Πίνακας 11-7.2β: Μαθήματα Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών**ΜΠΣ: ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΕ ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΠΛΗΡΟΥΣ ΦΟΙΤΗΣΗΣ**

Μάθημα	Πολλαπλή Βιβλιογραφία	Σύνολο Ωρών	Πιστωτικές Μονάδες	Υπόβαθρου (Υ) Επιστημονικής Περιοχής (ΕΠ) Γενικών Γνώσεων (ΓΓ) Ανάπτυξης Δεξιοτήτων (ΑΔ)	Κορμού (Κο) Ειδίκευσης (Ε) Κατεύθυνσης (Κα)	Εγγεγραμμένοι Φοιτητές (ακ. έτος 08-09, α' εξ. 09-10)	Αρ. Φοιτητών που Συμμετείχαν στις εξετάσεις	Αριθμός Φοιτητών που πέρασε επιτυχώς στην κανονική & επαναληπτική εξέταση
ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΣΤΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ	ναι	20	5		Ε	0	0	0
ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΛΛΑΓΩΝ	ναι	20	5		Κα	0	0	0
ΣΧΕΔΙΑΣΗ ΔΙΑΔΡΑΣΤΙΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ	ναι	20	5		Κα	0	0	0
ΤΕΧΝΗ & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ	ναι	20	5		Κα	0	0	0
ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΔΙΑΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΙΚΑΝΟΤΗΤΩΝ	ναι	20	5		Κα	0	0	0

Πίνακας 11-7.2β: Μαθήματα Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών**ΜΠΣ: ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΕ ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΠΛΗΡΟΥΣ ΦΟΙΤΗΣΗΣ**

Μάθημα	Πολλαπλή Βιβλιογραφία	Σύνολο Ωρών	Πιστωτικές Μονάδες	Υπόβαθρου (Υ) Επιστημονικής Περιοχής (ΕΠ) Γενικών Γνώσεων (ΓΓ) Ανάπτυξης Δεξιοτήτων (ΑΔ)	Κορμού (Κο) Ειδίκευσης (Ε) Κατεύθυνσης (Κα)	Εγγεγραμμένοι Φοιτητές (ακ. έτος 08-09, α' εξ. 09-10)	Αρ. Φοιτητών που Συμμετείχαν στις εξετάσεις	Αριθμός Φοιτητών που πέρασε επιτυχώς στην κανονική & επαναληπτική εξέταση
ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ	ναι	20	5		Κα	0	0	0
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	ναι	20	5		Κα	0	0	0
ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΣΕΙΣ	ναι	20	5		Ε	18	18	18
ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ	ναι	20	5		Ε	0	0	0

Πίνακας 11-7.2β: Μαθήματα Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών**ΜΠΣ: ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΕ ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΠΛΗΡΟΥΣ ΦΟΙΤΗΣΗΣ**

Μάθημα	Πολλαπλή Βιβλιογραφία	Σύνολο Ωρών	Πιστωτικές Μονάδες	Υπόβαθρου (Υ) Επιστημονικής Περιοχής (ΕΠ) Γενικών Γνώσεων (ΓΓ) Ανάπτυξης Δεξιοτήτων (ΑΔ)	Κορμού (Κο) Ειδίκευσης (Ε) Κατεύθυνσης (Κα)	Εγγεγραμμένοι Φοιτητές (ακ. έτος 08-09, α' εξ. 09-10)	Αρ. Φοιτητών που Συμμετείχαν στις εξετάσεις	Αριθμός Φοιτητών που πέρασε επιτυχώς στην κανονική & επαναληπτική εξέταση
ΠΟΣΟΤΙΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ ΣΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ & ΤΗΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ	ναι	20	5		Κα	0	0	0
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ	ναι	20	5		Ε	13	13	13

(*) τα νούμερα που παρατίθενται στις 3 αυτές στήλες αφορούν το ακαδημαϊκό έτος 2008-2009 και το πρώτο εξάμηνο του 2009-2010. Επίσης, ο αριθμός φοιτητών που συμμετείχαν περιλαμβάνει και αυτούς που είχαν επαναληπτική εξέταση

Πίνακας 11.7.2γ: Μαθήματα Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών

Τίτλος ΜΠΣ: «Μάρκετινγκ και Επικοινωνία Με Νέες Τεχνολογίες – Κατεύθυνση Μάρκετινγκ με Διεθνή Προσανατολισμό»

Μάθημα	Πολλαπλή Βιβλιογραφία	Σύνολο Ωρών	Διδακτικές Μονάδες	Υπόβαθρου(Υ) Επιστημονικής Περιοχής(ΕΠ) Γενικών Γνώσεων(ΓΓ) Ανάπτυξης Δεξιοτήτων(ΑΔ)	Κορμού(Κο) Ειδίκευσης(Ε) Κατεύθυνσης(Κα)	Εγγεγραμμένοι	Αριθμός Φοιτητών που συμμετείχαν	Αριθμός Φοιτητών που πέρασε επιτυχώς στην κανονική & επαναληπτική εξέταση
						Φοιτητές (*)	στις εξετάσεις (*)	(*)
Cross Cultural Management	ΝΑΙ	36	7,5		Κο	23	11	11
International Business Management	ΝΑΙ	36	7,5		Κο	23	11	11
International Consumer Behavior	ΝΑΙ	36	7,5		Κο	23	11	11
International Marketing Research	ΝΑΙ	36	7,5		Κο	23	11	11
International B2B Marketing	ΝΑΙ	36	7,5		Κο	11	11	9
International Product Management	ΝΑΙ	36	7,5		Κο	11	11	10
International Marketing Strategy	ΝΑΙ	36	7,5		Κο	11	11	11
International Marketing Communications	ΝΑΙ	36	7,5		Κο	11	11	11
International Sales Management	ΝΑΙ	20	7,5		Ε	11	11	10
International Channel Management	ΝΑΙ	20	7,5		Ε	0	0	0
International Pricing	ΝΑΙ	20	7,5		Ε	0	0	
International Services Marketing	ΝΑΙ	20	7,5		Ε	11	11	11

Πίνακας 11-8: Συμμετοχή σε Διαπανεπιστημιακά Προγράμματα Σπουδών	2006-2007	2005-2006	2004-2005	2003-2004	2002-2003	Σύνολο
Φοιτητές του Τμήματος που φοίτησαν σε ξένο πανεπιστήμιο	56	31	32	26	39	184
Επισκέπτες φοιτητές ξένων πανεπιστημίων στο Τμήμα	44	30	23	23	18	138
Μέλη ακαδημαϊκού προσωπικού του Τμήματος που μετακινήθηκαν σε άλλο Πανεπιστήμιο	-	-	-	-	-	-
Μέλη ακαδημαϊκού προσωπικού άλλων Πανεπιστημίων που μετακινήθηκαν στο Τμήμα	-	-	-	-	-	-
Σύνολο	100	61	55	49	57	322

Πίνακας 11.9: Επιστημονικές Δημοσιεύσεις	Α- Βιβλία/Μονογραφίες	Β- Εργασίες σε επιστημονικά περιοδικά με κριτές	Γ- Εργασίες σε επιστημονικά περιοδικά χωρίς κριτές	Δ- Εργασίες σε πρακτικά συνεδρίων με κριτές	Ε- Εργασίες σε πρακτικά συνεδρίων χωρίς κριτές	Ζ- Κεφάλαια σε συλλογικούς τόμους	Η- Άλλες εργασίες	Θ- Ανακοινώσεις σε επιστημονικά συνέδρια (με κριτές) που δεν εκδίδουν πρακτικά	Ι- Ανακοινώσεις σε επιστημονικά συνέδρια (χωρίς κριτές) που δεν εκδίδουν πρακτικά
2008	2	22		36		6	46		
2007	10	23	4	41	1	6	31	5	7
2006	3	13		30	1	6	38	3	1
2005	5	23	2	25	5	1	24	5	2
2004	6	17	1	17	4	3	12	8	2
2003	6	17	1	16	1	2	4	4	1
Σύνολο	32	118	8	165	12	24	155	25	13

Πίνακας 11.10: Αναγνώριση του ερευνητικού έργου	Α-Ετεροαναφορές	Β- Αναφορές του ειδικού/επιστημονικού τύπου	Γ-Βιβλιοκρισίες	Δ- Συμμετοχές σε επιτροπές επιστημονικών συνεδρίων	Ε- Συμμετοχές σε συνακτικές επιτροπές επιστημονικών περιοδικών	Ζ- Προσκλήσεις για διαλέξεις	Η- Διπλώματα Ευρεσιτεχνίας
2008							
2007							
2006							
2005							
2004							
2003							
Σύνολο	1376	199	7	33	68	150	

