ΤΜΗΜΑ ΕΜΠΟΡΙΑΣ & ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΕΡΑΠΕΤΡΑΣ

ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ

ΑΝΩΤΑΤΟ
ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ
ΚΡΗΤΗΣ

Αγαπητοί φοιτητές,
Το Τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης της Σχολής Διοίκησης Οικονομίας του Τ.Ε.Ι. Κρήτης στην Ιεράπετρα, ιδρύθηκε το 2003. Το πρόγραμμα σπουδών του Τμήματος έχει διαμορφωθεί βάσει διεθνών προτύπων και σε συνάρτηση με τις ανάγκες της αγοράς, ενώ στοχεύει στην αποτελεσματική κατάρτιση των φοιτητών του στο ευρύτερο αντικείμενο του μάρκετινγκ, με ιδιαίτερη έμφαση στις νέες τεχνολογίες και τη χρήση υπολογιστών.
Είναι χαρακτηριστικό ότι, σύμφωνα με πρόσφατη έρευνα του Πανεπιστημίου Πειραιώς, επαγγέλματα με πολύ θετικές προοπτικές είναι κατά πρώτο λόγο εκείνα που συνδέονται με την υψηλή τεχνολογία, την πληροφορική, το διαδίκτυο και τις τηλεπικοινωνίες, ενώ, ειδικότερα, ο συνδυασμός των οικονομικών σπουδών με την καλή γνώση της πληροφορικής εμπεριέχει επίσης θετικές προοπτικές για μία καλή επαγγελματική πορεία. Εξίσου θετικές αναδεικνύονται και οι προοπτικές για πτυχιούχους με εξειδίκευση στο χώρο των τροφίμων ή του τουρισμού, τομείς που ανέκαθεν αποτελούσαν τη «βαριά βιομηχανία» της χώρας μας.
Σε αυτό το πλαίσιο το Τμήμα μας, όντας στο κέντρο των παραπάνω εξελίξεων, προσφέρει τρεις διαφορετικές εξειδικεύσεις μέσω αντιστοίχων τομέων:

- Τομέας Ηλεκτρονικού Μάρκετινγκ
- Τομέας Τουριστικού Μάρκετινγκ και
- Τομέας Αγροτικού Μάρκετινγκ

Οι απόφοιτοι του Τμήματος έχουν τη δυνατότητα να απασχοληθούν στον ευρύτερο χώρο του μάρκετινγκ, των πωλήσεων και της διαφήμισης, σε δημόσιους ή ιδιωτικούς φορείς. Το εύρος του

αντικειμένου σπουδών και η απόκτηση πολλαπλών πρακτικών δεξιοτήτων προσφέρουν στους αποφοίτους μας ισχυρό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην αγορά εργασίας, κάτι που έχει ήδη επιβεβαιωθεί και από την άμεση επαγγελματική αποκατάσταση του συνόλου των αποφοίτων μας.
Η διαφοροποίηση του Τμήματός μας εδράζει στη φιλοσοφία οργάνωσης και λειτουργίας του, με επίκεντρο τον φοιτητή όσον αφορά στην παρεχόμενη εκπαίδευση και στη δημιουργία και διάχυση σύγχρονης γνώσης μέσω των ερευνητικών του δραστηριοτήτων και των σύγχρονων υποδομών του. Η φιλοσοφία αυτή είναι που καταξίωσε το τμήμα μας ως ένα από τα καλύτερα τμήματα μάρκετινγκ στην Ελλάδα, αναγνωρισμένο τόσο στην αγορά εργασίας, όσο και από τους υποψήφιους φοιτητές με την δήλωση προτίμησής τους.

Δρ. Ιωάννης Κοπανάκης,
Επίκουρος Καθηγητής

Προϊστάμενος, Τμήμα Εμπορίας & Διαφήμισης,
Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Κρήτης
Επιστημονικός Υπεύθυνος, Εργ. Ηλεκτρονικής Επιχειρηματικής Ευφυΐας

Περιεχόμενα

Χαιρετισμός Προϊσταμένου 3

Η Πόλη & η Περιοχή 7

Το Τ.Ε.Ι. Κρήτης 15

Σπουδάζεις στην Ιεράπετρα 25

Σπουδές 55

Περιγραφή Σπουδών 61

Μαθήματα 77

Έρευνα & Τεχνολογία 119

Χάρτης Πόλης 129

Χρήσιμες Επαφές 130

Ευρετήριο 131

Η πόλη & η περιοχή

Η Κρήτη

Η Κρήτη είναι το μεγαλύτερο νησί της Ελλάδας και το πέμπτο μεγαλύτερο σε μέγεθος νησί της Μεσογείου. Ενώθηκε με την υπόλοιπη Ελλάδα το 1913. Συνιστά μία διοικητική περιφέρεια, αποτελούμενη από τους νομούς Ηρακλείου, Λασιθίου, Ρεθύμνου και Χανίων, με έκταση 8.336 τετραγωνικά χιλιόμετρα και πληθυσμό περίπου 550.000 κατοίκους. Ως τόπος έχει συνδέσει το όνομα του με τις έννοιες της φιλοξενίας και της λεβεντιάς.

Ιστορία

Η ιστορία της Κρήτης είναι μακραίωνη και πλούσια. Η μυθολογία θέλει το σπήλαιο Δικταίο τόπο γέννησης και ανατροφής του Δία, ενώ η καταγεγραμμένη ιστορία της Κρήτης ξεκινά τη νεολιθική περίοδο περίπου από το 8.000 π.Χ. Στους αιώνες που ακολούθησαν, η Κρήτη απετέλεσε το πολιτιστικό σταυροδρόμι της Μεσογείου καθώς Μινωΐτες, Ρωμαίοι, Βυζαντινοί, Άραβες, Ενετοί και Τούρκοι, αποτύπωσαν ίχνη του πολιτισμού τους στο νησί. Παράλληλα, η ιστορία της Κρήτης είναι γεμάτη από αγώνες και επαναστάσεις ενάντια σε όσους την επιβουλεύονταν. Προσαρτήθηκε στην Ελλάδα το 1913, ουσιαστικά όμως η ένωση είχε πραγματοποιηθεί από το 1908 με την κρητική επανάσταση. Πολλές προσωπικότητες διεθνούς εμβέλειας γεννήθηκαν, έδρασαν και δημιούργησαν στην Κρήτη ή κατάγονται από αυτή. Μερικές από αυτές είναι, ο συγγραφέας Νίκος Καζαντζάκης, ο πολιτικός Ελευθέριος Βενιζέλος και ο ζωγράφος Δομίνικος Θεοτοκόπουλος (El Greco).

Γεωγραφία

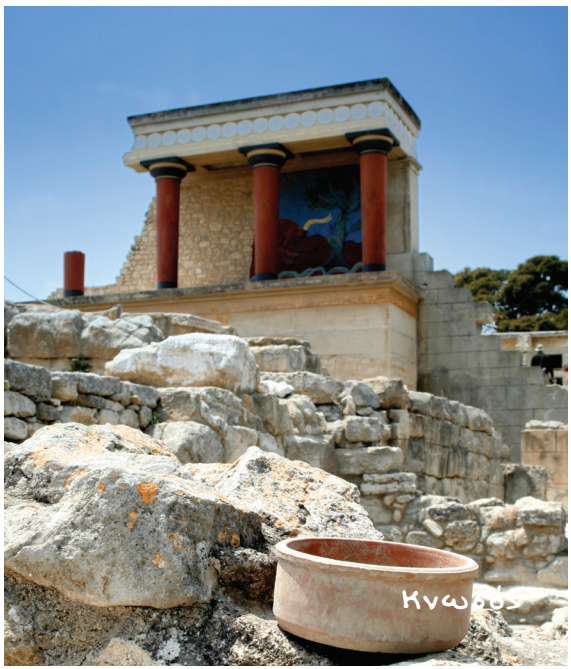
Το νησί είναι κατ΄ εξοχήν ορεινό, με τρεις κυρίους μεγάλους ορεινούς όγκους: τα Λευκά Όρη, τον Ψηλορείτη και τη Δίκτη. Ονομαστά επίσης είναι τα σπήλαια και τα φαράγγια της Κρήτης. Το σημαντικότερο φαράγγι είναι της Σαμαριάς στα νότια του Νομού Χανίων, ενώ στα πασίγνωστα σπήλαια συγκαταλέγονται το Δικταίο και το Ιδαίο Άντρο. Η μεγαλύτερη πεδιάδα του νησιού είναι η πεδιάδα της Μεσαράς, στα νότια του Νομού Ηρακλείου, ενώ τα περισσότερα ποτάμια είναι χείμαρροι. Το κλίμα της Κρήτης θεωρείται από τα πιο υγιή και ήπια της Ευρώπης, ωστόσο, στο εσωτερικό του νησιού και στα οροπέδια των υψηλότερων οροσειρών το κλίμα έχει ηπειρωτικά χαρακτηριστικά. Τα βουνά είναι ως επί το πλείστον γυμνά, ενώ το ποσοστό των δασών είναι κατά πολύ χαμηλότερο σε σχέση με της υπόλοιπης χώρας.

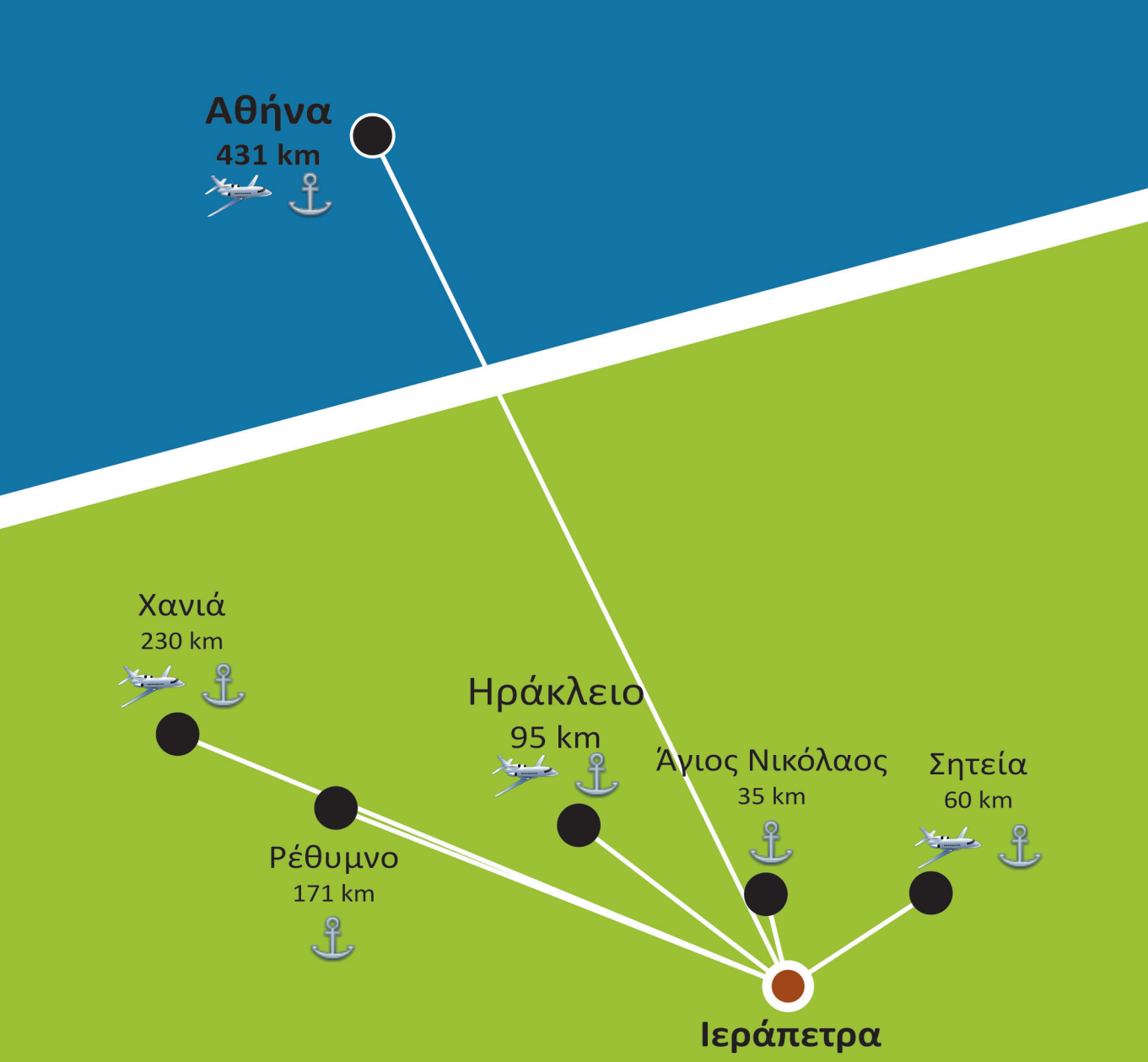
Οικονομία

Η οικονομία του νησιού είναι κατά κύριο λόγο αγροτική, με ιδιαίτερη έμφαση στην παραγωγή ελιάς, σταφυλιών, κρασιού, εσπεριδοειδών, πατάτας, πρώιμων κηπευτικών κτλ. Η κτηνοτροφία εμφανίζει μικρότερη ανάπτυξη από τη γεωργία, ενώ στα παράλια υπάρχει αξιόλογη αλιεία. Μεγάλο μέρος της οικονομίας βασίζεται επίσης στον τουρισμό. Η τουριστική κίνηση διαρκεί σχεδόν όλο το χρόνο. Η βιομηχανία και η βιοτεχνία δεν παρουσιάζουν ιδιαίτερη ανάπτυξη και αφορούν κυρίως την επεξεργασία και μεταποίηση γεωργικών προϊόντων.

Συγκοινωνίες

Η σύνδεση της Κρήτης με την υπόλοιπη Ελλάδα εξυπηρετείται από ένα πυκνό δίκτυο αεροπορικών και ακτοπλοϊκών συγκοινωνιών. Απ΄ ευθείας συγκοινωνία υπάρχει κυρίως με την Αθήνα και τον Πειραιά, αλλά επίσης με τη Θεσσαλονίκη, τη Ρόδο, τη Σαντορίνη και σε μικρότερη συχνότητα με τα υπόλοιπα νησιά του Αιγαίου και του Ιονίου πελάγους. Οι οδικές συγκοινωνίες στο εσωτερικό του νησιού πραγματοποιούνται μέσω συχνών δρομολογίων λεωφορείων των ΚΤΕΛ.





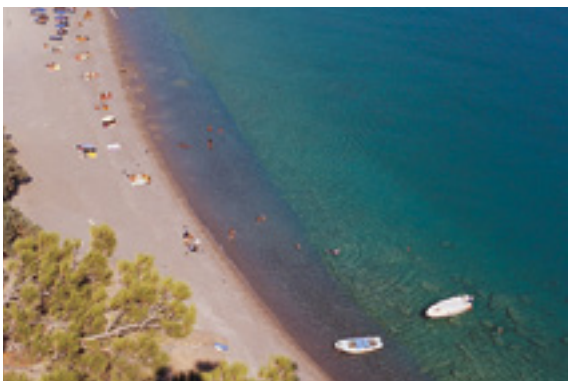
*Οι χιλιομετρικές αποστάσεις έχουν υπολογιστεί με σημείο αναφοράς την Ιεράπετρα

Η Ιεράπετρα

Η Ιεράπετρα είναι η νοτιοανατολικότερη παραθαλάσσια πόλη της Ελλάδας με πληθυσμό 28.000 κατοίκους. Διακρίνεται για το ιδανικό κλίμα της και τις μεγάλες, γραφικές της παραλίες που βρέχονται από το Λιβυκό πέλαγος.

Ιστορία

Η Ιεράπετρα έχει χτιστεί στη θέση που βρισκόταν η αρχαία πόλη Ιεράπυτνα. Η αρχική της ονομασία (Κύρβα) αποδίδεται στον ιδρυτή της, τον Κύρβα ο οποίος ήρθε στη μεγαλόνησο από τη Ρόδο. Πριν από την επικράτηση του σημερινού της ονόματος, προηγήθηκαν άλλα ονόματα όπως Κάμιρος, Πύτνα, Ιεράπυτνα και τελικά τα νεότερα χρόνια Ιεράπετρα. Η Ιεράπυτνα βρισκόταν στο μικρότερο άξονα βορρά-νότου της Κρήτης και η θέση της εκτός από στρατηγική για τις εμπορικές συναλλαγές της εποχής, της επιφύλασσε και πολλούς ισχυρούς ανταγωνιστές, όπως την Πραισό στα ανατολικά της και τη Βιάννο στα δυτικά της. Η Πραισός ήταν ο κυριότερος ανταγωνιστής της, αλλά στα 155 π.Χ. μετά από πολεμική σύρραξη η Πραισός καταστράφηκε και έτσι η Ιεράπυτνα έγινε η πόλη με την περισσότερη γη υπό κυριαρχία σε ολόκληρη την Κρήτη. Η επικράτεια της πόλης το 350 π.Χ. έφτανε από τον Τσούτσουρο μέχρι την Άμπελο ενώ παράλληλα σύναπτε συμμαχίες με τις άλλες ισχυρές πόλεις του νησιού (Κνωσό, Γόρτυνα, Λύκτο, Αρκάδες), με τους Μακεδόνες, τους Ρόδιους καθώς και με τον Ευμένη της Περγάμου. Στη Ρωμαιοκρατία η Ιεράπυτνα διάνυσε περίοδο ακμής και μετατράπηκε σε μια από τις πλέον κοσμοπολίτικες πόλεις της Ρωμαϊκής αυτοκρατορίας. Παράλληλα το λιμάνι της θεωρήθηκε ιδιαίτερα σημαντικό λόγω της εύκολης πρόσβασης προς την Αίγυπτο. Η πόλη διατήρησε τη σημασία της κατά τη διάρκεια της Πρώτης Βυζαντινής περιόδου, αλλά στη συνέχεια καταστράφηκε από τους Αραβες. Το 1647 η Ιεράπετρα έπεσε στα χέρια των Τούρκων, οι οποίοι είχαν ήδη αρχίσει φονικές επιδρομές στην Κρήτη πλήττοντας κυρίως τις παράλιες πόλεις και τα χωριά της.



Οικονομία

Από το 1965 και μετά, η οικονομία της Ιεράπετρας χαρακτηρίζεται από υψηλότατους ρυθμούς ανάπτυξης, που οφείλονται στις αγροκαλλιέργειες και κυρίως, στη λειτουργία θερμοκηπίων. Είναι χαρακτηριστικό ότι η Ιεράπετρα είναι επί σειρά ετών από τις πλουσιότερες πόλεις της Ελλάδας και μία από τις πλουσιότερες πόλεις της Ευρώπης. Εκτός από τα αγροτικά προϊόντα, βασικός μοχλός ανάπτυξης της πόλης, είναι και ο τουρισμός. Με τις εξωτικές της παραλίες και το ζεστό της κλίμα, η Ιεράπετρα αποτελεί ισχυρό πόλο έλξης για τουρίστες από κάθε μεριά του πλανήτη.

Σχετικά Link

www.ierapetra.gr
www.dimosierapetras.gr

Τ.Ε.Ι. ΕΜΠΟΡΙΑΣ & ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ ΙΕΡΑΠΕΤΡΑΣ
Ελλήνων Ολυμπονικών
Ελλήνων Ολυμπονικών
Ανδρέα Παπανδρέου
Κοντοπόδη
Δαιδάλου
Κωστή Παλαμά
Σουσσάτα Ελύτη
Κύπρου
Νίκου Καζαντζάκη
Γρηγορίου Αυξεντίου
Μπαριτάκη
Γ. Γιαννάκου
Λαχέρδα
Λασθένους
Ιατρού Παπαγεωργίου
Ψυλλυνάκη
Παπάγου
Παπαμαστοράκη
Μεταξάκη
Πειραιωτικός Ιεράπετρας
Α. Φιλοθέου
Ομηρείας
Κύπρου
Δημοκρατίας
Ναυμαχίας
Ιδομενέως
Λιουδάκη
Στρατηγού Σαμουήλ
Σταμούλη
0 km 1

Το Τ.Ε.Ι. Κρήτης

Τ.Ε.Ι. Κρήτης

Το Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Κρήτης ιδρύθηκε το 1983. Σήμερα φοιτούν σε αυτό περισσότεροι από 15.000 σπουδαστές και στελεχώνεται από περισσότερα από 350 μέλη εκπαιδευτικού προσωπικού με αποτέλεσμα να είναι ένα από τα μεγαλύτερα εκπαιδευτικά ιδρύματα της χώρας.

Η διοικητική οργάνωση του Τ.Ε.Ι.

Η διοίκηση του Τ.Ε.Ι. Κρήτης ασκείται από:
- Τη Συνέλευση του Τ.Ε.Ι.
- Το Συμβούλιο του Τ.Ε.Ι.
- Τον Πρόεδρο του Τ.Ε.Ι.
- Τους Αντιπροέδρους του Τ.Ε.Ι.

Σχολές του Τ.Ε.Ι.

Σχολή Τεχνολογικών Εφαρμογών (Σ.Τ.ΕΦ.)
Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας (Σ.Δ.Ο.)
Σχολή Επαγγελμάτων Υγείας και Πρόνοιας (Σ.Ε.Υ.Π.)
Σχολή Τεχνολογίας Γεωπονίας (Σ.ΤΕ.Γ.)

η Σ.Δ.Ο. Κρήτης

Σχολή Διοίκησης & Οικονομίας

Η Σχολή Διοίκησης & Οικονομίας (Σ.Δ.Ο.) του Τ.Ε.Ι. Κρήτης έχει τμήματα που εδρεύουν σε τρεις πόλεις του νησιού, το Ηράκλειο, τον Άγιο Νικόλαο και την Ιεράπετρα. Τα τμήματα που λειτουργούν στο Ηράκλειο είναι της Λογιστικής, των Τουριστικών Επιχειρήσεων και της Διοίκησης Επιχειρήσεων. Στον Άγιο Νικόλαο λειτουργεί το Τμήμα Χρηματοοικονομικής και Ασφαλιστικής και το Τμήμα Επιχειρηματικού Σχεδιασμού & Πληροφοριακών Συστημάτων ενώ στην Ιεράπετρα το Τμήμα Εμπορίας & Διαφήμισης.

Τμήμα Εμπορίας & Διαφήμισης

Στο πλαίσιο του ολοένα αυξανόμενου παγκοσμιοποιημένου ανταγωνισμού που χαρακτηρίζει το σύνολο της σύγχρονης επιχειρηματικής δραστηριότητας, το Μάρκετινγκ αναδεικνύεται ως η πλέον βασική επιχειρηματική λειτουργία για την απόκτηση συγκριτικού πλεονεκτήματος μέσω της αποτελεσματικής παραγωγής και προώθησης προϊόντων ή/και υπηρεσιών.

Η παραπάνω διαπίστωση απετέλεσε και το έναυσμα για την ίδρυση του Τμήματος Εμπορίας και Διαφήμισης του Τ.Ε.Ι. Κρήτης το 2003.

Χρηματοδότηση Τμήματος

Η ίδρυση και η επακόλουθη λειτουργία του τμήματος Εμπορίας και Διαφήμισης, χρηματοδοτήθηκε από το ΕΠΕΑΕΚ. Το ΕΠΕΑΕΚ είναι το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα το οποίο σχεδιάστηκε για την Εκπαίδευση και την Αρχική Επαγγελματική Κατάρτιση με στόχο να ανταποκριθεί η Ελλάδα στις προκλήσεις που διαμορφώνονται διεθνώς με την ανάπτυξη των νέων τεχνολογιών, μετατρέποντάς τις σε ευκαιρίες ανάπτυξης και ποιότητας ζωής.
Το ΕΠΕΑΕΚ είναι ένα από τα 24 Προγράμματα του Γ' Κοινοτικού Πλαισίου Στήριξης (2000-2006) για την Ελλάδα και συγχρηματοδοτήθηκε από το Ευρωπαϊκό Περιφερειακό Ταμείο κατά 75% και το Ελληνικό Δημόσιο κατά 25%.
Η χρηματοδότηση αφορούσε τα έξοδα λειτουργίας του τμήματος, για το χρονικό διάστημα 2003-2009, και προμήθειες που έγιναν για να υποστηρίξουν την ανάπτυξή του.

Σκοπός του Τμήματος

Σκοπός του Τμήματος είναι η διδασκαλία και η εκπαίδευση των φοιτητών στην επιστήμη του μάρκετινγκ με έμφαση στο ηλεκτρονικό μάρκετινγκ, στο μάρκετινγκ αγροτικών προϊόντων και στο μάρκετινγκ τουριστικών υπηρεσιών. Η διδασκαλία και η εκπαίδευση των φοιτητών εμπλουτίζεται με τις δυνατότητες που παρέχουν οι νέες τεχνολογίες και συγκεκριμένα με τις πρωτοποριακές μεθόδους προβολής και προώθησης προϊόντων και υπηρεσιών μέσω της χρήσης του διαδικτύου και της αξιοποίησης των νέων τεχνολογιών πληροφορικής, επικοινωνιών και πολυμέσων.

Το πρόγραμμα σπουδών του Τμήματος έχει σχεδιαστεί με τέτοιο τρόπο, ώστε γενικότερα να ανταποκρίνεται στην κάλυψη των αναγκών της αγοράς εργασίας και ειδικότερα να παρέχει στους απόφοιτους τις απαραίτητες γνώσεις ώστε να μπορούν να αντεπεξέλθουν με επιτυχία στις νέες προκλήσεις που δημιουργούνται, με την ενσωμάτωση και υιοθέτηση των νέων τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών στον τομέα του μάρκετινγκ.

Σε αυτήν την κατεύθυνση, πέρα από τη βασική θεωρητική γνώση, μεγάλο μέρος της εκπαίδευσης επικεντρώνεται σε πρακτικές εφαρμογές μέσω

της διδασκαλίας εργαστηριακών ασκήσεων. Με αυτόν τον τρόπο επιτυγχάνεται η αποτελεσματική σύζευξη θεωρητικής και πρακτικής γνώσης, ώστε οι απόφοιτοι του τμήματος να διαθέτουν άρτια κατάρτιση του αντικειμένου του μάρκετινγκ.

Υποδομές του Τμήματος

Αίθουσες Διδασκαλίας:
Το τμήμα διαθέτει αίθουσες διδασκαλίας με τον απαραίτητο εξοπλισμό για τη χρήση νέων μεθόδων διδασκαλίας. Υπάρχει δυνατότητα πρόσβασης στο τοπικό δίκτυο του τμήματος καθώς και στο διαδίκτυο.

Αμφιθέατρο Πολλαπλών Χρήσεων:
Στο αμφιθέατρο πραγματοποιούνται σημαντικές δραστηριότητες του Τμήματος όπως συνέδρια, ημερίδες, εορταστικές εκδηλώσεις, συναυλίες κ.λ.π.. Ο χώρος διαθέτει κατάλληλο δικτυακό εξοπλισμό, καθώς και εξοπλισμό προβολής και ακουστικής ώστε να επιτρέπει σύγχρονες μεθόδους και τρόπους παρουσίασης και διεξαγωγής των προγραμματισμένων εκδηλώσεων.

Εργαστήρια:
Στο τμήμα στεγάζονται τέσσερα πλήρως εξοπλισμένα εργαστήρια Η/Υ, ενώ παράλληλα έχει διαμορφωθεί κατάλληλος χώρος εποπτείας τους. Τα εργαστήρια είναι εξοπλισμένα με ειδικά σχεδιασμένους πάγκους για την τοποθέτηση των υπολογιστών και των άλλων απαραίτητων

ηλεκτρονικών συσκευών οι οποίοι παρέχουν μεγάλη εργονομία στους χρήστες. Το στοιχείο αυτό είναι σημαντικό γιατί όχι μόνο παρέχει την ευχέρεια στον χρήστη να χειρίζεται με άνεση τους υπολογιστές και τις άλλες ηλεκτρονικές συσκευές, αλλά επίσης να έχει την άνεση χώρου να χρησιμοποιεί και να κρατά σημειώσεις.
Στα εργαστήρια Η/Υ πραγματοποιούνται μαθήματα που έχουν γνωστικό αντικείμενο την πληροφορική. Επιπλέον, στον ίδιο χώρο οι φοιτητές κατά τις ώρες ελεύθερης χρήσης έχουν τη δυνατότητα να ασχολούνται με τις εργασίες τους ή να ενημερώνονται μέσω του διαδικτύου για τα θέματα που τους απασχολούν.

Βιβλιοθήκη:
Η βιβλιοθήκη του τμήματος είναι διαμορφωμένη κατάλληλα για τη φιλοξενία πάνω από 6500 τίτλων βιβλίων, Ελληνικών και ξενόγλωσσων περιοδικών. Δυνατή είναι επίσης, η πρόσβαση στο διαδίκτυο και στο εσωτερικό δίκτυο του τμήματος.

Ηλεκτρονικό Αναγνωστήριο:
Το Ηλεκτρονικό αναγνωστήριο είναι ένας χώρος με ηλεκτρονικές θέσεις μελέτης όπου ο φοιτητής μπορεί να επισκέπτεται ηλεκτρονικές βιβλιοθήκες και να εφοδιάζεται ηλεκτρονικά με την πληροφορία που αναζητά.

Σχετικά Link

www.teicrete.gr
www.emark.teicrete.gr

Σπουδάζεις στην Ιεράπετρα

Γιατί το τμήμα στην Ιεράπετρα;

5 ΛΟΓΟΙ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΕΜΠΟΡΙΑΣ & ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ ΣΤΗΝ ΙΕΡΑΠΕΤΡΑ

1 Η σημασία του Μάρκετινγκ στη σημερινή πραγματικότητα

Το Μάρκετινγκ βρίσκεται στο επίκεντρο κάθε επιτυχημένης επιχείρησης ως κύριος άξονας σκέψης και πρακτικής, επιτρέποντάς της να ξεχωρίσει και να επιβιώσει σε ένα διεθνές ανταγωνιστικό περιβάλλον.

2 Πληθώρα διαφορετικών επαγγελματικών δυνατοτήτων

Η επιστήμη του Μάρκετινγκ προσφέρει πληθώρα επαγγελματικών ειδικοτήτων, διαφορετικών απαιτήσεων και δεξιοτήτων, δημιουργικό εργασιακό κλίμα και πολύ καλές προοπτικές εξέλιξης. Επιπλέον, τα τμήματα Εμπορίας και Διαφήμισης προσφέρουν κατοχυρωμένα επαγγελματικά δικαιώματα στους αποφοίτους τους.

3 Έμφαση στις νέες τεχνολογίες και στις τάσεις της αγοράς

Στο Τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης δίνουμε έμφαση στις νέες τεχνολογίες. Με τα περισσότερα μαθήματα - από τα εργαστηριακά μέχρι τα αμιγώς θεωρητικά - να διαθέτουν σχετικές εφαρμογές, οι καθηγητές του τμήματος παρακολουθούν διαρκώς τις τάσεις της αγοράς προσφέροντας στους φοιτητές μια πλήρη εικόνα του σύγχρονου επιχειρηματικού κόσμου.

4 Σύγχρονες μέθοδοι εκπαίδευσης για άριστη κατάρτιση

Η πληρότητα των υποδομών, οι σύγχρονες μέθοδοι εκπαίδευσης με τη χρήση ηλεκτρονικών μέσων και η άρτια κατάρτιση του εκπαιδευτικού προσωπικού σε συνάρτηση με το χαμηλό μέσο όρο ηλικίας του, εξασφαλίζουν ένα άριστα λειτουργικό και φιλικό περιβάλλον για τους φοιτητές.

5 Η ζωή στην πόλη της Ιεράπετρας

Το μέγεθος της πόλης, οι δυνατότητες αναψυχής και η φιλικότητα των κατοίκων επιτρέπουν στους φοιτητές να δημιουργήσουν μια ευχάριστη μεγάλη κοινότητα με ισχυρούς δεσμούς. Παράλληλα, η τοποθεσία της πόλης, με το μονίμως «καλοκαιρινό» κλίμα, τις ατελείωτες παραλίες και τις ξεχωριστές φυσικές διαδρομές, αποτελεί ισχυρό σύμμαχο των φοιτητικών αποδράσεων.

Μαθησιακή Υποστήριξη

Σύμβουλος Καθηγητής

Όλοι οι καθηγητές του τμήματος είναι σε άμεση επικοινωνία με τους φοιτητές ανά πάσα ώρα και στιγμή είτε μέσω ηλεκτρονικής αλληλογραφίας είτε μέσω της πλατφόρμας ασύγχρονης τηλεκπαίδευσης E-Class . Επίσης υπάρχουν συγκεκριμένες και αναρτημένες ώρες γραφείου όπου οι φοιτητές μπορούν να συναντώνται με τους διδάσκοντες προκειμένου να λύνονται απορίες του μαθήματος και να δίνονται συμβουλές. Η συμβουλευτική διαδικασία γίνεται είτε μεμονωμένα (από ένα καθηγητή), είτε ομαδικά (από ειδική ομάδα καθηγητών ανάλογα την περίσταση και το αντικείμενο συμβουλευτικής).

Γραφείο Διασύνδεσης

Το Γραφείο Διασύνδεσης έχει σκοπό να συνδέσει την εκπαίδευση που παρέχεται στο τμήμα με τις ανάγκες της αγοράς εργασίας και να διευκολύνει την επαφή των φοιτητών και των αποφοίτων με τους εργασιακούς χώρους.
Το Γραφείο αποτελεί διοικητική μονάδα του Τ.Ε.Ι. Κρήτης που φιλοδοξεί να προσφέρει σημαντικές υπηρεσίες τόσο στη σπουδαστική κοινότητα και στους απόφοιτους όλων των τμημάτων του Ιδρύματος όσο και στους παραγωγικούς φορείς. Το Γραφείο στοχεύει στο να αποτελέσει το συνδετικό κρίκο μεταξύ παραγωγής και εκπαίδευσης, διευκολύνοντας την άμεση και δημιουργική συνεργασία της επιστημονικής κοινότητας και του παραγωγικού τομέα.

Η ανάπτυξη και λειτουργία του Γραφείου Διασύνδεσης αποτελεί έργο του Ε.Π.Ε.Α.Ε.Κ. (Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Εκπαίδευσης και Αρχικής Επαγγελματικής Κατάρτισης) και χρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο (Ε.Κ.Τ.) μέσω του ΥΠ.Ε.Π.Θ. στα πλαίσια του Κ.Π.Σ.ΙΙ.

Το Γραφείο προσφέρει τις υπηρεσίες του σε :

- Επιχειρήσεις, επαγγελματίες, Οργανισμούς και Δημόσιες Υπηρεσίες, Υπηρεσίες Τοπικής Αυτοδιοίκησης που αναζητούν εξειδικευμένο προσωπικό τεχνολογικής κατάρτισης.
- Συλλογικούς φορείς (Επιμελητήρια, Ομοσπονδίες, Συνομοσπονδίες, Συνεταιρισμούς κ.λπ.) για την ικανοποίηση αναγκών τους σε εξειδικευμένο προσωπικό.
- Σπουδαστές και απόφοιτους του Τ.Ε.Ι. Κρήτης που ενδιαφέρονται για την επαγγελματική τους αποκατάσταση, για μεταπτυχιακές σπουδές, υποτροφίες και ευκαιρίες επαγγελματικής κατάρτισης.
- Τελειόφοιτους, για εύρεση θέσεων πρακτικής άσκησης.

Το Τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης «επέκτεινε» αποτελεσματικά τη λειτουργία του Γραφείου Διασύνδεσης, δημιουργώντας έναν ηλεκτρονικό κόμβο επικοινωνίας για τους τελειόφοιτους, αποφοίτους και εν δυνάμει εργοδότες. Η δημιουργία της ιστοσελίδας του Συλλόγου Αποφοίτων του Τμήματος Εμπορίας και Διαφήμισης (alumni) στη διεύθυνση http://alumni.emark.teicrete.gr/, συνέβαλε αποφασιστικά στη σύνδεση του Τμήματος με την αγορά εργασίας, αλλά και στην διάχυση πληροφορίας μεταξύ της σπουδαστικής κοινότητας και του επιχειρηματικού κόσμου.

Η απόκτηση της ιδιότητας μέλους στο Σύλλογο Αποφοίτων του Alumni Emark είναι

Linkedin

Το EMARK Alumni Association Group (http://www.linkedin.com) στο LinkedIn, αποτελεί ουσιαστικά ένα Social Networking Group που βοηθάει τα μέλη του να επικοινωνούν μεταξύ τους και να δημιουργούν νέες επαγγελματικές επαφές, χρήσιμες για την επίτευξη των επιχειρηματικών τους στόχων και την προώθηση της επαγγελματικής τους καριέρας.

ελεύθερη για τους απόφοιτους του Τμήματος Εμπορίας και Διαφήμισης του ΤΕΙ Κρήτης. Η συμμετοχή διαρκεί για όσο καιρό οι πρώην φοιτητές διατηρούν επαφή με τον Σύλλογο Αποφοίτων (π.χ. ενημέρωση των προσωπικών στοιχείων σε περιπτώσεις προσωπικής ή επαγγελματικής μετακίνησης). Επίσης, η ιδιότητα μέλους μπορεί να ζητηθεί με αίτημα των πρώην φοιτητών που δεν τελείωσαν τις σπουδές τους στο Τμήμα (με την προϋπόθεση ότι παρέμειναν ενεργοί στο Τμήμα για δύο τουλάχιστον χρόνια).

Η ομάδα λειτουργίας του Γραφείου πληροφορεί τους φοιτητές για τα τελευταία νέα και τις εξελίξεις στον ευρύτερο χώρο του marketing, ενημερώνει για θέσεις εργασίας και άλλες ευκαιρίες προσωπικής και επαγγελματικής ανάπτυξης και βοηθά τους σπουδαστές να διατηρήσουν επαφή μεταξύ τους, ακόμα και μετά το πέρας των σπουδών τους. Οι πληροφορίες ανταλλάσσονται μέσω του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου καθώς και των σχετικών ιστότοπων.

Τα προνόμια της εγγραφής στο Alumni Emark περιλαμβάνουν:

- Πρόσβαση στις προσωποποιημένες υπηρεσίες του Alumni Emark.
- Λήψη του ηλεκτρονικού περιοδικού Newsletter Alumni Emark, δύο φορές τον χρόνο, δωρεάν.
- Ενημέρωση για νέα, εκδηλώσεις, διαλέξεις, Ημέρες Καριέρας του ΤΕΙ Κρήτης και ευκαιρίες καριέρας.
- Την ευκαιρία διατήρησης επαφής μεταξύ αποφοίτων.
- Τη δυνατότητα διατήρησης δεσμών με το Τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης του ΤΕΙ Κρήτης.
- Ενημερώσεις από το Τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης.
- Ευκαιρίες για μεταπτυχιακά προγράμματα, υποτροφίες και επαγγελματική κατάρτιση.

Κάποιες από τις αντιπροσωπευτικότερες υπηρεσίες που προσφέρονται μέσω του Alumni Emark είναι:

- Η «Καταχώρηση Φοιτητή» που δίνει τη δυνατότητα σε όλους τους τελειόφοιτους του Τμήματος να συμπληρώσουν τα στοιχεία τους και να καταχωρήσουν το βιογραφικό τους. Τα στοιχεία αυτά θα εμφανίζονται στην αντίστοιχη υπηρεσία «Αναζήτηση Φοιτητή»,
- Η «Αναζήτηση Επιχειρήσεων» όπου παρουσιάζονται όλες οι τρέχουσες θέσεις Πρακτικής Άσκησης και οι Θέσεις Εργασίας,
- Η «Καταχωρήσεις Επιχειρήσεων», όπου οι ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις μπορούν να αναρτήσουν ηλεκτρονικές αγγελίες αναζήτησης στελεχών,
- Η «Πρόσκληση στο Linkedin», το οποίο αποτελεί μία από τις γνωστότερες και μεγαλύτερες διαδικτυακές επαγγελματικές κοινότητες,
- Η «Λίστα Βιβλίων» τα οποία υπάρχουν στο Γραφείο Διασύνδεσης και από όπου μπορούν να ενημερωθούν οι φοιτητές για ποικίλα θέματα, κ.ά.

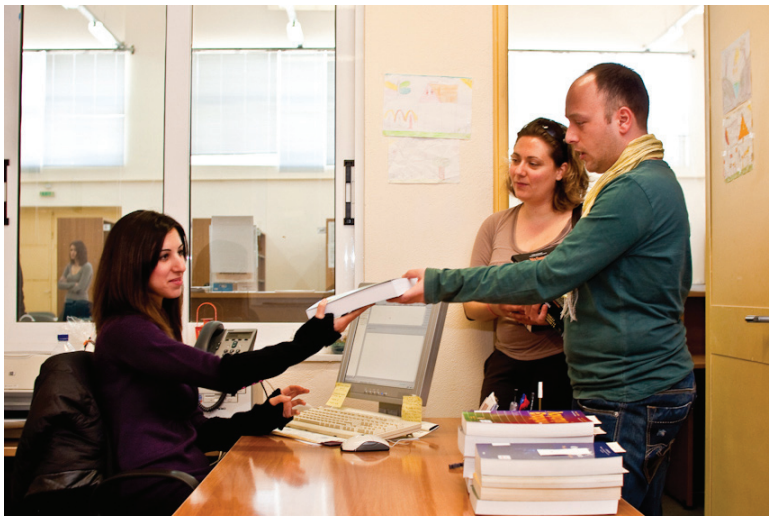
Επιπλέον, μέσω του Alumni Emark, οι σπουδαστές μπορούν να πάρουν περισσότερες πληροφορίες σχετικά με το πως συντάσσουν

ένα βιογραφικό σημείωμα και μία συνοδευτική επιστολή, καθώς και να προετοιμαστούν για τη διαδικασία συνέντευξης.
Ο αριθμός των σπουδαστών και αποφοίτων του Τμήματος επιτρέπει την άμεση επικοινωνία του Γραφείου Διασύνδεσης μαζί τους, καθώς και με τις επιχειρήσεις στο ευρύτερο γνωστικό αντικείμενο. Ως εκ τούτου, υπάρχει συχνή τηλεφωνική επικοινωνία μεταξύ του Γραφείου Διασύνδεσης και των σπουδαστών που πραγματοποιούν πρακτική άσκηση ή/και των αποφοίτων που ήδη έχουν αποκατασταθεί επαγγελματικά.
Η συνεχής ανατροφοδότηση πληροφοριών μεταξύ των εμπλεκόμενων μερών επιτρέπει τη συγκέντρωση ιδιαίτερα χρήσιμων πληροφοριών, οι οποίες χρησιμοποιούνται στο πλαίσιο αναβάθμισης του περιεχομένου των μαθημάτων (αποτελεσματικότερη σύνδεση του Προγράμματος Σπουδών με την αγορά εργασίας), αλλά και της αναβάθμισης της λειτουργίας αυτής καθ' εαυτής του Γραφείου Διασύνδεσης..

Βιβλιοθήκη

Το Τμήμα διαθέτει πλούσια βιβλιοθήκη με αρκετές χιλιάδες τόμους βιβλία, πολλά Ελληνικά και ξενόγλωσσα επιστημονικά περιοδικά καθώς και σύνδεση με διαδικτυακές ακαδημαϊκές βάσεις δεδομένων. Τα βιβλία και τα περιοδικά καλύπτουν ένα ευρύτατο τομέα γνώσεων. Η βιβλιοθήκη λειτουργεί σε δανειστική βάση προκειμένου να εξυπηρετούνται όσο το δυνατό περισσότεροι φοιτητές.

Δανεισμός Βιβλίων Εξαμήνου
Η βιβλιοθήκη δανείζει την ανάλογη βιβλιογραφία για κάθε μάθημα εξαμήνου στους φοιτητές. Ο δανεισμός βιβλίων εξαμήνων γίνεται μία φορά κάθε εξάμηνο. Τα δανεισμένα βιβλία οι φοιτητές υποχρεούνται να τα επιστρέψουν όλα με το πέ-



ρας της εξεταστικής περιόδου στην κατάσταση στην οποία τα παρέλαβαν.

Αρχείο Έντυπου Υλικού (Περιοδικών & Εφημερίδων)
Σε ειδική θέση στη βιβλιοθήκη υπάρχει μη δανειζόμενη συλλογή περιοδικού τύπου, σχετικά με τεχνολογικά, οικονομικά, κοινωνικά και πολιτικά θέματα, τον οποίο οι φοιτητές μπορούν να συμβουλευτούν κατά τις ώρες λειτουργίας της βιβλιοθήκης.

Η βιβλιοθήκη του τμήματός μας λειτουργεί καθημερινά από τις 09:00 μέχρι τις 19:00. Οι λειτουργίες της είναι πλήρως αυτοματοποιημένες.

Αρχείο Διπλωματικών Εργασιών
Στην ηλεκτρονική διεύθυνση nefeli.lib.teicrete.gr οι φοιτητές μπορούν να έχουν πρόσβαση στις διπλωματικές εργασίες που έχουν κατατεθεί στο τμήμα μας, αλλά και στις διπλωματικές εργασίες όλων των σχολών του ΤΕΙ Κρήτης.

Σχετικό Μονοπάτι: nefeli.lib.teicrete.gr - ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ - ΣΔΟ - ΤΜΗΜΑ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

Αναζήτηση της βιβλιογραφίας της βιβλιοθήκης του τμήματος
Οι φοιτητές του τμήματος μας μπορούν να αναζητούν την ύπαρξη ή όχι της βιβλιογραφίας που επιθυμούν και μέσω της ιστοσελίδας.

Σχετικό Μονοπάτι: www.emark.teicrete.gr - ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ ΤΙΤΛΩΝ ΣΤΟΝ ΚΑΤΑΛΟΓΟ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗΣ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ

Αναζήτηση Ηλεκτρονικής Βιβλιογραφίας
Μέσω των υπολογιστών του Τμήματος οι φοιτητές μπορούν να αναζητούν και ηλεκτρονική βιβλιογραφία αφού συνδεθούν με τη Κεντρική Βιβλιοθήκη του ΤΕΙ Κρήτης.

Σχετικό Μονοπάτι: www.lib.teicrete.gr - ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ - ΟΔΗΓΙΕΣ ΑΝΑΖΗΤΗΣΗΣ / ΕΝΗΜΕΡΩΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ

Οι φοιτητές μπορούν να ενημερωθούν αναλυτικά μέσω επεξηγηματικών φυλλαδίων και Video για την αναζήτηση Καταλόγου Βιβλιοθήκης, για την αναζήτηση Ηλεκτρονικών Περιοδικών (E-Journals) και Βάσεων Δεδομένων (Databases) προκειμένου να ολοκληρώσουν τις εργασίες ή τις διπλωματκές τους. Στην ίδια ιστοσελίδα υπάρχει και ένας Οδηγός πρόσβασης σε ηλεκτρονικά βιβλία μέσω της NetLibrary.

Σχετικό Μονοπάτι: www.lib.teicrete.gr - ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ - ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

Έκδοση Κάρτας Βιβλιοθήκης

Για τον δανεισμό των βιβλίων γενικής και ειδικής βιβλιογραφίας αλλά και βιβλίων λογοτεχνίας απαιτείται η έκδοση ειδικής κάρτας από την βιβλιοθήκη. Ο φοιτητής την παραλαμβάνει αφού συμπληρώσει μία αίτηση με τα στοιχεία του, παραδώσει μία φωτογραφία ταυτότητας για να καταχωρηθεί και στην ηλεκτρονική καρτέλα με τα στοιχεία του. Αυτή η κάρτα θα είναι σε ισχύ όλα τα χρόνια της φοίτησης του στο ΤΕΙ και θα του δίνει επιπλέον τη δυνατότητα διαδανεισμού βιβλίων από άλλες συνεργαζόμενες με τη Σχολή μας βιβλιοθήκες.

Εκπαιδευτικά Συγγράμματα

Κατά την έναρξη κάθε εξαμήνου, οι διδάσκοντες προτείνουν συγγράμματα για κάθε μάθημα, στη βιβλιοθήκη του τμήματος. Στη συνέχεια οι φοιτητές επιλέγουν ένα από τα συγγράμματα, μέσω της ηλεκτρονικής υπηρεσίας Εύδοξος, για να τους παραχωρηθεί από το αντίστοιχο σημείο διανομής. Επίσης η βιβλιοθήκη δανείζει για τη διάρκεια ενός εξαμήνου ένα σύγγραμμα για κάθε μάθημα. Τέλος οι διδάσκοντες χρησιμοποιούν την πλατφόρμα τηλεκπαίδευσης eClass για να κάνουν προσβάσιμες τις σημειώσεις τους, στους φοιτητές.

Πλατφόρμα Ασύγχρονης Τηλεκπαίδευσης (eClass)

Η πλατφόρμα eClass είναι ένα ολοκληρωμένο Σύστημα Διαχείρισης Ηλεκτρονικών Μαθημάτων. Βασική επιδίωξη της πλατφόρμας είναι η ενσωμάτωση των νέων τεχνολογιών και η εποικοδομητική χρήση του διαδικτύου στην εκπαιδευτική διαδικασία.

Η εισαγωγή της Ασύγχρονης Τηλεκπαίδευση δίνει νέες δυνατότητες στην εκπαίδευση, προσφέροντας ένα μέσο αλληλεπίδρασης και συνεχούς επικοινωνίας διδάσκοντα-φοιτητή. Παράλληλα, υποστηρίζεται η ηλεκτρονική οργάνωση, αποθήκευση και παρουσίαση του εκπαιδευτικού υλικού, ανεξάρτητα από τους περιοριστικούς παράγοντες του χώρου και του χρόνου της κλασσικής διδασκαλίας, δημιουργώντας τις προϋποθέσεις ενός δυναμικού περιβάλλοντος εκπαίδευσης.

Η πλατφόρμα eClass είναι σχεδιασμένη με προσανατολίσμο την ενίσχυση της εκπαιδευτικής δραστηριότητας. Ειδικότερα, οι διδάσκοντες μπορούν εύκολα και γρήγορα να δημιουργούν εύχρηστα και λειτουργικά ηλεκτρονικά μαθήματα, χρησιμοποιώντας το εκπαιδευτικό υλικό που διαθέτουν (σημειώσεις, παρουσιάσεις, κείμενα, εικόνες, κ.λ.π.). Από την πλευρά τους οι εκπαιδευόμενοι αποκτούν ένα εναλλακτικό κανάλι πρόσβασης στην προσφερόμενη γνώμη.

Παράλληλα, η πλατφόρμα eClass υποστηρίζει τις υπηρεσίες Ασύγχρονης Τηλεκπαίδευσης χωρίς περιορισμούς και δεσμεύσεις, ακολουθώντας τη φιλοσοφία του Ανοικτού Λογισμικού. Ενσωματώνοντας πολυγλωσσική υποστήριξη η πρόσβαση στην υπηρεσία γίνεται με τη χρήση ενός απλού φυλλομετρητή (web browser) χωρίς την απαίτηση εξειδικευμένων τεχνικών γνώσεων.

Κατηγορίες Μαθημάτων

Ανοικτά μαθήματα είναι τα μαθήματα ελεύθερης πρόσβασης, που έχουν πρόσβαση ακόμα και χρήστες που δεν διαθέτουν λογαριασμό στην πλατφόρμα.

Ανοικτά σε εγγραφή είναι τα μαθήματα στα οποία ένας χρήστης μπορεί να έχει πρόσβαση μόνο αν διαθέτει λογαριασμό στην πλατφόρμα και εγγραφεί σε αυτά.

Τέλος κλειστά μαθήματα είναι τα μαθήματα στα οποία ένας χρήστης που έχει λογαριασμό στην πλατφόρμα έχει πρόσβαση μόνο εάν του το επιτρέψει ο υπεύθυνος εκπαιδευτής.

Εκμάθηση Νέων Τεχνολογιών

Εκμάθηση Νέων Τεχνολογιών

Στα πλαίσια της συνεχούς βελτίωσης του προγράμματος σπουδών του τμήματος και προκειμένου οι απόφοιτη να ανταποκρίνονται πλήρως στις απαιτήσεις του επιχειρηματικού περιβάλλοντος, διδάσκονται στα εργαστηριακά μαθήματα διάφορες εφαρμογές /προγράμματα.

Τα πρώτα εξάμηνα σπουδών, οι φοιτητές μαθαίνουν μέσω παραδειγμάτων και ασκήσεων τις εφαρμογές γραφείου. Αυτό αποδεικνύεται ιδιαίτερα σημαντικό για την πορεία τους και εντός του τμήματος αφού μέσω αυτών των εφαρμογών υλοποιούνται οι περισσότερες εργασίες τις οποίες πρέπει να φέρει σε πέρας ο φοιτητής.

Οι εφαρμογές είναι:

- Microsoft Word για την επεξεργασία κειμένου.
- Microsoft Excel για την επεξεργασία υπολογιστικών φίλων.
- Microsoft PowerPoint για τη δημιουργία παρουσιάσεων.
- Microsoft Access για τη δημιουργία και διαχείριση βάσεων δεδομένων.
- Microsoft Outlook για την αποστολή και διαχείριση της ηλεκτρονικής αλληλογραφίας (email).
- Google Αναζήτηση Google για την άμεση και αποδοτικότερη αναζήτηση στο παγκόσμιο ιστό (internet).
- Google Έγγραφα & Microsoft Office Live Workspace για online χρήση εφαρμογών γραφείου.

Στα επόμενα εξάμηνα διδάσκονται πιο εξειδικευμένες εφαρμογές προκειμένου οι φοιτητές να κατανοούν πως δημιουργούνται και λειτουργούν εκείνα τα πολυμέσα (εικόνες, ήχος, βίντεο, animation κτλ) που απαιτούνται για να υλοποιηθεί μία διαφημιστική ιδέα.

Οι εφαρμογές είναι:

- Adobe Photoshop για την επεξεργασία εικόνων και την δημιουργία έντυπων και δικτυακών διαφημιστικών μηνυμάτων.
- Adobe Premiere για την επεξεργασία βίντεο και τη δημιουργία τηλεοπτικών μηνυμάτων.
- Adobe Flash για τη δημιουργία animation και τη χρήση αυτών στο διαδίκτυο.
- Adobe DreamWeaver για το σχεδιασμό στατικών ιστοσελίδων (static sites).

Στα δύο τελευταία εξάμηνα και συγκεκριμένα στα εργαστηριακά μαθήματα του Ηλεκτρονικού Τομέα, οι φοιτητές μαθαίνουν να δημιουργούν και να διαχειρίζονται δυναμικούς δικτυακούς τόπους (dynamic sites) καθώς και ηλεκτρονικά καταστήματα μέσω προγραμμάτων ανοιχτού λογισμικού.

Οι εφαρμογές είναι:

- Joomla για το σχεδιασμό και διαχείριση δυναμικών ιστοσελίδων,
- Magento eCommerce για το σχεδιασμό και διαχείριση ηλεκτρονικών καταστημάτων (eshops).

Προοπτικές απασχόλησης αποφοίτων

Τα επαγγελματικά δικαιώματα των πτυχιούχων του Τμήματος Εμπορίας και Διαφήμισης καθορίζονται και διασφαλίζονται βάσει του Π.Δ. 78/1989 (Φ.Ε.Κ.36/7.2.89/τ.Α'). Οι πτυχιούχοι του Τμήματος με βάση τις εξειδικευμένες επιστημονικές και τεχνικές γνώσεις τους, ασχολούνται επαγγελματικά, είτε αυτοδύναμα είτε σε συνεργασία με άλλους επιστήμονες με τη μελέτη, έρευνα και εφαρμογή της τεχνολογίας, πάνω σε σύγχρονους και ειδικούς τομείς του Μάρκετινγκ και της Διαφήμισης, όπως για παράδειγμα η έρευνα της αγοράς, η ανάπτυξη πωλήσεων, η διαφήμιση και η προβολή.

Γενικότερα οι απόφοιτοι του τμήματος δύναται να απορροφηθούν:

- Από τμήματα μάρκετινγκ εταιρειών ή σε εταιρείες που ασχολούνται αποκλειστικά με όλο το φάσμα της προώθησης για λογαριασμό άλλων εταιρειών (διαφημιστικές, below-the-line, κ.λπ.)
- Στην οργάνωση υποστηρικτικών δραστηριοτήτων προώθησης, όπως εκθέσεις,
- Από εταιρείες έρευνας αγοράς και παροχής συμβουλευτικών υπηρεσιών σε επίπεδο πολιτικής και στρατηγικής μάρκετινγκ.
- Μέσω της δημιουργίας δικών τους επιχειρήσεων παροχής συμβουλευτικών υπηρεσιών σε θέματα μάρκετινγκ.

συνέδρια, events, κ.λ.π..

Από εταιρείες δημοσίων σχέσεων στον τομέα σχεδιασμού και υλοποίησης επικοινωνιακών προγραμμάτων.

Ως ειδικοί στον ευρύτερο χώρο του ηλεκτρονικού μάρκετινγκ (e-marketing), από τον σχεδιασμό ιστοσελίδων (web-design) έως και τη χάραξη προωθητικής στρατηγικής στο Διαδίκτυο.

Από τουριστικές επιχειρήσεις ως σύμβουλοι ανάπτυξης, σχεδιασμού και προώθησης.

Από αγροτικές επιχειρήσεις ως σύμβουλοι προώθησης, με ειδικές γνώσεις στο μάρκετινγκ τροφίμων.

Σε Τράπεζες στον τομέα της Αγροτικής Πίστης, καθώς και στην Κατάρτιση Επιχειρηματικών Σχεδίων που χρηματοδοτούνται από Κοινοτικά Προγράμματα.

Σε Δημόσιες Υπηρεσίες που ασχολούνται με θέματα Αγροτικής Πολιτικής και στήριξης των Αγροτών.

Σε δικές τους επιχειρηματικές τουριστικές μονάδες, που θα εφαρμόζουν Καινοτομικές Μεθόδους προώθησης και προβολής.

Στη δημιουργία δικών τους επιχειρήσεων παροχής συμβουλευτικών υπηρεσιών, είτε στον τομέα προώθησης αγροτικών προϊόντων, είτε στον τομέα του τουρισμού.

Στη Σχεδίαση-Υλοποίηση-Διαχείριση ιστοχώρων προώθησης προϊόντων.

Στην προώθηση γενικότερα του «Επιχειρείν» σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο, με έμφαση στην προώθηση του «Ηλεκτρονικού Επιχειρείν» .

Οικονομική Ενίσχυση

Σίτιση

Στα πλαίσια της φοιτητικής μέριμνας λειτουργεί εστιατόριο και κυλικείο μέσα στις εγκαταστάσεις του Τμήματος.

Το εστιατόριο προσφέρει δωρεάν σίτιση (πρωί, μεσημέρι και βράδυ) σε όλους τους προπτυχιακούς φοιτητές εφόσον πληρούν τις προϋποθέσεις που καθορίζονται με απόφαση του Συμβουλίου του Τ.Ε.Ι Κρήτης μετά από εισήγηση του Συμβουλίου της Σπουδαστικής Λέσχης.

Οι υπόλοιποι φοιτητές και φοιτήτριες, μπορούν να σιτίζονται σε ειδικές τιμές που σε κάθε περίπτωση είναι κατά πολύ χαμηλότερες από τις τιμές των εστιατορίων. Η ποιότητα του φαγητού ελέγχεται από ειδική υπηρεσία του ΤΕΙ Κρήτης. Το κυλικείο αποτελεί το κέντρο της κοινωνικής ζωής στο Τμήμα και παρέχει όλα τα είδη του σε ειδικά χαμηλές τιμές για φοιτητές.

Το μενού περιλαμβάνει πρώτο και κυρίως πιάτο, ενώ οι φοιτητές έχουν τη δυνατότητα να επιλέξουν καθημερινά μεταξύ πολλών διαφορετικών γευμάτων και επιδορπίων. Το πρόγραμμα των γευμάτων καταρτίζεται και αναρτάται στην αρχή κάθε εβδομάδας.

Διάρκεια Κάρτας Σίτισης

Η κάρτα σίτισης διαρκεί ένα ακαδημαϊκό έτος και η χρήση της γίνεται αποκλειστικά μόνο από το σπουδαστή που του χορηγήθηκε.

Η σίτιση διαρκεί από 1η Σεπτεμβρίου ως και τις 30 Ιουνίου, διακόπτεται κατά τις διακοπές του Πάσχα και των Χριστουγέννων καθώς και τους θερινούς μήνες Ιούλιο και Αύγουστο σύμφωνα με την ισχύουσα νομοθεσία. Τα παραπάνω χρονικά διαστήματα μπορούν να διαφοροποιηθούν με απόφαση του Συμβουλίου Τ.Ε.Ι κατόπιν εισήγησης του Συμβουλίου της Σ.Λ.

Δάνεια

Στους σπουδαστές χορηγούνται άτοκα δάνεια για τη διευκόλυνση τους στις σπουδές Η χορήγηση του δανείου εξαρτάται από την οικονομική κατάσταση του σπουδαστή.
Τα δάνεια αρχίζουν να επιστρέφονται μετά την ολοκλήρωση των σπουδών, ενώ χαρίζονται στους αριστούχους πτυχιούχους φοιτητές.

Υποτροφίες

Το Ι.Κ.Υ χορηγεί υποτροφίες και βραβεία σε φοιτητές των ΤΕΙ που διακρίθηκαν :

1. Στις εξετάσεις Εισαγωγής στα Ιδρύματα της Τριτοβάθμιας εκπαίδευσης
2. Στην Επίδοσή τους στα εξάμηνα σπουδών κάθε ακαδημαϊκού έτους

Ιατροφαρμακευτική Περίθαλψη

Από το τμήμα Περίθαλψης & Κοινωνικής Μέριμνας (ιατρείο) του Τ.Ε.Ι. Κρήτης υπάρχει η δυνατότητα έκδοσης σπουδαστικού βιβλιαρίου περίθαλψηςγια κάλυψη Νοσοκομειακής, Ιατροφαρμακευτικής & Οδοντιατρικής περίθαλψης. Δικαίωμα κατοχής σπουδαστικού βιβλιαρίου περίθαλψης έχουν όλοι οι ανασφάλιστοι σπουδαστές, δηλαδή όλοι όσοι δεν καλύπτονται από τον ασφαλιστικό φορέα των γονιών τους.
Επίσης οι σπουδαστές που είναι ασφαλισμένοι σε άλλους φορείς, έχουν δικαίωμα σπουδαστικής ασφάλισης αφού πρώτα διαγραφούν από τον προηγούμενο ασφαλιστικό τους φορέα (π.χ. ΙΚΑ, ΤΣΜΕΔΕ, ΤΕΒΕ, ΟΓΑ, ΝΑΤ κ.λ.π.)
Τα απαιτούμενα δικαιολογητικά για την έκδοση του σπουδαστικού βιβλιαρίου είναι :

- Βεβαίωση διαγραφής από τον ασφαλιστικό φορέα.
- Υπεύθυνη Δήλωση του Ν.1599/1986.
- Δύο φωτογραφίες.

Στην περίπτωση που κάποιος σπουδαστής καλύπτεται από τον φορέα των γονιών του, δηλαδή είναι στο οικογενειακό βιβλιάριο ασθενείας, αλλά αδυνατεί να το χρησιμοποιήσει λόγω της απόστασης από την οικογένειά τους, είναι δυνατή η έκδοση ατομικού βιβλιάριου ασθενείας, με την προσκόμιση στον ασφαλιστικό φορέα των γονέων τους, των παρακάτω δικαιολογητικών:

- Βεβαίωση εγγραφής από την σχολή τους.
- Βεβαίωση από το Ιατρείο ΤΕΙ ότι δεν έχουν ασφαλιστική κάλυψη.
- Μία φωτογραφία.

Τέλος, οι φοιτητές που μεταβένουν στο εξωτερικό μέσω τον προγραμμάτων Erasmus και Leonardo Da Vinci δικαιούνται ιατροφαρμακευτικής περίθαλψης, χρησιμοποιώντας την Ευρωπαϊκή Κάρτα Ασθενείας την οποία παραλαμβάνουν έπειτα από αίτηση στο τμήμα Περίθάλψης & Κοινωνικής Μέριμνας (ιατρείο) του Τ.Ε.Ι. Κρήτης.

Στους φοιτητές παρέχεται έκπτωση στην τιμή του εισιτηρίου των οδικών, σιδηροδρομικών, ακτοπλοϊκών και αεροπορικών μέσων μαζικής μεταφοράς, όταν μετακινούνται με αυτά στο εσωτερικό της χώρας. Για να είναι αυτό δυνατό, χορηγείται στους σπουδαστές δελτίο ειδικού εισιτηρίου (ΠΑΣΟ)

Διευκόλυνση Εργαζομένων Φοιτητών

Οι σπουδαστές που εργάζονται, προκειμένου να εξυπηρετηθούν τόσο στην παρακολούθηση μαθημάτων και εργαστηριακών ασκήσεων, όσο και στην προετοιμασία και συμμετοχή τους στις εξετάσεις, δικαιούνται κατά τη διάρκεια των σπουδών τους διευκολύνσεων, οι οποίες περιλαμβάνουν:

- Άδεια εξετάσεων 14 ημερών τον χρόνο
- Άδεια άνευ αποδοχών μέχρι 15 ημέρες τον χρόνο.
- Άδεια 3 ωρών για συμμετοχή στις εξετάσεις ή τις εργαστηριακές ασκήσεις.
- Απαλλαγή από νυκτερινή βάρδια για όσο χρονικό διάστημα διαρκεί η εξεταστική περίοδος.
- Αλλαγή βάρδιας όταν αυτή συμπίπτει με τις ώρες των εξετάσεων.
- Χορήγηση της κανονικής άδειας που δικαιούται ο εργαζόμενος κατά την εξεταστική περίοδο.
- Την τοποθέτηση του σπουδαστή σε τμήμα της υπηρεσίας που υπηρετεί, όπου θα μπορέσει να πραγματοποιήσει την πρακτική του άσκηση.

Φοιτητική Ζωή στην Ιεράπετρα

Αξιοθέατα

Το Σπίτι του Ναπολέοντα
Το 1798, ο στόλος του Ναπολέοντα κατά την πορεία του προς την Αίγυπτο, αγκυροβόλησε στα ανοιχτά της Ιεράπετρας και ο Ναπολέοντας Βοναπάρτης φιλοξενήθηκε από μία οικογένεια στην πόλη. Θρύλος ή πραγματικότητα, το σπίτι βρίσκεται στην παλιά πόλη, έχει χαρακτηριστεί διατηρητέο και έχει αναστηλωθεί από την αρμόδια υπηρεσία του Δήμου.

Το Τζαμί
Χτισμένο στην παλιά πόλη (Κάτω Μερά) περίπου στα τέλη του 19ου αι. όταν, όπως αναφέρεται, οι Τούρκοι κατέλαβαν και τροποποίησαν την εκκλησία του Αγίου Ιωάννη. Το κτίριό του είναι μέχρι σήμερα σε πολύ καλή κατάσταση, ενώ φέρει επιγραφή από το Κοράνι σε μαρμάρινη πλάκα στην είσοδο. Ο μιναρές του επισκευάστηκε το 1953 και εποπτεύει ολόκληρη την περιοχή. Ακριβώς απέναντι υπάρχει η Οθωμανική κρήνη που έχει κι αυτή επισκευαστεί.

Το Τούρκικο Σχολείο
Στην πλατεία Κανουπάκη, (όπου βρίσκεται και το Δημαρχείο), υπάρχει ένα στενόμακρο κτίριο, γνωστό σαν Οθωμανική Σχολή ή Μεχτέπι. Χτίστηκε το 1899, μετά την απελευθέρωση, για τα Τουρκόπουλα. Σήμερα στο κτίριο αυτό στεγάζεται η αρχαιολογική συλλογή της Ιεράπετρας, αποτελούμενη από ευρήματα της περιοχής, τα οποία δεν μεταφέρθηκαν σε μεγαλύτερα μουσεία της Ελλάδας και του εξωτερικού.

Η ονομασία «Καλές» είναι παραφθορά της τουρκικής λέξης «κουλές», που σημαίνει πύργος.

Το Φρούριο της Ιεράπετρας, γνωστό ως «Καλές» κτίστηκε από τους Ενετούς περίπου το 1307, στο νοτιότερο μόλο του αρχαίου λιμανιού της πόλης. Το 1647, έτος κατά το οποίο η Ιεράπετρα κατακτήθηκε από τους Τούρκους, το Φρούριο παρά τις φθορές του από τον πόλεμο, διατηρήθηκε για τους αμυντικούς σκοπούς των κατακτητών και παρότι υπέστη πολλές τροποποιήσεις κρατήθηκαν αρκετά ενετικά στοιχεία. Η γερή του κατασκευή σε συνάρτηση με τη χρησιμότητά του ως τα τέλη του περασμένου αιώνα, συνέβαλλαν στη διατήρησή του μέχρι τις μέρες μας, απομεινάρι δύσκολων για τον τόπο εποχών αλλά και στολίδι για την πόλη.

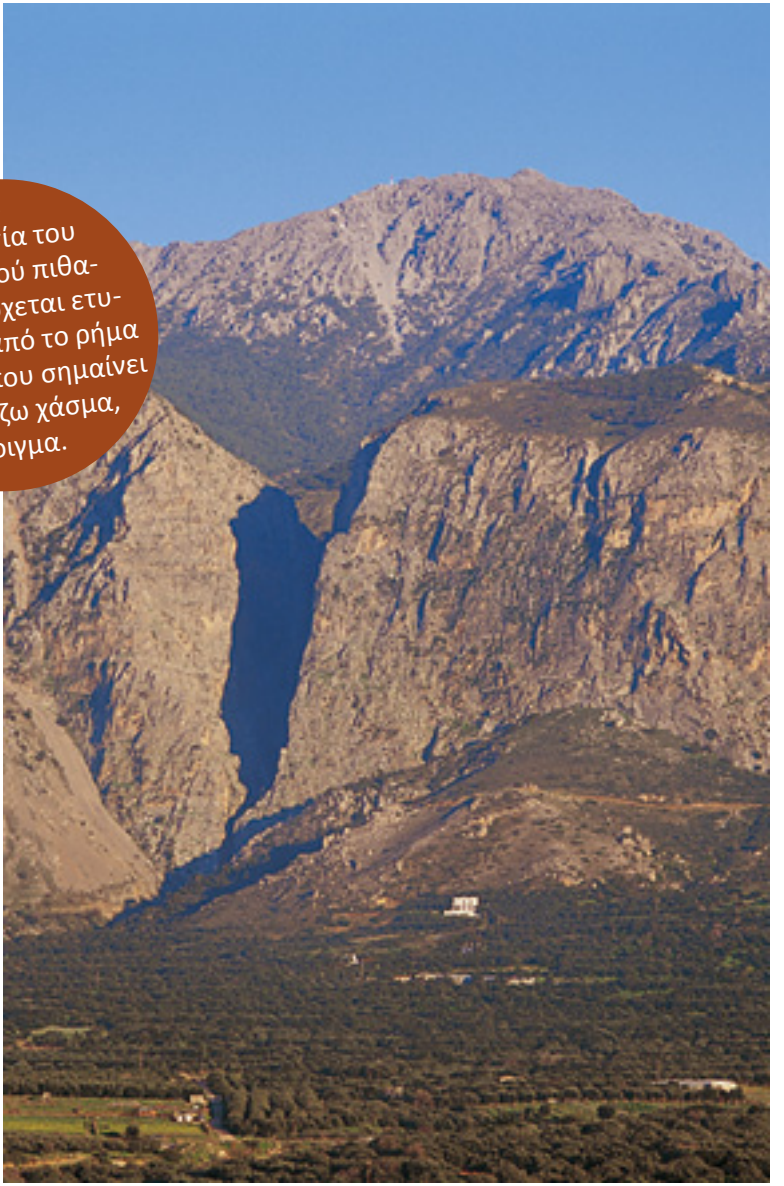
Φυσικές Ομορφίες

Το Φαράγγι του Χα

Ιδιαίτερο χαρακτηριστικό του ανάγλυφου της περιοχής είναι το φαράγγι του Χα. Θεωρείται ένα από τα αγριότερα φαράγγια της Ελλάδας, ένα σπάνιο μορφολογικό φαινόμενο της φύσης, που μόνο ένας ενδογενής παράγοντας, όπως ο τεκτονισμός θα μπορούσε να δημιουργήσει.

Η ονομασία του φαραγγιού πιθανόν προέρχεται ετυμολογικά από το ρήμα «χάσκω», που σημαίνει σχηματίζω χάσμα, άνοιγμα.

Θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως παρθένος βιότοπος ανέγγιχτος από τον άνθρωπο μιας και η διαμόρφωσή του απαγορεύει στον οποιοδήποτε να το γνωρίσει καλά ή να το διασχίσει. Οι πρώτοι και μοναδικοί που το διέσχισαν ως σήμερα, είναι τρεις Θεσσαλονικείς ορειβάτες. Ανάλογη προσπάθεια από κάποιον μη έμπειρο ορειβάτη είναι απαγορευτική. Λόγω επικινδυνότητας, δεν είναι άλλωστε λίγοι αυτοί που έχασαν τη ζωή τους στην προσπάθειά τους να προχωρήσουν στο εσωτερικό.



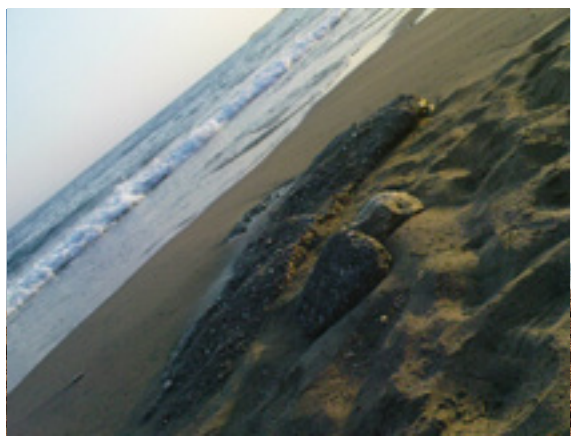
Το Φαράγγι της Σαρακίνας

Δυτικά της Ιεράπετρας και σε απόσταση 20 χλμ. βρίσκεται το παραδοσιακό χωριό των Μύθων. Σε μικρή απόσταση από αυτό αρχίζει το φαράγγι της Σαρακίνας ή του Σαραντάπηχου. Κατά το μύθο ο Σαραντάπηχος (γίγαντας, γιός του Δία) περνώντας από το βουνό έσκυψε για να πιει νερό από το ποτάμι. Η μακριά του γενειάδα έσχισε το βουνό στα δύο και δημιουργήθηκε το φαράγγι. Το φαράγγι είναι πλούσιο σε βλάστηση, πουλιά και γάργαρα νερά. Το μεγαλύτερο μέρος του είναι προσβάσιμο με τα πόδια, γεμάτο λιμνούλες και σκαρφαλώματα, που το καθιστούν ιδανικό προορισμό για ένα ευχάριστο απόγευμα. Η διάβασή του θα σας πάρει περίπου μία ώρα.

Παραλίες

Οι παραλίες της ευρύτερης περιοχής, συνολικού μήκους 51χλμ, είναι από τις πιο καθαρές της Κρήτης και πολλές από αυτές βραβεύονται κάθε χρόνο με τη διεθνή διάκριση της Γαλάζιας Σημαίας. Εκτείνονται από το γραφικό Μύρτος μέχρι τη «Μεγάλη Παραλία» στα Φέρμα και ξεχωρίζουν για την πλούσια αμμουδιά τους. Φυσικά δεν πρέπει να εξαιρέσουμε τις παραλίες στη βόρεια πλευρά του Δήμου, στο Δημοτικό Διαμέρισμα Παχειάς Άμμου, αλλά και τις μαγικές παραλίες της νήσου «Χρυσής».

Στην ευρύτερη περιοχή μπορεί κανείς να ανακαλύψει υπέροχες παραλίες, «κρυμμένες» σε μικρούς όρμους, προκειμένου να απολαύσει τη μοναξιά, την ιδιωτικότητα και τη χαλάρωση. Παράλληλα υπάρχει η δυνατότητα σε πολλές



οργανωμένες παραλίες να αναζητήσει κανείς πιο έντονες εμπειρίες όπως water-sports, καταδύσεις, windsurfing, beach-volley, paint-ball κ.α .

Αγία Φωτιά
10 χλμ ανατολικά της Ιεράπετρας βρίσκεται η οργανωμένη παραλία Αγία Φωτιά. Πρόκειται για έναν καταπράσινο ορμίσκο με ψιλή άμμο και βραχώδη ακτή. Είναι βραβευμένη με Γαλάζια σημαία και συγκεντρώνει αρκετό κόσμο τους καλοκαιρινούς μήνες.

Παραλία Μύρτους
Δυτικά της Ιεράπετρας στα 10 χλμ περίπου, βρίσκεται η παραλία Μύρτος. Τα πεντακάθαρα γαλαζοπράσινα νερά και η βοτσαλένια αμμουδιά κάνουν την παραλία ιδιαίτερα γοητευτική. Πρόκειται για μία πλήρως οργανωμένη παραλία που προσελκύει κυρίως Ευρωπαίους τουρίστες.

Μεγάλη παραλία
Μια ειδυλλιακή μεγάλη παραλία 7 χιλιομέτρων με λεπτή άμμο, κοντά στο χωριό Κουτσουνάρι 5 χιλιόμετρα ανατολικά της Ιεράπετρας. (Δυνατότητα για θαλάσσια σπορ.)

Ανατολική Παραλία
Μέσα στην Ιεράπετρα βρίσκεται η ανατολική παραλία του Αγίου Αντρέα, μια δημοτική πλαζ, πλήρως οργανωμένη.

Νότια Παραλία
Η Νότια παραλία βρίσκεται δίπλα στο φρούριο Καλές. Πρόκειται για οργανωμένη παραλία με καφετέριες και καντίνες σε κοντινή απόσταση.

Η Νήσος Χρυσή

Το νησί της Χρυσής (Γαϊδουρονήσι) είναι ένα μικρό νησάκι, 5 περίπου τ.χλμ., 8 μίλια νότια της Ιεράπετρας. Για πέντε μήνες το χρόνο υπάρχουν καθημερινά δρομολόγια μικρών επιβατηγών πλοίων που αναχωρούν από το λιμάνι της Ιεράπετρας. Στη μαγεία του Λιβυκού πελάγους το ταξίδι γίνεται συνήθως παρέα με αρτέμιδες και ασημόγλαρους ενώ σπάνια κάνουν την εμφάνισή τους και δελφίνια. Μετά από ταξίδι περίπου μιας ώρας τα σκάφη προσεγγίζουν τη νότια πλευρά του νησιού που συνήθως είναι πιο απάνεμη. Η αποβίβαση γίνεται στη θέση «Βουγιού Μάτι» όπου υπάρχει μια μικρή προβλήτα και ο χώρος υποδοχής. Οι εκδρομές είναι ολοήμερες και οι επισκέπτες έχουν χρόνο στη διάθεσή τους να περιηγηθούν στα μονοπάτια της Χρυσής, να κάνουν μπάνιο στα γαλαζοπράσινα νερά της και να γευματίσουν στην ταβέρνα του νησιού.

Το ανάγλυφο
Στη μεγαλύτερη έκτασή της η Χρυσή είναι επίπεδο νησί, με μέσο υψόμετρο όχι πάνω από 10

μέτρα. Από μακριά φαίνεται σαν μια λεπτή λωρίδα γης που προεξέχει από τη θάλασσα. Έχει μέγιστο μήκος 5 χλμ, μέσο πλάτος 1 χλμ και καταλαμβάνει έκταση περίπου 5 τ.χλμ. Ανατολικά του (700 περίπου μέτρα), βρίσκεται το Μικρονήσι, ένα βραχώδες μικροσκοπικό νησάκι 120 μόλις στρεμμάτων. Το μεγαλύτερο μέρος της Χρυσής καλύπτεται από άμμο. Η θάλασσα γύρω από τα νησιά είναι ρηχή. Σε απόσταση 1 χλμ προς το βορρά και σχεδόν 500 μ. προς νότο δεν είναι βαθύτερη από 10 μ., ενώ η ισοβαθής των 5 μ. ενώνει την Χρυσή με το Μικρονήσι. Το μεγαλύτερο μέρος της επιφάνειας της Χρυσής καλύπτεται από άμμο.

Χλωρίδα και πανίδα

Η βλάστηση της Χρυσής παρουσιάζει σημαντική ποικιλότητα σε σχέση με το μέγεθος του νησιού. Προφανώς, το πλέον εντυπωσιακό στοιχείο είναι το κεδρόδασος με έκταση πάνω από 350 στρέμματα.

Η χλωρίδα του νησιού σε σχέση με το μέγεθός του μπορεί να χαρακτηριστεί πλούσια, με πάνω από 100 φυτικά είδη. Σ' αυτά περιλαμβάνονται 13 ενδημικά είδη της Ελλάδας, 5 ενδημικά της Κρήτης και ένα είδος κολχικού (Colchicumcousturieri) που το συναντούμε μόνο στη Χρυσή και στο Κουφονήσι.

Η Χρυσή αποτελεί επίσης σημαντικό τόπο ξεκούρασης των μεταναστευτικών πουλιών.

Ιστορία

Τους τελευταίους αιώνες η Χρυσή είναι πρακτικά ακατοίκητη, ενώ αρκετά παλαιότερα υπήρχαν μικροί οικισμοί. Στο δυτικό αλλά και στο ανατολικό μέρος του νησιού, υπάρχουν διάσπαρτα όστρακα που δείχνουν ότι υπήρχε δραστηριότητα από τη Μινωική εποχή. Στα βορειοδυτικά του νησιού υπάρχει η εκκλησία του Αγίου Νικολάου, κατασκευασμένη πιθανά το 130 αιώνα. Βορειοανατολικά της εκκλησίας και κοντά στην ακτή υπάρχει μια παλιά αλυκή και το μοναδικό σπίτι του νησιού χτισμένο πάνω σε αρχαίες εγκαταστάσεις, που συμπεριλαμβάνουν ένα μικρό κτίσμα (Σπήλιο) και ένα μικρό λιμενοβραχίονα. Νότια και νοτιοδυτικά του Αγίου Νικολάου υπάρχουν πηγάδια και λαξευτοί τάφοι. Ο μεγαλύτερος απ' αυτούς είναι Ρωμαϊκής εποχής.

Νυχτερινή Ζωή

Η Ιεράπετρα αποτελεί τη νοτιότερη πόλη της Ευρώπης και, ως εκ τούτου, έναν πολύ γνωστό τουριστικό προορισμό. Καθ' όλη τη διάρκεια της χρονιάς, η νυχτερινή ζωή της Ιεράπετρας είναι έντονη και ποικίλη, και ιδίως μεταξύ των μηνών Μάιο-Οκτώβριο, η πόλη σφύζει από ζωή και προσφέρει πολλές δυνατότητες ψυχαγωγίας και διασκέδασης. Εάν πάλι θέλετε να συνδυάσετε τις σπουδές σας με δουλειά, είναι χαρακτηριστικό ότι μεγάλος αριθμός φοιτητών μας ήδη απασχολείται επαγγελματικά (με πλήρες ή μειωμένο ωράριο) σε διάφορους τομείς της τοπικής επιχειρηματικής δραστηριότητας. Η φοιτητική κοινότητα έχει διαμορφώσει ένα κλίμα διασκέδασης και υποστήριξης σε όλα τα επίπεδα, με κοινές εξόδους, party και εκδηλώσεις στους χώρους του Τμήματος και εκτός.

Σύλλογος Φοιτητών

Ο Σύλλογος Σπουδαστών είναι το συλλογικό αιρετό όργανο λήψης αποφάσεων των σπουδαζόντων στα Τεχνολογικά Εκπαιδευτικά Ιδρύματα.

Σύμφωνα με το άρθρο 3 του καταστατικού του Συλλόγου Σπουδαστών της Σχολής Διοίκησης και Οικονομίας του Τ.Ε.Ι. Κρήτης στην οποία ανήκει το Τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης της Ιεράπετρας σκοποί του Συλλόγου είναι:

1. Ο εντοπισμός, η μελέτη και η επίλυση όλων των προβλημάτων που απασχολούν τους σπουδαστές μέλη του.
2. Η συμβολή στον αγώνα για εθνική ανεξαρτησία, λαϊκή κυριαρχία, ειρήνη, δημοκρατία και ελευθερία.
3. Η προάσπιση της ελεύθερης διακίνησης των ιδεών και η διαφύλαξη του ακαδημαϊκού ασύλου.
4. Η καλλιέργεια και κατοχύρωση ελεύθερου και καλόπιστου διαλόγου πάνω σε θέματα επιστημονικά, κοινωνικά, πολιτιστικά, πολιτικά.
5. Η μαζική ή ατομική συμμετοχή των σπουδαστών σε κάθε μορφής κοινωνική, πολιτιστική, πολιτική ή ψυχαγωγική εκδήλωση.
6. Η συμβολή σε όλες τις διαδικασίες που αποσκοπούν στη βελτίωση και αναβάθμιση

των παρεχομένων από τα ΤΕΙ σπουδών.

7. Η κατοχύρωση των συνδικαλιστικών ελευθεριών και ο αγώνας για καλυτέρευση των όρων εκπαίδευσης και διαβίωσης των σπουδαστών στα ΤΕΙ Κρήτης.

8. Η διαμέσου των συνδικαλιστικών διαδικασιών διασφάλιση των σπουδαστικών και επαγγελματικών δικαιωμάτων των μελών του.

Ο Σύλλογος διοικείται από επταμελές Διοικητικό Συμβούλιο, αποτελούμενο από τον Πρόεδρο, τον Αντιπρόεδρο, τον Γενικό Γραμματέα, τον Ειδικό Γραμματέα, τον Ταμία και από δύο μέλη, με ετήσια διάρκεια θητείας. Το Δ.Σ. συνεδριάζει τακτικά αλλά και έκτακτα εάν αυτό κριθεί αναγκαίο, ενώ οι συνεδριάσεις του είναι ανοικτές σε όλα τα μέλη του Συλλόγου.

Η Γενική Συνέλευση των μελών του Συλλόγου είναι το ανώτατο και κυρίαρχο όργανο αυτού δυνάμενη να αποφασίζει για κάθε θέμα που τον αφορά. Ειδικότερα η Γενική Συνέλευση έχει αποκλειστική αρμοδιότητα για τα εξής θέματα:

• να αποφασίζει για ζητήματα που απασχολούν το Σύλλογο,

• απαλλαγή του Δ.Σ. από κάθε ευθύνη,
• έγκριση του προϋπολογισμού και απολογισμού,
• τροποποίηση του καταστατικού, και τέλος,
• διάλυση του Συλλόγου Σπουδαστών.

Κάθε έτος, τέλος, λίγο πριν τη διεξαγωγή αρχαιρεσιών για την ανάδειξη νέου Διοικητικού Συμβουλίου το κανονικό ή προσωρινό Δ.Σ. προκηρύσσει εκλογές για ορισμένη ημέρα και καλεί τους ενδιαφερόμενους να υποβάλουν υποψηφιότητα τόσο για το Δ.Σ. όσο και για την εξελεγκτική επιτροπή, τουλάχιστον δύο ημέρες πριν από την ημέρα διεξαγωγής των εκλογών. Οι εκλογές διεξάγονται από πενταμελή εφορευτική επιτροπή η οποία εκλέγεται αναλογικά από την απολογιστική συνέλευση.

Αθλητισμός

Η φιλοσοφία του προγράμματος των αθλητικών δραστηριοτήτων, που εφαρμόζεται στο τμήμα της Ιεράπετρας, βασίζεται στις τρεις διαστάσεις του ατόμου, το σώμα, την ψυχή και το πνεύμα, τις οποίες προσπαθεί να συνδυάσει και να αναδείξει. Για το λόγο αυτό προσφέρεται ένα σύνολο από διαφορετικές δραστηριότητες έτσι ώστε οι φοιτητές/τριες να μπορούν να αθλούνται ανάλογα με τα ενδιαφέροντά τους και το αθλητικό τους επίπεδο. Παράλληλα, γίνεται προσπάθεια να εμφυσήσει την φιλοσοφία ενός υγιή τρόπου ζωής, «δια βίου άσκηση» μέσω του αθλητισμού. Επίσης, δίνει τη δυνατότητα για εκμάθηση κινητικών δεξιοτήτων, απόκτηση τεχνικοτακτικής κατάρτισης στην ποικιλία των προσφερόμενων αθλημάτων, καθώς και την ανάδειξη και βελτίωση των φυσικών και ψυχικών ικανοτήτων. Με τον τρόπο αυτό, δημιουργεί τις προϋποθέσεις για συμμετοχή και ένταξη στις αθλητικές ομάδες και δραστηριότητες, δίνοντας ευκαιρίες στους αθλούμενους να συμμετέχουν σε αγώνες, μέσω του μαζικού και αγωνιστικού αθλητισμού, τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό.

1.Τένις Μπάσκετ.2
3.Βόλεϊ Ποδόσφαιρο.4
5.Αερόμπικ
Μοντέρνοι Χοροί.6

Ευρωπαϊκά Προγράμματα

Πρόγραμμα Δια Βίου Μάθηση – Lifelong Learning Program (L.L.P.)

Το Πρόγραμμα Δια Βίου Μάθηση 2007-2013 θεσπίστηκε με απόφαση του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης αντικαθιστώντας τα προγράμματα «Σωκράτης», "Leonardo da Vinci" και "eLearning Programmes", τα οποία έληξαν το 2006/07.

Στόχος του Προγράμματος είναι η ανάπτυξη και η ενίσχυση των ανταλλαγών, της συνεργασίας και της κινητικότητας, ώστε τα συστήματα εκπαίδευσης και κατάρτισης να καταστούν παγκόσμιο σημείο αναφοράς ως προς την ποιότητα, σύμφωνα με τη στρατηγική της Λισσαβόνας, συμβάλλοντας έτσι στην ανάπτυξη της Ευρωπαϊκής Ένωσης ως προηγμένης κοινωνίας της γνώσης, με βιώσιμη οικονομική ανάπτυξη, με περισσότερες και καλύτερες θέσεις εργασίας και μεγαλύτερη κοινωνική συνοχή.

Περιλαμβάνει 4 επιμέρους τομεακά προγράμματα:

- Comenius (για σχολεία)
- Erasmus (τριτοβάθμια εκπαίδευση)
- Leonardo da Vinci (επαγγελματική εκπαίδευση και κατάρτιση)
- Grungtvig (εκπαίδευση ενηλίκων)

Το τομεακό πρόγραμμα Erasmus αφορά άμεσα τους φοιτητές της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, ενώ το πρόγραμμα Leonardo da Vinci μπορεί να ενδιαφέρει ορισμένους τελειόφοιτους.

Erasmus

Το πρόγραμμα Δια Βίου Μάθηση / Erasmus είναι ένα ευρωπαϊκό εκπαιδευτικό πρόγραμμα που δίνει στους φοιτητές την ευκαιρία, με χορήγηση υποτροφίας κινητικότητας, να πραγματοποιήσουν μέρος των σπουδών τους ή της πρακτικής τους άσκησης σε ένα ευρωπαϊκό Ίδρυμα Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης, με πλήρη ακαδημαϊκή αναγνώριση μέσα από το δίκτυο ECTS (Ευρωπαϊκό Σύστημα Μεταφερόμενων Ακαδημαϊκών Μονάδων), να ζήσουν στο εξωτερικό, να γνωρίσουν νέους φίλους, άλλους πολιτισμούς, ήθη, έθιμα, να μάθουν ξένες γλώσσες και να δημιουργήσουν προοπτικές για τη συνέχεια των σπουδών τους και της επαγγελματικής τους σταδιοδρομίας.

Μέσω του προγράμματος ανταλλάσσονται πληροφορίες για το εκπαιδευτικό και πνευματικό δυναμικό των Τριτοβάθμιων Εκπαιδευτικών Ιδρυμάτων των κρατών-μελών της ΕΕ ενώ παγιώνεται και το πνεύμα του Ευρωπαίου Πολίτη, ο οποίος θα αποτελέσει το ευέλικτο και ευκίνητο εργατικό δυναμικό της Ε.Ε. βελτιώνοντας έτσι την ανταγωνιστικότητα και το δυναμικό καινοτομίας της.

Το πρόγραμμα LLP/Erasmus χρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση μέσω του Εθνικού Φορέα Συντονισμού, που είναι το Ίδρυμα Κρατικών Υποτροφιών (ΙΚΥ - www.iky.gr). Το ποσό της μηνιαίας υποτροφίας ποικίλει ανάλογα με τη χώρα προορισμού και διαφέρει από έτος σε έτος.

Επιλέξιμες χώρες είναι τα 27 κράτη μέλη της ΕΕ, η Ισλανδία, το Λιχνενστάιν και η Νορβηγία καθώς και η Τουρκία. Η Κροατία και η πρώην Γιουγκοσλαβική Δημοκρατία της Μακεδονίας συμμετέχουν σε προπαρασκευαστική φάση.

Συνοπτικές Γενικές Πληροφορίες για το πρόγραμμα Erasmus:

Α) ΣΠΟΥΔΕΣ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ

• Σπουδές σε Ίδρυμα Ανώτατης Εκπαίδευσης για φοιτητές
• Διάρκεια: 3 με 12 μήνες
• Πλήρης αναγνώριση του προγράμματος σπουδών αφού εκπληρωθούν οι απαιτήσεις όπως έχουν καθορισθεί στη Συμφωνία Σπουδών (Learning Agreement)
• Δεν υπάρχουν δίδακτρα στο Ίδρυμα υποδοχής
• Χρηματοδότηση: 420 ευρώ ανά μήνα κατά μέσο όρο για τους Έλληνες φοιτητές

Β) ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΑΣΚΗΣΗ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ

• Πρακτική Άσκηση φοιτητή σε επιχείρηση ή κάποιον άλλον οργανισμό υποδοχής
• Διάρκεια: 3 με 12 μήνες
• Πλήρης αναγνώριση αφού έχουν εκπληρωθεί οι απαιτήσεις όπως έχουν καθοριστεί στη Συμφωνία Πρακτικής Άσκησης
• Οργανώνεται από το Ίδρυμα αποστολής ή από Όμιλο Ιδρυμάτων και επιχειρήσεων και άλλων οργανισμών
• Χρηματοδότηση: 550 ευρώ ανά μήνα κατά μέσο όρο.

Leonardo da Vinci

Το πρόγραμμα LLP/Leonardo da Vinci βοηθά τους πολίτες της Ευρώπης να αποκτήσουν νέες δεξιότητες, γνώσεις και προσόντα και να αναγνωριστούν διασυνοριακά προκειμένου να βελτιωθεί η απασχολησιμότητά τους στις αγορές εργασίας που αλλάζουν συνεχώς. Υποστηρίζει επίσης καινοτομίες και βελτιώσεις στα συστήματα και τις πρακτικές επαγγελματικής εκπαίδευσης και κατάρτισης.

Το πρόγραμμα χρηματοδοτεί δραστηριότητες διακρατικής κινητικότητας, ευρωπαϊκά προγράμματα προσανατολισμένα στην ανάπτυξη ή τη μεταφορά καινοτομίας, καθώς επίσης και δίκτυα.

πευθύνεται σε καταρτιζόμενους κατά την αρχική επαγγελ-

ματική κατάρτιση, σε επαγγελματίες της εκπαίδευσης και κατάρτισης, σε απασχολούμενους στην αγορά εργασίας με προσόντα επαγγελματικής ή ανώτατης εκπαίδευσης καθώς επίσης και σε οποιοδήποτε φορέα που δραστηριοποιείται σε αντίστοιχους τομείς.

Αντίστοιχες είναι και οι δράσεις του προγράμματος, μία από τις οποίες αφορά την κινητικότητα των ατόμων που απασχολούνται στην αγορά εργασίας. Η εν λόγω δράση δίνει έμφαση στη μαθησιακή κινητικότητα για ανθρώπους με επαγγελματικό πτυχίο ή απόφοιτους πανεπιστημίου, είτε εργάζονται είτε όχι.

Επιλέξιμες χώρες είναι τα 27 κράτη μέλη της ΕΕ, η Ισλανδία, το Λιχτενστάιν και η Νορβηγία, η Τουρκία, η Κροατία και η πρώην Γιουγκοσλαβική Δημοκρατία της Μακεδονίας.

Σχετικά Link
για το πρόγραμμα Erasmus

1. http://www.teicrete.gr/iro/index.php?option=com_content&task=view&id=35&Itemid=36 (ΤΕΙ Κρήτης)
2. http://ec.europa.eu/education/erasmus (Ευρωπαϊκή Επιτροπή)
3. http://ec.europa.eu/education/programmes/llp/national_en.html (Ίδρυμα Κρατικών Υποτροφιών - Ελληνική Εθνική Μονάδα Προγράμματος «Δια βίου Μάθηση»)

Σχετικά Link
για το πρόγραμμα Leonardo da Vinci

1. http://ec.europa.eu/education/leonardo-da-vinci/doc1018_en.htm (Ευρωπαϊκή Επιτροπή)
2. http://www.iky.gr (Εθνική Μονάδα Συντονισμού - ΙΚΥ)
3. http://www.cedefop.europa.eu/ (European Centre for the Development of Vocational Training - Cedefop)
4. http://europa.eu.int/ploteus/portal/home.jsp (Portal on Learning Opportunities throughout the European Space – Ploteus)
5. http://europass.cedefop.europa.eu/europass/preview.action?locale_id=1 (Europass)

http://ec.europa.eu/education/policies/educ/eqf/index_en.html (European Qualifications Framework - EQF)

Σπουδές

Η φοίτηση στο τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης, του ΤΕΙ Κρήτης, διαρκεί τέσσερα χρόνια από τα οποία ένα εξάμηνο αφιερώνεται στην πρακτική άσκηση των σπουδαστών. Κάθε ακαδημαϊκός χρόνος χωρίζεται σε δύο περιόδους ή εξάμηνα: το χειμερινό (Σεπτέμβριος - Ιανουάριος) και το εαρινό (Φεβρουάριος-Ιούνιος). Από τα οκτώ συνολικά εξάμηνα που απαιτούνται για τη λήψη του πτυχίου, τα επτά πρώτα αφορούν την παρακολούθηση θεωρητικών μαθημάτων και πρακτικών εργαστηρίων, ενώ το όγδοο στην εκπόνηση της πτυχιακής εργασίας και τη διεξαγωγή της πρακτικής άσκησης.

Εγγραφές

Φοιτητές του Τ.Ε.Ι. θεωρούνται όσοι εγγράφονται σε αυτό μετά από εισαγωγή, μεταγραφή ή κατάταξη. Φοιτητής που έχει εγγραφεί και παρακολουθεί μαθήματα σε κάποιο άλλο Τ.Ε.Ι. ή Α.Ε.Ι. δεν μπορεί να είναι συγχρόνως φοιτητής και σε κάποιο άλλο τριτοβάθμιο εκπαιδευτικό ίδρυμα. Η προθεσμία εγγραφής των νεοεισερχομένων φοιτητών μέσω των πανελληνίων εξετάσεων καθορίζεται κάθε χρόνο με σχετικές υπουργικές αποφάσεις, ενώ ο χρόνος εγγραφής φοιτητών από μεταγραφή ή κατάταξη καθορίζεται με απόφαση του τμήματος.

Ανανέωση εγγραφών

Οι φοιτητές είναι υποχρεωμένοι να ανανεώνουν την εγγραφή τους κάθε εξάμηνο πριν από την έναρξη των μαθημάτων. Εκείνοι που δεν θα ανανεώσουν την εγγραφή του για δύο συνεχόμενα ή για τρία μη συνεχόμενα εξάμηνα σπουδών, διαγράφονται από τη σχολή.
Κατά την ανανέωση της εγγραφής του, ο φοιτητής υποβάλλει στη γραμματεία του τμήματος δήλωση μαθημάτων, στην οποία σημειώνει τα μαθήματα που προτίθεται να παρακολουθήσει το επόμενο εξάμηνο. Η δήλωση αυτή μπορεί να τροποποιηθεί κατά δύο το πολύ μαθήματα μέσα σε δύο βδομάδες από την έναρξη των μαθημάτων.

Αναβολή Στράτευσης

Οι φοιτητές που δεν έχουν εκπληρώσει τις στριατιωτικές τους υποχρεώσεις δικαιούνται αναβολή στράτευσης μέχρι την ολοκλήρωση των σπουδών τους. Προκειμένου να τύχει αναβολής στράτευσης ένας φοιτητής, υποχρεούται να προσκομίσει στο αρμόδιο στρατολογικό γραφείο πιστοποιητικό εγγραφής από τη γραμματεία του τμήματος. Με το πέρας των σπουδών του, οφείλει να προσκομίσει ένα πιστοποιητικό σπουδών για την διακοπή της αναβολής του.

Κατάταξη

Δικαίωμα κατάταξης στο τμήμα έχουν μόνο πτυχιούχοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης του εσωτερικού. Η διαδικασία κατάταξης, και τα ποσοστά των κατατασσόμενων ορίζονται με νόμο. Οι σχετικές πληροφορίες δίνονται από την γραμματεία του τμήματος.

Μετεγγραφή

Οι φοιτητές του τμήματος έχουν δικαίωμα μετεγγραφής στο εσωτερικό σύμφωνα με τις διατάξεις του νόμου 1404/83 (παρ 6, άρθρο 27)

Διάρκεια ακαδημαϊκού έτους

Το ακαδημαϊκό έτος αρχίζει την 1η Σεπτεμβρίου κάθε έτους και λήγει την 31η Αυγούστου του επόμενου. Το διδακτικό έτος αρχίζει την 1η Οκτωβρίου κάθε έτους, λήγει την 5 Ιουλίου του επόμενου και περιλαμβάνει δύο αυτοτελείς διδακτικές περιόδους, το χειμερινό και εαρινό εξάμηνο.
Η ακριβής ημερομηνία έναρξης και λήξης των μαθημάτων καθορίζεται κάθε χρόνο με απόφαση του Συμβουλίου του Τ.Ε.Ι.
Κάθε διδακτικό εξάμηνο περιλαμβάνει 15 πλήρεις εβδομάδες για διδασκαλία και δύο εξεταστικές περιόδους, διάρκειας δύο εβδομάδων ή κάθε μία. Η δεύτερη εξεταστική περίοδος για το εαρινό εξάμηνο γίνεται το πρώτο δεκαπενθήμερο του Σεπτεμβρίου του επόμενου διδακτικού έτους.

Εορτές – Αργίες – Διακοπές

Ημέρες αργίας είναι οι εξής:

- Από τις 24 Δεκεμβρίου έως και 2 Ιανουαρίου, δηλαδή κατά την διάρκεια των Χριστουγέννων.
- Τα Θεοφάνεια (6η Ιανουαρίου)
- Την εορτή των Τριών Ιεραρχών (30η Ιανουαρίου)
- Η Καθαρά Δευτέρα.
- Η Εθνική εορτή της 25ης Μαρτίου.
- Κατά τις διακοπές του Πάσχα, δηλαδή από την Μεγάλη Τετάρτη μέχρι και την Τετάρτη μετά το Πάσχα.
- Η εορτή του Αγίου Γεωργίου
- Η 1η Μαΐου.
- Η Εθνική εορτή της 28η Οκτωβρίου.
- Η εορτή του Αγίου Πνεύματος.
- Κατά τις διακοπές του καλοκαιριού που αρχίζουν την 6 Ιουλίου και τελειώνουν την 31η Αυγούστου.
- Την 17η Νοεμβρίου

Εξετάσεις & Βαθμολόγηση

Για την επιτυχή παρακολούθηση εργαστηριακού μαθήματος ή του εργαστηριακού μέρους μικτού μαθήματος απαιτείται ο φοιτητής να έχει εκπληρώσει επιτυχώς το 80% των ασκήσεων που πραγματοποιήθηκαν κατά τη διάρκεια του εξαμήνου. Την τελευταία εβδομάδα του εξαμήνου δύναται η εκπόνηση συμπληρωματικών εργαστηριακών ή πρακτικών ασκήσεων για όσους φοιτητές έχουν αποτύχει ή απουσιάσει μέχρι του ποσοστού 15% των ασκήσεων που πραγματοποιήθηκαν και μέχρι τη συμπλήρωση του προαναφερθέντος 80%.

Ο τρόπος αξιολόγησης του εργαστηρίου ή του εργαστηριακού ή πρακτικού μέρους μικτού μαθήματος καθορίζεται από τον αντίστοιχο τομέα, μετά από πρόταση του αρμόδιου καθηγητή.

Η αξιολόγηση του σπουδαστή στα θεωρητικά μαθήματα ή στο θεωρητικό μέρος μικτού μαθήματος γίνεται ως εξής:

1. Σε κάθε μάθημα δύναται να διεξαχθεί και ενδιάμεση αξιολόγηση (πρόοδος), της οποίας ο τρόπος και το ποσοστό συμμετοχής στον τελικό βαθμό (σε κάθε περίπτωση μεταξύ 20% και 40%) αποφασίζεται από τον αντίστοιχο τομέα και ανακοινώνεται την πρώτη εβδομάδα μαθημάτων. Ο χρόνος πραγματοποίησης της ενδιάμεσης αξιολόγησης ανακοινώνεται από τον διδάσκοντα τουλάχιστον δέκα ημέρες πριν, η δε συμμετοχή των φοιτητών σε αυτήν είναι προαιρετική.
2. Για τους σπουδαστές που δε συμμετέχουν στην ενδιάμεση αξιολόγηση, η βαθμολογία προκύπτει κατά 100% από τη συμμετοχή τους στην τελική γραπτή εξέταση.
3. Φοιτητής που δεν παρακολούθησε με επιτυχία υποχρεωτικό μάθημα πρέπει να το επαναλάβει κατά το επόμενο εξάμηνο.

Εάν ο τελικός βαθμός ενός θεωρητικού μαθήματος ή του θεωρητικού μέρους του μαθήματος έχει την ένδειξη «ανεπαρκώς», ο φοιτητής δηλώνει πάλι το μάθημα, δικαιούται όμως να λάβει μέρος μόνο στις τελικές εξετάσεις περιόδου, χωρίς να το παρακολουθήσει. Στην περίπτωση αυτή, ο βαθμός των εξετάσεων είναι και ο τελικός βαθμός του μαθήματος. Σε περίπτωση επιτυχούς παρακολούθησης ενός μόνο μέρους μικτού μαθήματος, ο βαθμός του μέρους αυτού κατοχυρώνεται και το μάθημα επαναλαμβάνεται μόνο ως προς το άλλο μέρος.

Ο τελικός βαθμός ενός μικτού μαθήματος προκύπτει από το συνυπολογισμό των βαθμών του θεωρητικού και του εργαστηριακού μέρους λαμβανομένου υπόψη των τυχών διαφορετικών συντελεστών βαρύτητας που έχουν καθοριστεί για κάθε μέρος. Η παρακολούθηση σε ένα μάθημα θεωρείται επιτυχής, εφόσον ο βαθμός και στο θεωρητικό και στο εργαστηριακό μέρος έχει την ένδειξη τουλάχιστον «καλώς».

Βαθμός πτυχίου

Ο βαθμός πτυχίου δίνεται με προσέγγιση δύο δεκαδικών ψηφίων και υπολογίζεται από τον τύπο:

$$\mathbf{B} = \frac{\delta_1\beta_1 + \delta_2\beta_2 + \ \dots \ + \delta_\nu\beta_\nu}{\delta_1 + \delta_2 + \ \dots \ + \delta_\nu}$$

Όπου β1, β2, ..., βν οι βαθμοί όλων των υποχρεωτικών και επιλογής υποχρεωτικών μαθημάτων που παρακολούθησε ο φοιτητής και δ1, δ2, ... δν οι αντίστοιχες διδακτικές μονάδες για τα μαθήματα αυτά.

Βαθμολογική Κλίμακα

0 – 3,9 : κακώς
4 – 4,9 : ανεπαρκώς
5 – 6,9 : καλώς
7 – 8,4 : λίαν καλώς
8,5 – 10 : άριστα

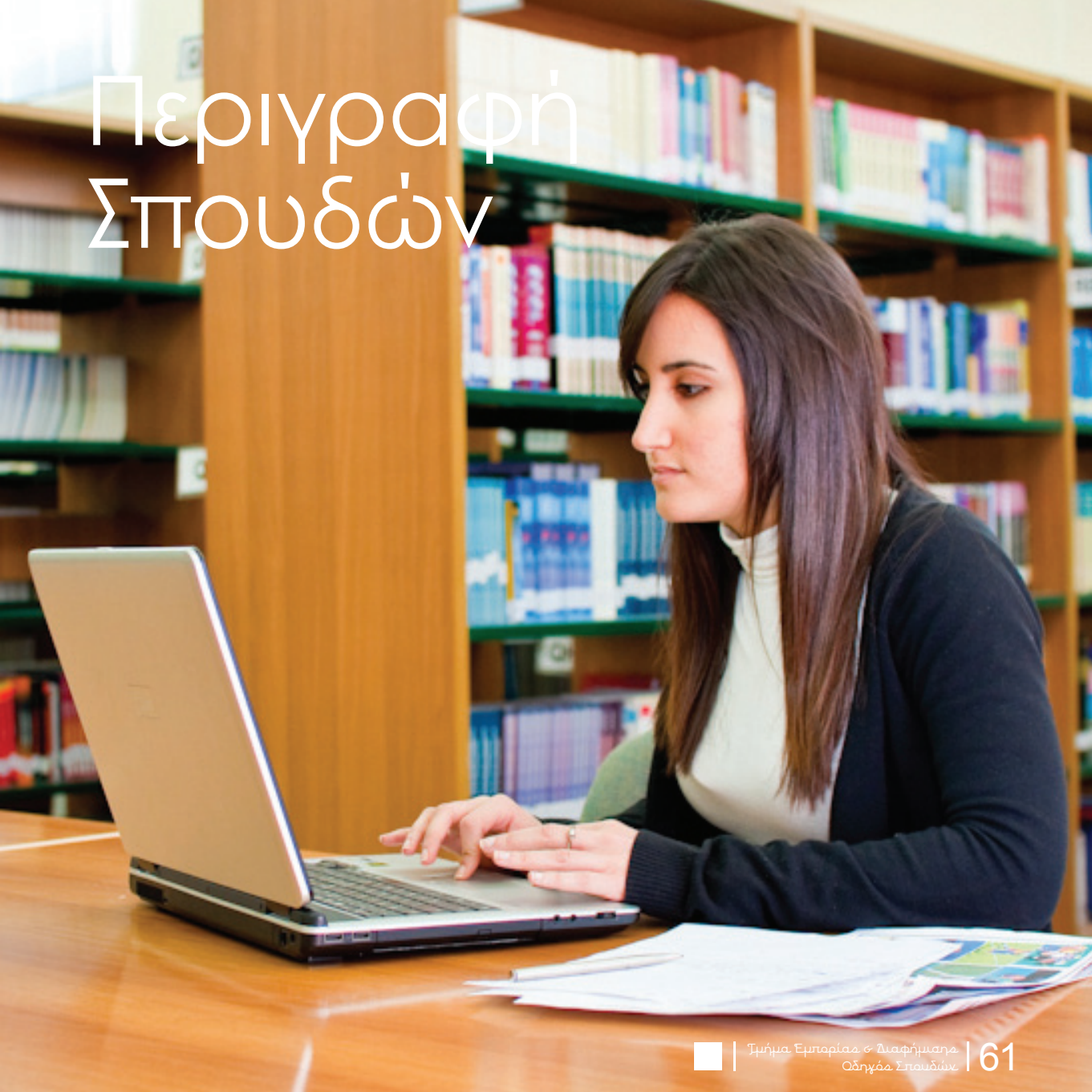
Πρόσθετες πληροφορίες

Οι Φοιτητές υποχρεούνται να παρακολουθούν τα μαθήματα του προγράμματος σπουδών τους, σύμφωνα με τη δήλωση που έχουν υποβάλει.
Εάν ο αριθμός των ωρών διδασκαλίας που πραγματοποιήθηκαν σε ένα μάθημα είναι για οποιονδήποτε λόγο μικρότερος από τα 2/3 των προβλεπόμενων από το πρόγραμμα σπουδών, συνολικών ωρών διδασκαλίας, το μάθημα αυτό θεωρείται ως μη διδακτέο.
Οι προβλεπόμενες ώρες διδασκαλίας σε κάθε εξάμηνο και για κάθε μάθημα ανακοινώνονται από τον διδάσκοντα στην αρχή κάθε εξαμήνου, με βάση το ωρολόγιο πρόγραμμα, αφού ληφθούν υπ' όψη οι ημέρες που δεν θα πραγματοποιηθούν μαθήματα κατά τη διάρκεια του εξαμήνου (επίσημες αργίες κλπ).

Σχετικά Link

Ακαδημαϊκό Ημερολόγιο
Υπολογισμός Βαθμού Πτυχίου

Περιγραφή Σπουδών



Πρόγραμμα Σπουδών

Το Πρόγραμμα Σπουδών του Τμήματος έχει διαμορφωθεί βάσει διεθνών προτύπων και σε συνάρτηση με τις ανάγκες της αγοράς, στοχεύοντας στην αποτελεσματική κατάρτιση των σπουδαστών του στο ευρύτερο αντικείμενο του μάρκετινγκ, με ιδιαίτερη έμφαση στις νέες τεχνολογίες και τη χρήση υπολογιστών.

Αξίζει σε αυτό το σημείο να σημειωθεί ότι, σύμφωνα με πρόσφατη έρευνα του Πανεπιστημίου Πειραιώς, επαγγέλματα με πολύ θετικές προοπτικές είναι ουσιαστικά εκείνα που συνδέονται με την υψηλή τεχνολογία, την πληροφορική, το διαδίκτυο και τις τηλεπικοινωνίες, ενώ, πιο συγκεκριμένα ο συνδυασμός των οικονομικών σπουδών με την καλή γνώση της πληροφορικής εμπεριέχει επίσης θετικές προοπτικές για μία καλή επαγγελματική πορεία. Εξίσου θετικές αναδεικνύονται και οι προοπτικές για πτυχιούχους με εξειδίκευση στο χώρο των τροφίμων ή του τουρισμού, τομείς που ανέκαθεν αποτελούσαν τη «βαριά βιομηχανία» της χώρας μας.

Οργάνωση Σπουδών

Το διδακτικό έργο στο Τ.Ε.Ι. κατανέμεται σε εξαμηνιαία μαθήματα που περιλαμβάνουν θεωρητική διδασκαλία, πρακτικές, φροντιστηριακές ή εργαστηριακές ασκήσεις σε χώρους εργασίας, αποσκοπώντας στην εμπέδωση και εφαρμογή της θεωρίας και την απόκτηση επαγγελματικών δεξιοτήτων. Επίσης περιλαμβάνονται σεμινάρια, επισκέψεις σε παραγωγικές εγκαταστάσεις και άλλες ανάλογες δραστηριότητες. Στο τελευταίο εξάμηνο οι φοιτητές αναλαμβάνουν πτυχιακή εργασία και πρακτική άσκηση είτε σε θέσεις του δημόσιου είτε του ιδιωτικού τομέα.

Εάν οι γνώσεις που παρέχονται σε ένα μάθημα είναι προϋπόθεση για την επιτυχή παρακολούθηση ενός άλλου μαθήματος, τότε το πρώτο μάθημα χαρακτηρίζεται ως προαπαιτούμενο του δευτέρου. Ένα μάθημα μπορεί να έχει προαπαιτούμενα, αλλά και εξαρτώμενα από αυτό, τα μαθήματα δε που συνδέονται με αυτό τον τρόπο αποτελούν τις αλυσίδες μαθημάτων.

Η διάρκεια της ωριαίας διδασκαλίας των θεωρητικών μαθημάτων και των φροντιστηριακών ασκήσεων είναι 45 λεπτά ενώ των εργαστηρίων είναι 55 λεπτά.

Μαθήματα ανά Εξάμηνο

Θ = Θεωρία
Ε = Εργαστήριο
Α.Π. = Ασκήσεις στον Πίνακα
Δ.Μ.=Διδακτικές Μονάδες
Μ.Γ.Τ.: Μάθημα Γενικού Τομέα
Μ.Α.Τ.: Μάθημα Αγροτικού Τομέα
Μ.Τ.Τ.: Μάθημα Τουριστικού Τομέα
Μ.Η.Τ.: Μάθημα Ηλεκτρονικού Τομέα

Α εξάμηνο

Α/Α	Μάθημα	Τομέας	Θ	Ε	Α.Π.	Σύνολο	Δ.Μ.
1	Αρχές Μάρκετινγκ	Μ.Γ.Κ.	3	-	1	4	6
2	Εισαγωγή στην Πληροφορική	Μ.Γ.Κ.	2	3	-	5	5
3	Αρχές Διοίκησης Επιχειρήσεων	Μ.Γ.Κ.	3	-	-	3	5
4	Μικροοικονομία	Μ.Γ.Κ.	2	-	2	4	5
5	Στοιχεία Δικαίου	Μ.Γ.Κ.	2	-	-	2	4
6	Μαθηματικά Επιχειρήσεων	Μ.Γ.Κ.	2	-	2	4	5
	Σύνολο	**-**	**14**	**3**	**5**	**22**	**30**

Β εξάμηνο

Α/Α	Μάθημα	Τομέας	Θ	Ε	Α.Π.	Σύνολο	Δ.Μ.
1	Μίγμα Μάρκετινγκ	Μ.Γ.Κ.	3	-	1	3	5
2	Συμπεριφορά Καταναλωτή	Μ.Γ.Κ.	3	-	-	3	5
3	Μακροοικονομία	Μ.Γ.Κ.	2	-	2	4	5
4	Βασικές Εφαρμογές Πληροφορικής	Μ.Γ.Κ.	2	-	3	5	5
5	Διοίκηση Ανθρωπίνου Δυναμικού	Μ.Γ.Κ.	2	-	1	3	5
6	Αρχές Λογιστικής	Μ.Γ.Κ.	2	2	-	4	5
	Σύνολο	**-**	**14**	**-**	**-**	**22**	**30**

Γ εξάμηνο

Α/Α	Μάθημα	Τομέας	Θ	Ε	Α.Π.	Σύνολο	Δ.Μ.
1	Οργάνωση & Διοίκηση Πωλήσεων	Μ.Γ.Κ.	2	-	1	3	4,5
2	Αρχές Διαφήμισης	Μ.Γ.Κ.	2	-	2	4	5
3	Βιομηχανικό Μάρκετινγκ	Μ.Γ.Κ.	3	-	-	3	5,5
4	Βάσεις Δεδομένων	Μ.Γ.Κ.	2	2	-	4	5
5	Χρηματοοικονομική Διοίκηση-Κοστολόγηση	Μ.Γ.Κ.	2	2	-	4	5
6	Εφαρμοσμένη Στατιστική Επιχειρήσεων	Μ.Γ.Κ.	2	2	-	4	5
	Σύνολο	**-**	**13**	**6**	**3**	**22**	**30**

Δ εξάμηνο

Α/Α	Μάθημα	Τομέας	Θ	Ε	Α.Π.	Σύνολο	Δ.Μ.
1	Μάρκετινγκ Λιανικού Εμπορίου	Μ.Γ.Κ.	3	-	1	3	6
2	Δημόσιες Σχέσεις-Επικοινωνία	Μ.Γ.Κ.	2	-	1	3	4,5
3	Έρευνα Αγοράς	Μ.Γ.Κ.	2	2	-	4	5
4	Δίκτυα Υπολογιστών	Μ.Γ.Κ.	2	2	1	5	5,5
5	Συστήματα Πληροφοριών Διοίκησης	Μ.Γ.Κ.	2	1	-	3	4
Δ1	Αγροτική Οικονομία	Μ.Α.Τ.	2	-	2	4	5
Δ2	Τουριστική Οικονομία	Μ.Τ.Τ.	2	-	2	4	5
Δ3	Συγχρονες Ηλεκτρονικές Επικοινωνίες	Μ.Η.Τ.	2	2	-	4	5
	Σύνολο	**-**	**17**	**7**	**7**	**30**	**40**

ε εξάμηνο

Α/Α	Μάθημα	Τομέας	Θ	Ε	Α.Π.	Σύνολο	Δ.Μ.
1	Διεθνές Μάρκετινγκ	Μ.Γ.Κ.	2	-	2	4	5
2	Logistics - Εφοδιαστική Αλυσίδα	Μ.Γ.Κ.	2	-	2	4	5
3	Προγραμματισμός Επενδύσεων	Μ.Γ.Κ.	2	-	1	3	4,5
4	Ορολογία Μάρκετινγκ (Αγγλικά)	Μ.Γ.Κ.	2	-	2	4	4
5	Προγραμματισμός στο Διαδίκτυο	Μ.Γ.Κ.	2	3	-	5	5,5
Ε1	Μάρκετινγκ Αγροτικών Προϊόντων	Μ.Α.Τ.	2	-	2	4	5
Ε2	Τουριστικό Μάρκετινγκ	Μ.Τ.Τ.	2	-	2	4	5
Ε3	Αρχιτεκτονική Ηλεκτρονικού Εμπορίου	Μ.Η.Τ.	2	-	2	4	5
	Σύνολο	**-**	**16**	**3**	**13**	**32**	**40**

5ο εξάμηνο

Α/Α	Μάθημα	Τομέας	Θ	Ε	Α.Π.	Σύνολο	Δ.Μ.
1	Διαφημιστική Εκστρατία	Μ.Γ.Κ.	3	-	3	6	7,5
2	B2B Μάρκετινγκ	Μ.Γ.Κ.	2	2	-	4	5,5
3	Διοίκηση Ολικής Ποιότητας	Μ.Γ.Κ.	3	-	-	3	6
ΣΤ1	Μεταποίηση Αγροτικών Προϊόντων	Μ.Α.Τ.	2	-	3	5	5,5
ΣΤ2	Διαχείριση Φυσικών Πόρων & Περιβάλλοντος	Μ.Α.Τ.	2	-	3	5	5,5
ΣΤ3	Σχεδιασμός Τουριστικής Ανάπτυξης	Μ.Τ.Τ.	2	-	3	5	5,5
ΣΤ4	Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού	Μ.Τ.Τ.	2	-	3	5	5,5
ΣΤ5	Εφαρμογές Πολυμέσων στο Marketing	Μ.Η.Τ.	2	3	-	5	5,5
ΣΤ6	Εφαρμογές Ηλεκτρονικού Εμπορίου	Μ.Η.Τ.	2	3	-	5	5,5
	Σύνολο	**-**	**20**	**6**	**15**	**43**	**52**

7ο εξάμηνο

Α/Α	Μάθημα	Τομέας	Θ	Ε	Α.Π.	Σύνολο	Δ.Μ.
1	Στρατηγικό Μάρκετινγκ	Μ.Γ.Κ.	3	-	2	5	7
2	Σεμινάριο Τελειόφοιτων	Μ.Γ.Κ.	3	-	2	5	6,5
3	Επιχειρησιακή Έρευνα	Μ.Γ.Κ.	3	2	-	5	6,5
4	Ποιότητα Υγιεινής & Ασφάλειας Τροφίμων	Μ.Α.Τ.	2	2	-	4	5
5	Συστήματα Υποστήριξης Αποφάσεων στον Αγροτικό Τομέα	Μ.Α.Τ.	2	2	-	4	5
ΣΤ1	Μάρκετινγκ Τουριστικών Προορισμών	Μ.Τ.Τ.	2	-	2	4	5
ΣΤ2	Διαφήμιση & Προώθηση Τουριστικών Υπηρεσιών	Μ.Τ.Τ.	2	-	2	4	5
ΣΤ3	Ηλεκτρονικές Αγορές & Υπηρεσίες	Μ.Η.Τ.	2	2	-	4	5
ΣΤ4	Ηλεκτρονικές Συναλλαγές & Ασφάλεια	Μ.Η.Τ.	2	2	-	4	5
	Σύνολο	**-**	**21**	**10**	**8**	**39**	**50**

8ο εξάμηνο

Α/Α	Μάθημα	Τομέας	Θ	Ε	Α.Π.	Σύνολο	Δ.Μ.
1	Πτυχιακή Εργασία	-	-	-	-	-	20
2	Πρακτική Εργασία	-	-	-	-	-	10
	Σύνολο	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**30**

Γενικός Τομέας
σελίδα 67

Ηλεκτρονικός Τομέας
σελίδα 68

Τουριστικός Τομέας
σελίδα 69

Αγροτικός Τομέας
σελίδα 70

Γενικός Τομέας | Γ

Η δομή της εκπαιδευτικής και της διαδικασίας μάθησης στο Τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης στηρίζεται σε δυο άξονες, στις διαλέξεις κάθε μαθήματος, που περιλαμβάνουν πρακτικές ή θεωρητικές εργασίες και στις εξετάσεις που δίνουν οι φοιτητές στο τέλος κάθε εξαμήνου.
Με βάση τα διεθνή πρότυπα σπουδών οι φοιτητές καλούνται να ανταπεξέλθουν σε πληθώρα μαθημάτων είτε υποχρεωτικά είτε της επιλογής τους. Οι βασικοί άξονες στοχεύουν στο να προσφέρουν στους φοιτητές ένα βασικό θεωρητικό υπόβαθρο στο πεδίο του Μάρκετινγκ, το οποίο θα αξιοποιήσουν στη μετέπειτα ακαδημαϊκή ή επαγγελματική τους πορεία. Τα μαθήματα σχετικά με την επικοινωνία, την έρευνα αγοράς, τη συμπεριφορά του καταναλωτή, την πληροφορική, τις βασικές δομές και διαστάσεις του οικονομικού συστήματος καθώς και γνώση για τις λειτουργίες της επιχείρησης αποτελούν προϋπόθεση για τη σωστή εφαρμογή και χρήση του Μάρκετινγκ.
Σκοπός μας είναι ένα ισορροπημένο πρόγραμμα σπουδών που στηρίζεται εξίσου στην ακαδημαϊκή μελέτη, στην προσωπική εξέλιξη του φοιτητή και στην καλλιέργεια δεξιοτήτων σχετικών με τις σύγχρονες πρακτικές του Μάρκετινγκ στον επιχειρηματικό κόσμο, σε συνδυασμό με την πολύτιμη εργασιακή εμπειρία από την πρακτική άσκηση.
Οι σπουδαστές αναπτύσσουν σημαντικές δεξιότητες μέσα από την παρακολούθηση των διαφορετικών μαθημάτων, την πραγματοποίηση εργασιών εντός συγκεκριμένων προθεσμιών και τη σύσταση ομάδων εργασίας. Στόχος, η συνεργασία, η αποτελεσματικότητα και η αποδοτικότητα, βασικά προσόντα στο σύγχρονο ανταγωνιστικό και γεμάτο προκλήσεις επαγγελματικό περιβά λλον..

Η Τομέας Ηλεκτρονικού Μάρκετινγκ

Το Ηλεκτρονικό Μάρκετινγκ και το Ηλεκτρονικό Εμπόριο αποτελούν δύο νέους τομείς του γενικότερου πλαισίου του μάρκετινγκ, με καινοτόμες εφαρμογές που ακολουθούν τις εξελίξεις της τεχνολογίας, αλλά και τις αλλαγές στις ανάγκες των σύγχρονων καταναλωτών. Σε αυτόν τον τομέα, οι φοιτητές σταδιακά:

- Θα έρθουν σε επαφή με τα σύγχρονα μέσα ηλεκτρονικής επικοινωνίας εστιάζοντας στις δυνατότητες, στις ιδιαιτερότητές τους αλλά και στη σύνδεσή τους με τον τομέα του μάρκετινγκ
- Θα κατανοήσουν και θα εφαρμόσουν θεωρητικά και πρακτικά τις αρχές μάρκετινγκ στο χώρο του διαδικτύου, αλλά και θα διδαχθούν τη σημασία του ηλεκτρονικού εμπορίου στη διαμόρφωση της παγκόσμιας αγοράς.
- Θα ανακαλύψουν την έννοια του ηλεκτρονικού επι-χειρείν, τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματά του, αλλά και τους κινδύνους που ελλοχεύουν κατά την εφαρμογή του, με ταυτόχρονη μελέτη συγκεκριμένων επιχειρηματικών κλάδων, π.χ. τραπεζικού, αγροτικού, τουριστικού.
- Θα κατανοήσουν τα πολυμεσικά συστήματα και τις εφαρμογές τους στο μάρκετινγκ, θα ενημερωθούν για εφαρμογές που ήδη δρομολογούνται και θα προσπαθήσουν να παράξουν νέες ιδέες και προοπτικές
- Θα είναι σε θέση να αντιλαμβάνονται την έννοια της διασφάλισης της πληροφορίας, τους κώδικες διόρθωσης των λαθών κατά την μετάδοση και αποθήκευσή της αλλά και τη λειτουργία των κρυπτογραφικών συστημάτων.

Τομέας Τουριστικού Μάρκετινγκ | Τ

Το Τουριστικό Μάρκετινγκ ως βασικό εργαλείο, κινητήρια δύναμη και μέρος του γενικότερου τομέα του τουρισμού, αποτελεί ένα δυνατό χαρτί για την ανάπτυξη, την ευημερία αλλά και την προώθηση της χώρας μας. Έτσι, οι φοιτητές που επιλέγουν να εξειδικευτούν στον τομέα του τουριστικού μάρκετινγκ :

- Θα αντιληφθούν τη σημασία αλλά και τη σπουδαιότητα του ρόλου του μάρκετινγκ στον τουριστικό τομέα γενικότερα και στην ανάπτυξη των τουριστικών επιχειρήσεων
- Θα κατανοήσουν τη βαρύτητα αλλά και τη σημασία του τουριστικού τομέα στη ανάπτυξη της εθνικής οικονομίας.
- Θα μελετήσουν την αναγκαιότητα του τουριστικού μάρκετινγκ στην προώθηση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, που αποτελούν το πλαίσιο μιας νέας πιο ήπιας μορφής ανάπτυξης εναρμονισμένης με το φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον του κάθε τόπου.
- Θα γνωρίσουν τις διαδικασίες που απαιτούνται για τον τουριστικό σχεδιασμό και την ανάπτυξη ενός τουριστικού προορισμού, αλλά και τις επιπλοκές που ανακύπτουν σε οικονομικό, κοινωνικό, πολιτιστικό και περιβαλλοντικό επίπεδο.
- Θα διαγνώσουν την αναγκαιότητα υιοθέτησης του ρόλου και των στρατηγικών μάρκετινγκ από τους τοπικούς φορείς τουρισμού.
- Θα μάθουν να χρησιμοποιούν μεθόδους και τεχνικές επικοινωνίας και πληροφόρησης, να αξιολογούν και να οργανώνουν μια διαφημιστική καμπάνια, να ανακαλύπτουν και να προτείνουν εναλλακτικούς τρόπους προώθησης ενός τουριστικού προϊόντος/υπηρεσίας ή προορισμού.

A Τομέας Αγροτικού Μάρκετινγκ

Οι φοιτητές που επιλέγουν τον τομέα του Αγροτικού Μάρκετινγκ, ένα καινούργιο και με γρήγορη εξέλιξη πεδίο του τομέα του μάρκετινγκ, θα έχουν τη δυνατότητα :

- Να κατανοήσουν τις ιδιαιτερότητες του Μάρκετινγκ στα αγροτικά προϊόντα.
- Να μελετήσουν τις συνθήκες εμπορίας αυτών τόσο στην εγχώρια όσο και στην ευρωπαϊκή και διεθνή αγορά.
- Να αναγνωρίσουν τη σπουδαιότητα του αγροτικού τομέα στην ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας.
- Να έρθουν σε επαφή και να γνωρίσουν τον τομέα της μεταποίησης, εμπορίας και διανομής των αγροτικών προϊόντων.
- Να αξιολογήσουν τη σημασία της ορθής διαχείρισης των φυσικών πόρων στους τομείς της παραγωγής και της εμπορίας των αγροτικών προϊόντων.
- Να αντιληφθούν τη σημασία της έννοιας της ποιότητας και της υγιεινής των τροφίμων αλλά και να γνωρίσουν τα συστήματα που τη διασφαλίζουν με τελικό σκοπό την ικανοποίηση των απαιτήσεων της αγοράς.
- Να λάβουν γνώση των ζητημάτων και παραγόντων που καθορίζουν τη διαδικασία λήψης αποφάσεων των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον αγροτικό τομέα.

Πτυχιακή

Η πτυχιακή εργασία εκπονείται από τους σπουδαστές του Τμήματος στο 8ο εξάμηνο των σπουδών τους, με σκοπό την ολοκλήρωση των γνώσεων τους και την παρουσίαση των ικανοτήτων τους στην επεξεργασία αυτοτελών θεμάτων της επιστήμης και τεχνολογίας του Μάρκετινγκ. Αποτελεί υποχρεωτικό μάθημα του προγράμματος σπουδών του Τμήματος, διεξάγεται με την επίβλεψη εκπαιδευτικού προσωπικού και επικεντρώνεται στην εφαρμογή των γνωστικών αντικειμένων του Τμήματος.

Με την εκπόνηση της πτυχιακής εργασίας ο φοιτητής μαθαίνει:

- Να σχεδιάζει, να προγραμματίζει, να παρακολουθεί και να ελέγχει την εξέλιξη της εργασίας.
- Να εντοπίζει και να χρησιμοποιεί αποτελεσματικά τους πόρους πληροφοριών του.
- Να χρησιμοποιεί συνδυαστικά τις γνώσεις, τα εργαλεία και τις τεχνικές που έχει διδαχθεί.
- Να υποστηρίζει τις απόψεις και τις ιδέες του.
- Να παρουσιάζει τα ευρήματα και τα επιτεύγματά του με διάφορους τρόπους.
- Να λειτουργεί και να εργάζεται μεθοδικά, χρησιμοποιώντας συνδυαστική σκέψη.
- Να ενισχύει το πνεύμα συνεργασίας σε περίπτωση που δύο φοιτητές εργάζονται με την ίδια πτυχιακή.

Βασική θέση του Τμήματος είναι ότι η εκπόνηση πτυχιακής εργασίας αποτελεί μια διαδικασία εξαιρετικά σημαντική τόσο για τη μετέπειτα εξέλιξη των φοιτητών του, όσο για τη συνολική εικόνα των επιστημονικών/ακαδημαϊκών εκροών του Τμήματος. Βάσει αυτής της συλλογιστικής, δίνεται ιδιαίτερο βάρος στην εξοικείωση των φοιτητών με τη φιλοσοφία και μεθοδολογία της επιστημονικής έρευνας, βάσει διεθνών προτύπων και συστημάτων βιβλιογραφικών αναφορών. Είναι χαρακτηριστικό ότι από το Α΄ Εξάμηνο οι φοιτητές του Τμήματος εκπονούν θεωρητικές εργασίες βάσει του συστήματος βιβλιογραφικών αναφορών Harvard (που χρησιμοποιείται διεθνώς στο ευρύτερο αντικείμενο της διοίκησης και οικονομίας) προκειμένου να εξοικειωθούν με τις αρχές της δευτερογενούς έρευνας. Επιπρόσθετα, μέσω των μαθημάτων «Εφαρμοσμένη Στατιστική Επιχειρήσεων» του Γ΄ Εξαμήνου και «Έρευνα Αγοράς» του Δ΄ Εξαμήνου οι φοιτητές εκπαιδεύονται στη λογική της ποσοτικής έρευνας και της χρήσης εξειδικευμένων προγραμμάτων διαχείρισης στατιστικών δεδομένων, προκειμένου να είναι σε θέση να αναλύσουν αποτελεσματικά τα ποσοτικά στοιχεία της έρευνάς τους. Τέλος, στο μάθημα «Σεμινάριο Τελειοφοίτων» του Ζ΄ Εξαμήνου, οι φοιτητές εκπαιδεύονται στη μεθοδολογία επιστημονικής έρευνας και μέσω παραδειγμάτων, μελετών περίπτωσης, επιτόπιων ασκήσεων και υποχρεωτικής εργασίας, εξοικειώνονται αποτελεσματικά με τα αντίστοιχα διεθνή πρότυπα και τη συγγραφή πτυχιακών και άλλων επιστημονικών εργασιών.

Τα τακτικά μέλη του Εκπαιδευτικού Προσωπικού και οι Επιστημονικοί, Εργαστηριακοί Συνεργάτες που διδάσκουν στο Τμήμα προτείνουν, θέματα πτυχιακών εργασιών προς εκπόνηση στη διάρκεια του εξαμήνου αυτού, τα οποία εγκρίνονται από τις Γενικές Συνελεύσεις των Τομέων. Τα θέματα των πτυχιακών εργασιών πρέπει να είναι σχετικά με τα γνωστικά αντικείμενα που διδάσκονται στο Τμήμα, με προτεραιότητα σε θέματα εφαρμογής. Σε περίπτωση ανάθεσης κάποιου από τα προτεινόμενα θέματα σε συγκεκριμένο φοιτητή, επιβλέπων καθηγητής είναι ο εκπαιδευτικός που πρότεινε το θέμα της πτυχιακής εργασίας. Για την εκπόνηση της πτυχιακής εργασίας χρησιμοποιούνται, εφόσον είναι απαραίτητα, οι χώροι και ο εξοπλισμός, καθώς επίσης τυχόν αναγκαία οικονομικά μέσα του Τ.Ε.Ι. Κρήτης. Επίσης, η πτυχιακή εργασία μπορεί να πραγματοποιηθεί και εκτός Τ.Ε.Ι., σε οργανισμούς, ιδρύματα, επιχειρήσεις κτλ.

Πρόσθετες πληροφορίες

Κοινό θέμα πτυχιακής εργασίας μπορεί να ανατεθεί και σε ομάδα σπουδαστών όχι άνω των τριών (3) ατόμων.

Για την επίβλεψη πτυχιακών εργασιών, οι διδάσκοντες του Τμήματος ορίζουν στο ωρολόγιο πρόγραμμα συγκεκριμένες διδακτικές ώρες συνεργασίας με τους σπουδαστές.

Αλλαγή θέματος πτυχιακής εργασίας επιτρέπεται μετά από κοινή αίτηση του φοιτητή και του επιβλέποντα καθηγητή και απόφαση του Συμβουλίου του Τμήματος.

Εφόσον οι πτυχιακές εργασίες που προτείνονται από τους υπεύθυνους εκπαιδευτικούς δεν επαρκούν, σύμφωνα με τις αιτήσεις των σπουδαστών που θέλουν και δικαιούνται να ανα-

Πνευματικά Δικαιώματα

Τα πνευματικά δικαιώματα ανήκουν σε αυτούς που συνέβαλαν στην εκπόνηση της πτυχιακής εργασίας δηλαδή στον (ους) σπουδαστή (ές), τον επιβλέποντα καθηγητή και το Τ.Ε.Ι.

λάβουν πτυχιακή εργασία, τότε πτυχιακή θα αναλαμβάνουν κατά προτεραιότητα οι σπουδαστές οι οποίοι έχουν παρακολουθήσει με επιτυχία τις περισσότερες ώρες μαθημάτων.
Μετά την ολοκλήρωση της πτυχιακής εργασίας, αυτή υποβάλλεται και καταχωρείται στη Γραμματεία του Τμήματος. Έπειτα, το Συμβούλιο του Τμήματος ορίζει ημερομηνία μέσα στη διάρκεια των μαθημάτων, κατά την οποία γίνεται η παρουσίαση.
Οι φοιτητές έχουν πλήρη πρόσβαση σε όλες τις σχετικές πληροφορίες, καθώς μέσω του ιστότοπου του Τμήματος είναι διαθέσιμα ο Κανονισμός Πτυχιακής, η δομή της και όλα τα απαραίτητα έγγραφα που πρέπει να συμπληρωθούν και να κατατεθούν στη Γραμματεία του Τμήματος, προκειμένου να ξεκινήσει η διαδικασία εκπόνησης της πτυχιακής εργασίας.

Διάρκεια Εκπόνησης Πτυχιακής
Η ανάθεση της πτυχιακής εργασίας μπορεί να γίνει στα τρία τελευταία εξάμηνα σπουδών. Η διάρκεια εκπόνησης της πτυχιακής εργασίας ορίζεται στο ένα (1) εξάμηνο. Σε περίπτωση που παρουσιαστεί ανάγκη παράτασης

του χρονικού ορίζοντα εκπόνησης της πτυχιακής εργασίας, ο επιβλέπον καθηγητής σε συνεργασία με τον φοιτητή υποχρεούνται να ενημερώσουν τον (την) υπεύθυνο εκπαιδευτικής διαδικασίας, καθώς και την επιτροπή έγκρισης των πτυχιακών εργασιών έγγραφη κατάθεση των λόγων παράτασης.

Πρακτική

Η πρακτική άσκηση είναι υποχρεωτική για όλους τους φοιτητές του Τμήματος Εμπορίας και Διαφήμισης του Τ.Ε.Ι. Κρήτης και η διάρκεια της ορίζεται σε έξι (6) μήνες για όλους τους φοιτητές και πραγματοποιείται το 8ο εξάμηνο και εφόσον ο φοιτητής έχει παρακολουθήσει με επιτυχία τα 2/3 του συνόλου των μαθημάτων του προγράμματος σπουδών και όλα τα μαθήματα ειδικότητας του τομέα του πλην ενός. Η πρακτική άσκηση πραγματοποιείται τόσο στο δημόσιο όσο και στον ιδιωτικό τομέα, καθώς επίσης σε τεχνολογικά ιδρύματα ή επιχειρήσεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης στα πλαίσια του προγράμματος Leonardo.

Οι φοιτητές του Τμήματος Εμπορίας και Διαφήμισης ενημερώνονται για την πρακτική άσκηση, τις παραμέτρους και την αξία της, ήδη από το πρώτο εξάμηνο των σπουδών τους. Η ιδιαίτερα στενή σχέση του Προγράμματος Σπουδών με τα δεδομένα της αγοράς εργασίας και τις ανάγκες της, αποτελεί σημαντικό παράγοντα θετικής επιρροής ως προς την αντίληψη των φοιτητών σχετικά με την αξία της πρακτικής άσκησης. Οι φοιτητές συνειδητοποιούν από νωρίς ότι η πρακτική άσκηση αποτελεί μια εξαιρετικά σημαντική εμπειρία που θα τους δώσει την ευκαιρία να δοκιμάσουν τις ικανότητές τους, να αποκομίσουν σημαντικές γνώσεις και να αποκτήσουν δεξιότητες που θα τους διασφαλίσουν ομαλότητα και εξέλιξη στην επαγγελματική τους πορεία.

Το γεγονός ότι σημαντικό ποσοστό των φοιτητών του Τμήματος δέχεται προτάσεις μόνιμης συνεργασίας αμέσως μετά το πέρας της πρακτικής άσκησης, καθώς και το γεγονός ότι η καλή φήμη των αποφοίτων του Τμήματος εγγυάται την απρόσκοπτη και αυξανόμενη ζήτηση από τον επιχειρηματικό κόσμο, αποτελεί εξαιρετικό κίνητρο για τους υπολοίπους.

Επιπλέον, όπως προαναφέρθηκε, το http://alumni.emark.teicrete.gr αποτελεί σημαντικό επικοινωνιακό κόμβο μεταξύ αποφοίτων, φοιτητών που απασχολούνται ήδη από οργανισμούς πάσης φύσεως στο πλαίσιο της πρακτικής τους άσκησης και φοιτητών που αναζητούν περισσότερες πληροφορίες για τη διαδικασία αυτή καθ' εαυτή. Ως εκ τούτου υπάρχει διαρκής διάχυση σχετικής πληροφορίας, γεγονός που μάλλον αυξάνει περαιτέρω το ενδιαφέρον της φοιτητικής κοινότητας.

Πρέπει επίσης να τονιστεί ότι και κατά τη διάρκεια των περισσοτέρων μαθημάτων, οι φοιτητές εκπαιδεύονται σε ό,τι αφορά τις συνθήκες, τους ρυθμούς και το πλαίσιο της εργασίας στον «πραγματικό» κόσμο, γεγονός που συμβάλλει

στη δημιουργία επαγγελματικής συνείδησης και συμπεριφοράς. Ο θεσμός της πρακτικής άσκησης δεν εκλαμβάνεται ως «αγγαρεία» ή ευκαιρία για χαλάρωση, αλλά ως ένα σημαντικότατο στάδιο της εξέλιξής τους που μπορεί να κρίνει τη μετέπειτα πορεία τους. Για το λόγο αυτό, η συντριπτική πλειοψηφία των φοιτητών του Τμήματος επιλέγει θέσεις πρακτικής άσκησης με υψηλές απαιτήσεις, προκειμένου να αξιοποιήσουν κατά το δυνατόν τον θεσμό.

Τα μέχρι τώρα αποτελέσματα κρίνονται ως πολύ ικανοποιητικά, καθώς στα 2/3 περίπου των φοιτητών που ολοκληρώνουν την πρακτική τους άσκηση προτείνεται παράταση ή έναρξη συνεργασίας με νέους, καλύτερους όρους.

Μέσω της συχνής τηλεφωνικής και ηλεκτρονικής επικοινωνίας με τους φοιτητές, το Γραφείο Διασύνδεσης αξιολογεί και επί της ουσίας τα αποτελέσματα της πρακτικής άσκησης. Η γενική διαπίστωση που προκύπτει από το σύνολο των συνομιλιών επιβεβαιώνει το γεγονός ότι οι φοιτητές του Τμήματος είναι ικανοποιημένοι από την πρακτική τους άσκηση, αποκομίζουν νέες γνώσεις και αξιοποιούν αποτελεσματικά τις ήδη υπάρχουσες. Το γεγονός αυτό τους δίνει μεγαλύτερη αίσθηση ασφάλειας και αυτοπεποίθηση για τη μελλοντική τους πορεία.

Ταυτόχρονα, οι φοιτητές διαπιστώνουν ότι η πολιτική και στρατηγική του Τμήματος στο να τους βάλει σε «επαγγελματικό κλίμα» από νωρίς έχει όντως αποτέλεσμα, καθώς δεν εμφανίζουν προβλήματα προσαρμογής στον επαγγελματικό τους χώρο και είναι ιδιαίτερα παραγωγικοί.

Το αντικείμενο απασχόλησης κατά την πρακτική άσκηση συνδέεται με την εκπόνηση πτυχιακής εργασίας μόνο στην περίπτωση που αυτό κριθεί επιστημονικά ορθό, με αξία για τον φοιτητή και άμεσα σχετιζόμενο με τον ακαδημαϊκό προσανατολισμό του Τμήματος και την αγορά εργασίας. Στην περίπτωση που δεν πληρούνται τα παραπάνω κριτήρια, δεν συνδέεται το αντικείμενο απασχόλησης κατά την πρακτική άσκηση με την εκπόνηση πτυχιακής εργασίας.

Σχετικά Link

Πρόγραμμα Σπουδών
Τομείς & Κατευθύνσεις
Τομέας Ηλεκτρονικού Marketing
Τομέας Τουριστικού Marketing
Τομέας Αγροτικού Marketing
Πτυχιακές
Οδηγός Πρακτικής Άσκησης
Εμπειρίες Φοιτητών

Πρακτική: Εμπειρίες Φοιτητών

Με το «μπλα μπλα» έχω ένα θέμα. Ενώ «το 'χω» δεν μου βγαίνει πάντα και παντού. Σαν κακό παιδάκι ,λοιπόν, και εγώ εφοδιασμένο με ὀοοολα τα καλά από το τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης της Ιεράπετρας, ήρθα ένα καλό πρωινό στην Wizworks για δουλειά.. Οι πρώτες μέρες ήταν περίεργες και μια χαρά θα μου ταίριαζε ο τίτλος «χαζή»... κάτι το φαξ που κολλούσε συνεχώς, κάτι το τηλεφωνικό κέντρο που (άσε δεν το 'χω λόγω μνήμης) .... Anyway... Να πω το εξής και εγώ.. ταπεινή μου άποψη είναι πως σε μια δουλειά (πρώτη, δεύτερη... χιλιοστή) μάθε να εκπλήσσεις ευχάριστα τους συνεργάτες σου με ιδέες και γενικότερα με την στάση σου.. Πάντα αναγνωρίζεται η αξία του οποιαδήποτε κάποιου.. Αισθάνομαι πολύ τυχερή και ασφαλής στο περιβάλλον που συνεχίζω να εργάζομαι (....και τώρα ένα δάκρυ κυλά)... και μου αρέσει που μαθαίνω κάθε μέρα κάτι παραπάνω!

Καλαντζή Σοφία
WIZWORKS - Αθήνα

Όσον αφορά την εμπειρία μου κατά τη διάρκεια της πρακτικής μου άσκησης, ήταν απίστευτα καλή!! Στην εφημερίδα με αντιμετώπιζαν σαν συνάδελφό τους και όχι σαν ένα ακόμη άτομο που κάνει πρακτική... Πέρασα πολύ καλά και έμαθα, αλλά και δημιούργησα φιλικές σχέσεις με τα άτομα που εργάζονταν εκεί.. Σε γενικές γραμμές έμεινα πολύ ευχαριστημένη γιατί έκανα μια καλή πρακτική στην μεγαλύτερη εφημερίδα του Ηρακλείου, πέρασα καλά και έμαθα..

Βορδοναράκη Ελισάβετ
(ΕΚΔΟΣΕΙΣ Α. ΜΥΚΩΝΙΑΤΗΣ ΑΕ – Εφημερίδα ΠΑΤΡΙΣ – Ηράκλειο)

Την πρακτική μου την πραγματοποίησα στον Όμιλο Σαρακάκη, μία από τις μεγαλύτερες εταιρείες στο χώρο της αυτοκινητοβιομηχανίας. Τον πρώτο καιρό ήμουν στο Τμήμα των Λιανικών πωλήσεων και εκτελούσα χρέη βοηθού διευθυντή λιανικών πωλήσεων. Στον 3ο μήνα της πρακτικής μου μεταφέρθηκα στο Τμήμα Εταιρικής Επικοινωνίας το οποίο έχει και άμεση σχέση με το αντικείμενο το οποίο σπούδασα. Στο τμήμα αυτό διοργανώναμε Events τα οποία είχαν άμεση σχέση με τον Όμιλο και περισσότερο με την προώθηση των αυτοκινήτων και άλλων προϊόντων (μηχανές θαλάσσης, φορτηγά, λεωφορεία κ.λ.π.) σε όλη την Ελλάδα αλλά και παγκοσμίως.

Σταματελάτου Γιώτα
ΑΦΟΙ ΣΑΡΑΚΑΚΗ ΑΕΒΕ – Αθήνα

Μαθήματα

Εξάμηνο Α΄

Γ

Αρχές Marketing

Σκοπός του μαθήματος
Η Εισαγωγή στις βασικές έννοιες του Μάρκετινγκ και της σημασίας του στην λειτουργία και την ανάπτυξη των επιχειρήσεων. Το αντικείμενο, η πρακτική και η θεωρητική σημασία του και η συμβολή του στην κατανόηση και αλληλεπίδραση της αγοράς και των επιχειρήσεων.

Περίγραμμα ύλης
Ο ρόλος του Μάρκετινγκ στις επιχειρήσεις, το σύστημα marketing, το περιβάλλον μάρκετινγκ. Καταναλωτική/Βιομηχανική αγορά και αγοραστική συμπεριφορά. Τμηματοποίηση αγοράς και τοποθέτηση προϊόντος. Έρευνα αγοράς και τοποθέτηση προϊόντος. Έρευνα αγοράς και μάρκετινγκ, μίγμα μάρκετινγκ (προϊόν, τιμή, διάθεση, προβολή και προώθηση). Στρατηγικό μάρκετινγκ, σχεδιασμός, οργάνωση και έλεγχος μάρκετινγκ. Ανάλυση περιπτώσεων για κατανόηση της επιστήμης του μάρκετινγκ και των αντικειμένων της.

Γ

Αρχές Διοίκησης Επιχειρήσεων

Σκοπός του μαθήματος
Κύριος σκοπός του μαθήματος είναι να αποκτήσουν οι φοιτητές τις βασικές γνώσεις για τις αρχές διοίκησης των επιχειρήσεων και τις κατάλληλες δεξιότητες.

Περιγραφή ύλης
Η επιχείρηση ως οικονομική οργάνωση. Η επιχείρηση ως θεσμός. Η επιχείρηση ως κοινωνικό-τεχνικό σύστημα. Θεωρίες Επιχείρησης. Επιχειρησιακοί στόχοι. Το περιβάλλον της Επιχείρησης. Μορφές και τομείς επιχειρησιακής δράσης. Επιχειρησιακές λειτουργίες, Management και λειτουργίες. Διοικητικά στελέχη. Εισαγωγή στη λήψη αποφάσεων. Εισαγωγή στα συστήματα διοίκησης. Σύντομη ιστορία ανασκόπησης της διοικητικής επιστήμης: από τον Ξενοφώντα στην μοντελοποίηση των επιχειρηματικών διαδικασιών. Διαδικασία της διοίκησης: προγραμματισμός, οργάνωση, διεύθυνση και έλεγχος. Συζήτηση πρακτικών παραδειγμάτων και σύγχρονων τάσεων και εξελίξεων.

Γ

Εισαγωγή στην Πληροφορική

Σκοπός του μαθήματος
Η απόκτηση γνώσεων σχετικά με τους Η/Υ και την εξέλιξη του software όσο και του hardware που τους συνοδεύουν. Η πλήρη γνώση χειρισμού κεντρικού υπολογιστή και των περιφερειακών καθώς και η βασική γνώση των λειτουργικών συστημάτων με έμφαση στα Windows, δεδομένου ότι όλα τα πακέτα λογισμικών που διδάσκονται στα επόμενα εξάμηνα λειτουργούν σε περιβάλλον Windows.

Περιγραφή ύλης
Ο υπολογιστής ως μέσον ανάπτυξης επιχειρηματικών δραστηριοτήτων. Ιστορία της εξέλιξης των υπολογιστών, εξοπλισμός (hardware), λογισμικό (software). Λειτουργικά συστήματα και η εξέλιξη τους, μαγνητικά μέσα αποθήκευσης, βασικές αρχές προγραμματισμού, λογικά διαγράμματα και αλγόριθμοι. Επικοινωνία υπολογιστών, με χρήση διαδικτύου και εφαρμογών επικοινωνίας. Βασικές εφαρμογές του λειτουργικού συστήματος υπολογιστή (διαχείρηση αρχείων, web browser, συμπίεση αρχείου, e-mail, text editor, εκτυπώσεις, κ.λ.π..)

Γ

Μικρο-Οικονομία

Σκοπός του μαθήματος
Η εκ του σύνεγγυς μικροοικονομική προσέγγιση των οικονομικών προβλημάτων από την σκοπιά του καταναλωτή, του εργαζόμενου και του επιχειρηματία που δρα ατομικά στην οικονομία καθώς και η ανάλυση των αγορών προϊόντων (ανταγωνιστικών, μονοπωλιακών, ολιγοπωλιακών, μονοπωλιακά ανταγωνιστικών) και παραγωγικών συντελεστών.

Περιγραφή ύλης
Το οικονομικό πρόβλημα, προσφορά και ζήτηση αγαθών, ελαστικότητα ζήτησης και προσφοράς, μέθοδοι προσδιορισμού τιμής, τιμή και παραγωγή σε μονοπωλιακά και ολιγοπωλιακά περιβάλλοντα.

Γ

Στοιχεία Δικαίου

Σκοπός του μαθήματος
Να εισάγει τους σπουδαστές στις βασικές έννοιες της νομικής επιστήμης ώστε να κατανοήσουν τους κανόνες που διέπουν τον ιδιωτικό τομέα της οικονομίας, τις ιδιωτικές συναλλαγές και τις συμφωνίες και συμβάσεις από τις οποίες γεννώνται δικαιώματα και υποχρεώσεις ιδιωτικού δικαίου.

Περιγραφή ύλης
Βασικά θέματα των γενικών αρχών του αστικού δικαίου. Βασικά θέματα του ενοχικού δικαίου με ιδιαίτερη βαρύτητα στην κατάρτιση των συμβάσεων και αναφορά στις ειδικές (επώνυμες) μορφές των συμβάσεων. Στοιχεία εμπραγμάτου δικαίου. Βασικά θέματα του γενικού μέρους του εμπορικού δικαίου. Βασικά θέματα του δικαίου των εμπορικών εταιριών. Βασικά θέματα του δικαίου των αξιόγραφων.

Γ

Μαθηματικά Επιχειρήσεων

Σκοπός του μαθήματος
Εισαγωγή στις βασικές έννοιες της επιστήμης των μαθηματικών, ώστε ο φοιτητής να αποκτήσει αναλυτική σκέψη στην μελέτη των καθημερινών προβλημάτων που συναντά στην επαγγελματική του σταδιοδρομία και στα μαθήματα στα οποία απαιτούνται γνώσεις γενικών μαθηματικών.

Περιγραφή ύλης
Θεμελιώδεις έννοιες της άλγεβρας (μητρώα, ορίζουσες). Στοιχεία μαθηματικής ανάλυσης (σύνολα, απεικονίσεις, συναρτήσεις, όρια, γραφικές παραστάσεις). Παράγωγος συνάρτησης, ολοκληρώματα (αόριστα και ορισμένα). Θεμελιώδεις έννοιες των οικονομικών μαθηματικών, έννοιες και ορισμοί.

Εξάμηνο

Β΄

Γ

Μίγμα Μάρκετινγκ

Σκοπός του μαθήματος
Η κατανόηση της θεμελιώδους λειτουργίας του μάρκετινγκ. Τα συστηματικά στοιχεία του μίγματος Μάρκετινγκ, η θεωρητική προσέγγισή τους και η ανάλυση του κάθε συστατικού στοιχείου του μίγματος μάρκετινγκ.

Περίγραμμα ύλης
Ανάλυση των βασικών συστατικών του μάρκετινγκ: προϊόν, τιμή, διάθεση, προβολή, συσκευασία και εμπορικό σήμα, τιμολόγηση, επιλογή δικτύου διανομής, μέσα και τύποι προβολής και προώθησης. Το προϊόν, διακρίσεις, συσκευασία, όνομα και κύκλος ζωής του προϊόντος. Η διανομή, οι λειτουργίες και οι ενδιάμεσοι. Τιμολόγηση και τιμολογιακές πολιτικές στις διάφορες μορφές αγοράς. Τεχνικές τιμολόγησης. Το μίγμα της προώθησης. Παρουσίαση περιπτώσεων για κατανόηση του μίγματος μάρκετινγκ.

Γ

Συμπεριφορά Καταναλωτή

Σκοπός του μαθήματος
Το μάθημα στοχεύει στο να εισάγει τους φοιτητές στις βασικές έννοιες της συμπεριφοράς του καταναλωτή, καθώς και στις διαδικασίες μέσα από τις οποίες καθίσταται δυνατός ο εντοπισμός των επιθυμιών και αντιδράσεών του.

Περίγραμμα ύλης
Διαδικασίες αποφάσεων του καταναλωτή. Επιδράσεις του περιβάλλοντος, ορθολογισμός και παρόρμηση. Γνώση και συμπεριφορά, προσωπικότητα, αξίες και τρόπος ζωής. Ψυχολογικές διαδικασίες, διαδικασίες αποφάσεων του καταναλωτή. Ανάλυση συμπεριφοράς καταναλωτή και στρατηγική μάρκετινγκ. Ο Έλληνας καταναλωτής. Μέτρηση της αντίδρασης του καταναλωτή: μέθοδοι, τύποι κλιμάκων, ανάλυση περιπτώσεων.

Γ

Μακρο-Οικονομία

Σκοπός του μαθήματος
Να αποκτήσουν οι φοιτητές τις βασικές γνώσεις που χρειάζονται για την κατανόηση των κυριότερων προβλημάτων που σχετίζονται με τη λειτουργία των σύγχρονων οικονομιών και του διεθνούς οικονομικού συστήματος.
Επίσης, σκοπός του μαθήματος είναι να αποκτήσουν οι φοιτητές την ικανότητα λήψης αποφάσεων, ως μελλοντικά στελέχη επιχειρήσεων, σε συνάρτηση με τις εξαιρετικά ευμετάβλητες συνθήκες του οικονομικού περιβάλλοντος.

Περίγραμμα ύλης
Ορισμός του προϊόντος και του εισοδήματος της οικονομίας, επένδυση και παράγοντες επιρροής επενδυτικής απόφασης, δημόσιος τομέας και δημοσιονομική πολιτική, πληθωρισμός και ανεργία, οι διακυμάνσεις της οικονομικής δραστηριότητας, χρήμα και τράπεζες, μακροοικονομικά μεγέθη της ελληνικής οικονομίας, οικονομική μεγέθυνση – ΑΕΠ –σύνθεση ΑΕΠ, οικονομική ανάπτυξη, πηγές οικονομικής ανάπτυξης.

Γ

Βασικές Εφαρμογές Πληροφορικής

Σκοπός του μαθήματος
Η απόκτηση γνώσεων και ικανοτήτων για το χειρισμό και τη χρήση προγραμμάτων ηλεκτρονικής επεξεργασίας κειμένου, επεξεργασία λογιστικών φύλλων και επιτραπέζιας τυπογραφίας για απλή δημιουργία φυλλαδίων, εντύπων και άλλων εγγράφων μάρκετινγκ.

Περίγραμμα ύλης
Προγράμματα επεξεργασίας κειμένων, λογιστικών φύλλων, γραφιστικά προγράμματα, εφαρμογές επιτραπέζιας τυπογραφίας.

Γ

Διοίκηση Ανθρωπίνου Δυναμικού

Σκοπός του μαθήματος
Το μάθημα στοχεύει στο να εξοικειωθούν οι φοιτητές με τη σημασία της διοίκησης ανθρωπίνου δυναμικού και τον κρίσιμο ρόλο της στις σύγχρονες επιχειρήσεις, όσον αφορά στην επιλογή, ικανοποίηση, ανταμοιβή, αξιολόγηση και συνεχή εκπαίδευση προσωπικού.

Περίγραμμα ύλης
Οι εργασιακές σχέσεις στις σύγχρονες παγκοσμιοποιημένες και τεχνολογικά εξελιγμένες οικονομίες. Επικοινωνία στο εργασιακό περιβάλλον. Περιγραφή εργασίας (job description) και αξιολόγηση (evaluation). Στρατολόγηση (recruitment) και εκλογή. Αξιολόγηση απόδοσης. Αμοιβές και οφέλη. Εκπαίδευση και ανάπτυξη. Χειρισμός παραπόνων – πειθαρχία. Διαχείριση του Stress των εργαζόμενων. Ο ρόλος του σύγχρονου διευθυντικού στελέχους.

Γ

Αρχές Λογιστικής

Σκοπός του μαθήματος
Η γνώση και κατανόηση των βασικών εννοιών και πρακτικών της λογιστικής επιχειρήσεων, ανάλυση βασικών χρηματο-οικονομικών καταστάσεων. Ενημέρωση για το φορολογικό και νομικό πλαίσιο Ε.Γ.Λ.Σ.

Περίγραμμα ύλης
Έννοια και περιεχόμενο της σύγχρονης λογιστικής. Θεμελιώδεις λογιστικές έννοιες. Λογιστικό κύκλωμα: λειτουργία ημερολογίων, ενημέρωση λογαριασμών, κατάρτιση λογιστικών καταστάσεων. Λογιστική της σύστασης, λύσης και εκκαθάρισης Ο.Ε., Ε.Ε.,Ε.Π.Ε., Α.Ε.. Παρουσίαση παραστατικών εγγράφων και ειδικών λογιστικών θεμάτων: αύξηση και μείωση κεφαλαίου, αναπροσαρμογή παγίων, κ.λ.π.. Ανάλυση λογιστικών καταστάσεων των οικονομικών μονάδων. Διερεύνηση και ερμηνεία του περιεχομένου των λογιστικών καταστάσεων, κατάρτιση και ερμηνεία αριθμοδεικτών.

Εξάμηνο

Γ΄

Γ

Βιομηχανικό Μάρκετινγκ

Σκοπός του μαθήματος
Η εξέταση και κατανόηση των ιδιαιτεροτήτων του Μάρκετινγκ στη βιομηχανική αγορά. Η ροή των προϊόντων και υπηρεσιών από τις βιομηχανικές επιχειρήσεις (προμηθευτές) προς άλλες ιδιωτικές και δημόσιες επιχειρήσεις (πελάτες), οι οποίες τα χρησιμοποιούν για την επίτευξη των δικών τους επιχειρηματικών σκοπών.

Περίγραμμα ύλης
Ορισμός και έννοια του βιομηχανικού προϊόντος και ιδιαιτερότητες του Μάρκετινγκ στη βιομηχανική αγορά. Η βιομηχανική αγορά και τα χαρακτηριστικά της. Αγοραστική συμπεριφορά βιομηχανικών αγοραστών. Κέντρο αγοραστικών αποφάσεων. Τμηματοποίηση της βιομηχανικής αγοράς. Η στρατηγική του μάρκετινγκ στη βιομηχανική αγορά. Το μίγμα μάρκετινγκ των βιομηχανικών προϊόντων.

Γ

Αρχές Διαφήμισης

Σκοπός του μαθήματος
Απόκτηση επαρκούς θεωρητικής κατάρτισης για τις έννοιες που διέπουν την διαφημιστική λειτουργία και εμπέδωση της με πρακτική επίλυση προβλημάτων. Κατανόηση των πρακτικών και τεχνικών διαφήμισης.

Περίγραμμα ύλης
Ο ρόλος της διαφήμισης στο μάρκετινγκ. Διαφήμιση και επικοινωνία. Στόχοι διαφήμισης και προϋπολογισμού διαφήμισης. Στρατηγική διαφημιστικών μέσων και σχεδιασμός. Δημιουργική στρατηγική και σχεδιασμός. Αποτελεσματικότητα διαφήμισης. Η διαφημιστική εταιρία: δομή και λειτουργίες.

Γ

Εφαρμοσμένη Στατιστική Επιχειρήσεων

Σκοπός του μαθήματος
Κατανόηση και γνώση των βασικών εννοιών της στατιστικής και εισαγωγικών εννοιών ης θεωρίας πιθανοτήτων που αφορούν τις επιχειρήσεις και αποτελούν τη βάση για πολλά από τα μαθήματα και τις εφαρμογές στη διοίκηση επιχειρήσεων και το μάρκετινγκ.

Περίγραμμα ύλης
Γεγονότα, ορισμός πιθανότητας, υπό συνθήκη πιθανότητα, ανεξαρτησία, τυχαίες μεταβλητές, κατανομές, συναρτήσεις τυχαίων μεταβλητών, θεωρήματα πιθανοτήτων, εκτίμηση, κεντρικό οριακό θεώρημα. Περιγραφική στατιστική, πληθυσμός, δείγμα και κατανομές συχνοτήτων, στατιστικές παράμετροι. Θεωρητικές κατανομές (κυρίως διωνυμική, Poisson και κανονική). Εκτιμητική, διαστήματα εμπιστοσύνης, έλεγχος στατιστικών υποθέσεων. Απλή γραμμική παλινδρόμηση.

Γ

Χρηματο-Οικονομική Διοίκηση, Κοστολόγηση

Σκοπός του μαθήματος
Σκοπός του μαθήματος είναι να εισάγει το φοιτητή στην αντιμετώπιση των προβλημάτων εξεύρεσης αλλά και ορθολογικής διαχείρισης κεφαλαίων για να επιτευχθούν οι σκοποί της επιχείρησης.

Περίγραμμα ύλης
Ο ρόλος της Χρηματοδοτικής Διοίκησης. Το νομικό και φορολογικό περιβάλλον. Το πιστωτικό περιβάλλον. Ανατοκισμός, παρούσα αξία και ράντες. Προγραμματισμός επενδύσεων κεφαλαίου. Κίνδυνος και προγραμματισμός επενδύσεων κεφαλαίου. Ανάλυση χρηματοοικονομικών δεικτών. Κεφαλαιακή δομή. Πολιτική μερίσματος και παρακρατηθέντα κέρδη. Περιορισμοί στο κεφάλαιο. Ανάλυση νεκρού σημείου, πίνακας πηγών και χρήσεων κεφαλαίων, μέθοδοι χρηματοοικονομικής πρόβλεψης, μέθοδοι χρηματοδότησης: αυτοχρηματοδότηση, αύξηση μετοχικού κεφαλαίου, δάνεια, leasing. Εργαστηριακές ασκήσεις και ανάλυση περιπτώσεων.

Γ

Οργάνωση & Διοίκηση Πωλήσεων

Σκοπός του μαθήματος

Ο καθορισμός της οργανωτικής δομής της υπηρεσίας των πωλήσεων, η πληρέστερη κατανόηση της όλης δραστηριότητας της πώλησης.

Η σαφής αντίληψη των μηχανικών μηχανισμών της πώλησης και η διερεύνηση των γενεσιουργών αιτίων της πώλησης.

Επίσης θα πρέπει να εξεταστούν τα δημιουργικά είδη πωλήσεων, δηλαδή να απαντηθούν ερωτήματα όπως: πως αποφασίζουν οι επιχειρήσεις τον σχεδιασμό των πωλήσεων, με ποιο τρόπο χρησιμοποιούν το δυναμικό των πωλήσεων, ποια εργαλεία χρησιμοποιούν για να βελτιώσουν την αποτελεσματικότητα στις πωλήσεις.

Περίγραμμα ύλης

Στρατηγική των πωλήσεων, διασύνδεση της επιχείρησης με την αγορά, αντικειμενικοί στόχοι των προσωπικών πωλήσεων, αντικειμενικοί στόχοι των προσωπικών πωλήσεων, διακρίσεις πωλήσεων (βιομηχανικές, εμπορικές), προσωπικό πωλήσεων, διοίκηση και εποπτεία προσωπικού πωλήσεων, ανάλυση της καταναλωτικής συμπεριφοράς των πελατών, καθορισμός των κινήτρων, είδη κινήτρων. Στάδιο προετοιμασίας της πώλησης, συγκέντρωση εξειδικευμένων πληροφοριών, γνώση του προϊόντος, ανάπτυξη της πειστικότητας. Ολοκλήρωση της πώλησης και το μετά την πώληση στάδιο.

Γ

Βάσεις Δεδομένων

Σκοπός του μαθήματος

Ο σκοπός του θεωρητικού τμήματος είναι να διδάξει στους σπουδαστές τις βασικές έννοιες που σχετίζονται με ένα σύστημα διαχείρισης βάσης δεδομένων (DBMS), και την έννοια της βάσης δεδομένων. Επίσης, να διδάξει τη γενική μεθοδολογία ανάλυσης και σχεδίασης μιας βάσης δεδομένων για έναν οργανισμό. Έπειτα να υποδείξει τα θέματα που σχετίζονται με την εφαρμογή πληροφοριακών συστημάτων στο περιβάλλον μίας επιχείρησης και το ρόλο που πρέπει να παίζουν.

Στο εργαστηριακό κομμάτι οι φοιτητές εξετάζουν ένα συγκεκριμένο case study που έχει να κάνει με την ανάλυση, σχεδίαση και υλοποίηση μίας βάσης δεδομένων για έναν οργανισμό με τη βοήθεια κάποιου συγκεκριμένου λογισμικού. Ο σκοπός του εργαστηριακού τμήματος του μαθήματος είναι να εφαρμόσει ο φοιτητής τη θεωρία που θα έχει διδαχθεί στο θεωρητικό μέρος του μαθήματος για την ανάλυση, σχεδίαση και υλοποίηση της βάσης δεδομένων του υποτιθέμενου οργανισμού.

Περίγραμμα ύλης

Θεωρία: Ιστορική παρουσίαση της εξέλιξης των Β.Δ., οι σχεσιακές Β.Δ. και το σχεσιακό μοντέλο Β.Δ., η κανονικοποίηση Β.Δ., η εισαγωγή στην ανάπτυξη Β.Δ. Εισαγωγή στην SQL, Οργάνωση μίας Β.Δ. σε μία επιχείρηση. Χρήση μίας Β.Δ. για την υποστήριξη διοικητικών λειτουργιών και αποφάσεων. Την διαχείριση μίας Β.Δ. και τις υπάρχουσες τάσεις και κατευθύνσεις στο χώρο των Β.Δ.

Εργαστήριο: Ανάλυση του χώρου μίας επιχείρησης για την οποία σχεδιάζεται και υλοποιείται η Β.Δ., σχεδίαση της κανονικοποιημένης σχεσιακής Β.Δ., SQL, υλοποίηση ερωτήσεων για προσπέλαση των δεδομένων της βάσης, υλοποίηση reports για παρουσίαση των δεδομένων, εξέταση με εργαστηριακές ασκήσεις.

Εξάμηνο Δ΄

*Απαιτείται η επιλογή ενός (1) μαθήματος τομέα

Γ

Μάρκετινγκ Λιανικού Εμπορίου

Σκοπός του μαθήματος
Η σε βάθος ανάλυση του μάρκετινγκ λιανικού εμπορίου. Η κατανόηση της δομής του λιανικού εμπορίου και η ανάλυση των προβλημάτων και των τάσεων του σύγχρονου εμπορίου.

Περίγραμμα ύλης
Ιστορική ανασκόπηση του λιανικού εμπορίου. Η διανομή των προϊόντων. Χονδρικό εμπόριο. Ταξινόμηση των επιχειρήσεων λιανικού και χονδρικού εμπορίου. Η διεύθυνση προσωπικού των λιανικών επιχειρήσεων. Αγορές εμπορευμάτων. Τιμολόγηση εμπορευμάτων. Προγραμματισμός και έλεγχος αποθεμάτων. Εκτίμηση δυνατοτήτων πωλήσεων και προβλέψεις. Στρατηγική μάρκετινγκ λιανικού εμπορίου. Φυσική διανομή προϊόντων. Ανάλυση περιπτώσεων και παραδειγμάτων.

Γ

Δημόσιες Σχέσεις, Επικοινωνία

Σκοπός του μαθήματος
Η κάλυψη των βασικών δραστηριοτήτων των δημοσίων σχέσεων και η κατανόηση ιδεών, προτάσεων, λύσεων για κάθε περίπτωση. Ανάπτυξη του πνεύματος αμοιβαίας εμπιστοσύνης και κατανόησης μεταξύ των ατόμων και των ομάδων.

Περίγραμμα ύλης
Περιεχόμενο και αποστολή των δημοσίων σχέσεων. Βασικές αρχές δεοντολογίας. Φορείς δημοσίων σχέσεων, ομάδες κοινού προς τις οποίες απευθύνονται οι δημόσιες σχέσεις, επικοινωνία. Εφαρμογές δημοσίων σχέσεων. Οργάνωση ειδικών εκδηλώσεων, προβολή προϊόντων και υπηρεσιών, προβολή εταιρείας, δημοσιογραφική έρευνα, χρήση μέσων ενημέρωσης. Χρήση νέων τεχνολογιών στην επαφή με το κοινό. Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, CD-ROMs, σελίδες στο διαδίκτυο. Εμπορική και μη εμπορική (κοινωνική) χορηγία, οργάνωση συνεδρίων και σεμιναρίων, δημόσιες σχέσεις και εκθέσεις.

Γ

Συστήματα Πληροφοριών Διοίκησης

Σκοπός του μαθήματος
Να παράσχει τις απαραίτητες γνώσεις στους φοιτητές προκειμένου να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις ενός περιβάλλοντος πληροφορικής στη σύγχρονη επιχείρηση και τις λειτουργικές της.

Περίγραμμα ύλης
Έννοια και ορισμός πληροφοριακών συστημάτων διοίκησης στη σύγχρονη επιχείρηση. Δομή και πλαίσιο ανάλυσης. Σχέση πληροφοριακών συστημάτων και management. Στοιχεία τεχνολογίας. Επεξεργασία δεδομένων. Οργάνωση δεδομένων. Ανάλυση και σχεδίαση συστημάτων, εφαρμογές. Αξιολόγηση και στρατηγικός σχεδιασμός πληροφοριακών συστημάτων.
Βασικές έννοιες Πληροφοριακών Συστημάτων Διοίκησης (Management Information Systems, MIS). Δομή Πληροφοριακού Συστήματος Διοικήσεως (Π.Σ.Δ.). Περιβάλλον των Π.Σ.Δ. Θέματα επικοινωνίας και ανθρωπίνων σχέσεων στα Π.Σ.Δ. Ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα. Ελληνική πραγματικότητα. Ανάλυση περιπτώσεων. Στρατηγικός προγραμματισμός της επιχειρήσεως και Π.Σ.Δ.

Γ

Δίκτυα Υπολογιστών

Σκοπός του μαθήματος
Η κατανόηση της χρήσης και των δυνατοτήτων των δικτύων υπολογιστών στη λειτουργία των σύγχρονων επιχειρήσεων και της σημασίας τους για τις λειτουργίες του μάρκετινγκ και management.

Περίγραμμα ύλης
Βασικά στοιχεία δικτύων υπολογιστών, αρχιτεκτονική client-server, τοπικά (lan) και δίκτυα ευρείας περιοχής (Wan), κατανεμημένα συστήματα υπολογιστών. Εργαστήριο για την πρακτική εξάσκηση στη λειτουργία και χρήση των τοπικών δικτύων υπολογιστών.

Γ

Έρευνα Αγοράς

Σκοπός του μαθήματος
Η εκμάθηση του περιεχομένου, του ρόλου και του σκοπού της έρευνας μάρκετινγκ (Ε.Μ.) με σκοπό τη θεωρητική κατανόηση των σχετικών εννοιών και την απόκτηση γνώσεων υποδομής για τη διαδικασία συγκέντρωσης, καταγραφής και επεξεργασίας πληροφοριών απαραίτητων στη διαδικασία λήψης αποφάσεων για τη χάραξη στρατηγικών από τη διοίκηση μάρκετινγκ (Δ.Μ.). Διδάσκονται επίσης τα στάδια ενός ερευνητικού προγράμματος, τις μεθόδους συγκέντρωσης και επεξεργασίας πρωτογενών στοιχείων. Αποκτούν ικανότητες και δεξιότητες που τους επιτρέπουν τη συμμετοχή τους σε επαγγελματικού επιπέδου ερευνητικές ομάδες εκπόνησης ερευνητικών προγραμμάτων σε εταιρίες ή και στον ευρύτερο δημόσιο τομέα.

Περίγραμμα ύλης
Θεωρία: Ο ρόλος και ο σκοπός της Ε.Μ., η σχέση της με την αντίληψη του marketing καθώς και με τη διοίκηση του μάρκετινγκ. Η λήψη αποφάσεων και η Ε.Μ. επιχείρηση. Συστήματα πληροφόρησης μάρκετινγκ (MIS). Αρχές και οργάνωση της Ε.Μ. Προκαταρκτική φάση ερευνητικών προγραμμάτων. Τα στάδια διεξαγωγής του ερευνητικού προγράμματος. Μεθοδολογία της Ε.Μ.. Η έρευνα δευτερογενών στοιχείων (έρευνα πεδίου). Μέθοδοι συγκέντρωσης πρωτογενών στοιχείων. Δημοσκόπηση (προσωπική, τηλεφωνική, ταχυδρομική, ηλεκτρονική συνέντευξη). Παρατήρηση, πειραματική έρευνα, δείγμα (μέγεθος, μέθοδοι). Μέτρηση μεταβλητών. Επεξεργασία στοιχείων, ανάλυση δεδομένων, συζήτηση, εξαγωγή συμπερασμάτων, προτάσεις, σύνταξη εκθέσεως, παρουσίαση. Ειδικά ζητήματα της Ε.Μ. (δαπάνες, δεοντολογία).
Εργαστήριο: Εργασία επιλογής και εφαρμογής δειγματοληπτικών μεθόδων. Τμηματική εργασία εκπόνησης ερευνητικού προγράμματος. Ομαδική εργασία εκπόνησης και παρουσίασης ερευνητικού προγράμματος.

T

Τουριστική Οικονομία*

Σκοπός του μαθήματος
Η γνώση της μικροοικονομικής θεωρίας στην τουριστική βιομηχανία και η κατανόηση της σπουδαιότητας του τουριστικού τομέα στην εθνική οικονομία.

Περίγραμμα ύλης
Λειτουργία της ελεύθερης οικονομίας. Προσφορά και ζήτηση τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών. Ελαστικότητα ζήτησης. Ελαστικότητα προσφοράς. Θεωρία κόστους. Προσδιορισμός τιμών των προϊόντων και των συντελεστών παραγωγής. Πρόβλεψη και μέτρηση της τουριστικής ζήτησης, ανάλυση τιμής και ποσότητα ισορροπίας τουριστικού προϊόντος. Βασικά μικροοικονομικά υποδείγματα. Ο ρόλος του τουρισμού στην εθνική οικονομία.

A

Αγροτική Οικονομία*

Σκοπός του μαθήματος
Η γνώση της μικροοικονομικής θεωρίας στο αγροτικό τομέα της οικονομίας και η κατανόηση της σπουδαιότητας του τουριστικού τομέα στην εθνική οικονομία.

Περίγραμμα ύλης
Σκοποί, φορείς, όργανα και συστήματα αγροτικής πολιτικής. Η οικονομική των γεωργικών προβλημάτων. Ο κρατικός παρεμβατισμός στην γεωργία και στο εμπόριο γεωργικών προϊόντων. Εισοδηματική φορολογική, χρηματοδοτική και ασφαλιστική πολιτική. Δασμοί και επιπτώσεις δασμών. Εξαγωγικές επιδοτήσεις. Κοινή Αγροτική Πολιτική (Κ.Α.Π.): Κοινή οργάνωση αγορών για τα κύρια γεωργικά προϊόντα και διαθρωτική πολιτική. Διεθνείς συμφωνίες που επηρεάζουν την Κ.Α.Π. Το μέλλον της Κ.Α.Π. και οι επιπτώσεις στην Ελληνική γεωργία. Βασικές έννοιες οικονομικής ανάπτυξης. Δείκτες μέτρησης οικονομικής ανάπτυξης. Θεωρίες γεωργικής ανάπτυξης. Στρατηγικές ανάπτυξης, προβλήματα και περιορισμοί. Προγραμματισμός αγροτικής ανάπτυξης (έννοια, αρχές, στρατηγικές μάρκετινγκ, σχεδιασμός και εφαρμογή).

* Απαιτείται η επιλογή ενός (1) μαθήματος τομέα

H

Σύγχρονες Ηλεκτρονικές Επικοινωνίες*

Σκοπός του μαθήματος
Η απόκτηση γνώσεων για την επικοινωνία και τα σύγχρονα μέσα ηλεκτρονικής με έμφαση στις δυνατότητές τους και τις ιδιαιτερότητές τους.

Περίγραμμα ύλης
Εισαγωγή στις επικοινωνίες και ηλεκτρονικές επικοινωνίες, σημασία επικοινωνιών στην αποτελεσματικότητα διοίκησης, σύγχρονες μορφές επικοινωνίας: LAN, WAN, ISDN, φορητές, κινητές, δορυφορικές, ασύρματες.
Σημασία των επικοινωνιών για το μάρκετινγκ, εμπόριο και μάρκετινγκ, σημασία για τις εσωτερικές επιχειρησιακές επικοινωνίες. Εφαρμογές στην εκπαίδευση, ενημέρωση, διαδικασία λήψης αποφάσεων, δημιουργία αναφορών. Επιλογή κατάλληλου συστήματος επικοινωνιών, επιπτώσεις στην οργανωτική δομή, Τήλε-εργασία και Τήλε-απασχόληση.

* Απαιτείται η επιλογή ενός (1) μαθήματος τομέα

Εξάμηνο

Ε΄

Γ

Διεθνές Μάρκετινγκ

Σκοπός του μαθήματος
Η κατανόηση των συνθηκών της παγκόσμιας αγοράς και των ιδιαιτεροτήτων του μάρκετινγκ σε διεθνές επίπεδο εμβαθύνοντας στις εξαγωγές ελληνικών προϊόντων και παροχή υπηρεσιών σε διεθνείς αγορές.

Περίγραμμα ύλης
Εισαγωγή στο διεθνές Μάρκετινγκ , διεθνές περιβάλλον, διεθνές πολιτιστικό περιβάλλον, διεθνές πολιτικό και νομικό περιβάλλον, σύστημα πληροφοριών Μάρκετινγκ, επιλογή εισόδου στις διεθνείς αγορές, διεθνής πολιτική προϊόντος, σχολές διεθνούς Μάρκετινγκ: Αγγλοσαξονική, Ευρωπαϊκή, Ιαπωνική. Η διεθνής προβολή του προϊόντος. Η σημασία της κουλτούρας και της νέας τεχνολογίας, διεθνής ανταγωνισμός και συνθήκες παγκόσμιου εμπορίου.

Γ

Logistics, Εφοδιαστική Αλύσίδα

Σκοπός του μαθήματος
Η γνώση του αντικειμένου των logistics και της διαχείρισης εφοδιαστικής αλυσίδας, που αποτελούν το κύριο στοιχείο του διεθνούς εμπορίου και των σύγχρονων επιχειρηματικών δράσεων σε διεθνές επίπεδο.

Περίγραμμα ύλης
Βασικές και συμπληρωματικές λειτουργίες του συστήματος Εφοδιαστικής Διαχείρισης (Logistics). Εφοδιαστική διαχείριση στον τομέα των υπηρεσιών. Χαρακτηριστικά προϊόντων/υπηρεσιών και απαιτήσεις οργάνωσης και σχεδιασμού της εφοδιαστικής αλυσίδας. Το σύστημα επεξεργασίας παραγγελιών και η εξυπηρέτηση πελατών. Φυσική διανομή προϊόντων και αποθέματα. Διαδικασίες μεταφοράς και διανομής προϊόντων. Πληροφοριακά Συστήματα Εφοδιαστικής Διαχείρισης (Logistics Management Information Systems) και εφαρμογές προωθημένων τεχνολογιών τηλεματικής στον τομέα της μεταφοράς και φυσικής διανομής προϊόντων.

Γ

Προγραμματισμός στο Διαδύκτιο

Σκοπός του μαθήματος
Μετά την ολοκλήρωση του μαθήματος ο φοιτητής θα έχει αποκτήσει τις απαραίτητες γνώσεις και δεξιότητες ώστε: Να προγραμματίζει ιστοσελίδες και να υποστηρίζει τόπους στο Διαδίκτυο.

Περίγραμμα ύλης
Θεωρία: Το πρωτόκολλο HTTP, κατασκευή URL, επεξεργαστές κειμένων HTML, προγραμματισμός HTML, προγραμματισμός JavaScript, τεχνολογίες ενεργών δυναμικών σελίδων στο διαδίκτυο, διαδίκτυο και βάσεις δεδομένων.
Εργαστήριο: Εξάσκηση με εργαλεία κατασκευής HTML, κατασκευή απλής σελίδας HTML, κατασκευή ενός δικτυακού τόπου με αρχική σελίδα και δομή δέντρου, Προσθήκη Javascript στον δικτυακό τόπο με στόχο την αποτελεσματικότερη παρουσίαση του περιεχομένου, ανάρτηση του δικτυακού τόπου που αναπτύχθηκε στο μάθημα, σε κάποιο χώρο στο διαδίκτυο, εξέταση εργαστηρίου.

Γ

Προγραμματισμός Επενδύσεων

Σκοπός του μαθήματος
Το μάθημα αυτό έχει σκοπό να εισαγάγει τους φοιτητές στην έννοια των επενδυτικών αποφάσεων τω επιχειρήσεων και της συμμετοχής και σημασίας του μάρκετινγκ στις επενδυτικές αποφάσεις.

Περίγραμμα ύλης
Διαμόρφωση σχεδίων και προγραμμάτων. Απόφαση της επένδυσης υπό βέβαιο μέλλον, πανόραμα των κριτηρίων αξιολόγησης επενδύσεων, απόφαση της επένδυσης υπό αβέβαιο μέλλον, αβεβαιότητα και κίνδυνος, κριτήρια εκτίμησης των επενδυτικών έργων υπό απροσδιόριστο μέλλον, κριτήρια εκτίμησης των επενδυτικών έργων υπό πιθανολογικό μέλλον. Τρόποι σύνταξης μελετών, στελεχιακό δυναμικό, τρόποι χρηματοδότησης και επενδυτικά κίνητρα. Συμβολή του Μάρκετινγκ στην αξιολόγηση βιωσιμότητας επενδύσεων (έρευνα αγοράς και προϊόντων).

Γ

Ορολογία Μάρκετινγκ (Αγγλικά)

Σκοπός του μαθήματος
Η γνώση της αγγλικής ορολογίας του Μάρκετινγκ και η εκμάθηση εμπορικής αλληλογραφίας και επικοινωνίας σε διεθνές επίπεδο.

Περίγραμμα ύλης
Η ορολογία του Μάρκετινγκ, βασικά αγγλικά για επιχειρήσεις, ορολογία διεθνούς εμπορίου, εμπορικές επιστολές και αλληλογραφίας.

Τ

Τουριστικό Μάρκετινγκ*

Σκοπός του μαθήματος
Να γίνει αντιληπτός ο ρόλος του μάρκετινγκ στον τουριστικό τομέα. Να καταφανεί η υιοθέτηση του μάρκετινγκ ως το συγκριτικό πλεονέκτημα των επιχειρήσεων και των Εθνικών Οργανισμών Τουρισμού.

Περίγραμμα ύλης
Εισαγωγικές έννοιες του μάρκετινγκ στον τομέα του τουρισμού. Προγραμματισμός και έρευνα μάρκετινγκ στις τουριστικές επιχειρήσεις. Ανάλυση του μείγματος μάρκετινγκ. Πολιτική προϊόντος, πολιτική της διανομής, τιμολογιακή πολιτική, πολιτική της προώθησης. Ελεγκτικός μηχανισμός μάρκετινγκ. Σχεδιασμός της στρατηγικής μάρκετινγκ από τους Εθνικού Οργανισμούς Τουρισμού. Παράλληλη θεώρηση της ανάπτυξης και της προβολής της χώρας ως ενιαίου τουριστικού προορισμού. Εναρμονισμός της τουριστικής προσφοράς και ζήτησης ποσοτικά και ποιοτικά μεγέθη. Εμπλουτισμός της τουριστικής προσφοράς ώστε να ανταποκρίνεται στις μεταβαλλόμενες τουριστικές εκθέσεις – δημιουργία ευνοϊκής εικόνας μιας χώρας. Έλεγχος τουριστικών δραστηριοτήτων.

* Απαιτείται η επιλογή ενός (1) μαθήματος τομέα

H

Αρχιτεκτονική Ηλεκτρονικού Εμπορίου*

Σκοπός του μαθήματος
Σκοπός του μαθήματος είναι η κατανόηση και εφαρμογή των αρχών του μάρκετινγκ στο διαδίκτυο τόσο θεωρητικά, όσο και πρακτικά. Η σημασία του ηλεκτρονικού εμπορίου και οι επιπτώσεις της παγκοσμιοποίησης της αγοράς.

Περίγραμμα ύλης
Ανάλυση των δυνατοτήτων ανάπτυξης της εικονικής επιχείρησης. Προϋποθέσεις εφαρμογής μάρκετινγκ. Το περιβάλλον της ηλεκτρονικής αγοράς. Έρευνα του marketing μέσω διαδικτύου. Οι διαφημιστικές δυνατότητες της επιχείρησης στο internet. E-commerce. Στρατηγική ανάπτυξης της εικονικής επιχείρησης (E-strategy). Σύνδεση εικονικού και φυσικού κόσμου. Εφαρμογή υποδείγματος λειτουργίας εικονικής επιχείρησης. Οφέλη από την ηλεκτρονική ανταλλαγή δεδομένων (E.D.I.). Εμπορικές χρήσεις του διαδικτύου για προϊόντα και υπηρεσίες.

A

Μάρκετινγκ Αγροτικών Προϊόντων*

Σκοπός του μαθήματος
Η κατανόηση των ιδιαιτεροτήτων του μάρκετινγκ στα αγροτικά προϊόντα και των συνθηκών εμπορίας προϊόντων σε εθνικό, ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο.

Περίγραμμα ύλης
Αγροτικός τομέας στην οικονομία, αγροτική παραγωγή, μεταποίηση αγροτικών προϊόντων, διακίνηση αγροτικών προϊόντων, αποθήκευση αγροτικών προϊόντων, διακίνηση αγροτικών προϊόντων, αποθήκευση αγροτικών προϊόντων, μίγμα μάρκετινγκ και προώθηση, εξαγωγές αγροτικών προϊόντων, παγκόσμιο εμπόριο αγροτικών προϊόντων, συνθήκες και προστασία αγροτικών προϊόντων, επιδοτήσεις και προώθηση.

* Απαιτείται η επιλογή ενός (1) μαθήματος τομέα

Εξάμηνο

Στ΄

Γ

Διαφημιστική Εκστρατεία

Σκοπός του μαθήματος
Απόκτηση θεωρητικών γνώσεων περί του τρόπου λειτουργίας, του σκοπού και της δεοντολογίας που διέπουν την λειτουργία των διαφημιστικών μέσων. Εμπέδωση μεθοδολογίας και με εργασιακές ασκήσεις και απόκτηση δυνατότητας επίλυσης προβλημάτων. Απόκτηση γνώσεων για την διατύπωση προγράμματος μετάδοσης του διαφημιστικού μηνύματος και έλεγχο της αποτελεσματικότητας του.

Περίγραμμα ύλης
Μέσα μαζικής ενημέρωσης, διαφημιστικά μέσα, above the line και below the line, media shops, χορηγία, ελληνικός κώδικας διαφήμισης, διαφήμιση και ευρωπαϊκή νομοθεσία, δεοντολογία της διαφημιστικής λειτουργίας, ταυτότητα και χαρακτηριστικά του κοινού στόχου και των διαφημιστικών μέσων, στόχοι στρατηγικής και προγραμματισμός των Δ.Μ., είδη και μορφές της διαφημιστικής εκστρατείας, προϋπολογισμός και αποσαφήνιση του διαφημιστικού κονδυλίου. Επιλογή και κόστος των διαφημιστικών μέσων. Στρατηγική μετάδοσης της εκστρατείας, αγορά χώρου, χρόνου, δικαιωμάτων, μέθοδοι αξιολόγησης της αποτελεσματικότητας της διαφημιστικής εκστρατείας.

Γ

B2B Μάρκετινγκ

Σκοπός του μαθήματος
Η εμβάθυνση στο θέμα και εφαρμογές του Business to Business Μάρκετινγκ (Μάρκετινγκ μεταξύ επιχειρήσεων) και των συγχρόνων εξελίξεων στο λογισμικού διαχείρισης B2B μάρκετινγκ (χρήση διαδικτύου).

Περίγραμμα ύλης
Το αντικείμενο του B2B Μάρκετινγκ, ιδιαιτερότητες του μάρκετινγκ μεταξύ επιχειρήσεων, χρήση νέων τεχνολογιών στο B2B, σχέση B2B Μάρκετινγκ με το ηλεκτρονικό εμπόριο, χρήση του B2B από δημόσιες επιχειρήσεις και οργανισμού, παρουσίαση και εξάσκηση σε λογισμικό B2B Μάρκετινγκ.

Γ

Διοίκηση Ολικής Ποιότητας

Σκοπός του μαθήματος
Είναι η κατανόηση της έννοιας της ολικής ποιότητας (Ο.Π.) σαν στοιχείο για την άσκηση αποτελεσματικού management και μάρκετινγκ πτοϊόντων και υπηρεσιών που παράγουν οι επιχειρήσεις. Η κατανόηση και εφαρμογή των κατάλληλων μεθόδων, πρακτικών και διαδικασιών με τις οποίες μπορεί να επιτευχθεί η Ο.Π. προϊόντων και υπηρεσιών.

Περίγραμμα ύλης
Ορισμός της Ο.Π. σε σχέση με τα προϊόντα, τις υπηρεσίες και το προσωπικό της επιχείρησης. Ιστορία, τάσεις και επίδραση του κινήματος για σημασία της Ο.Π. στο ανταγωνιστικό περιβάλλον. Στόχοι και απαιτήσεις της προσπάθειας για Ο.Π.. Στρατηγικές εφαρμογής. Αντίδραση στην αλλαγή και εμπόδια στην εφαρμογή Ο.Π.. Βραβεία Ο.Π.. Έλεγχος ανταγωνιστικότητας – αξιολόγηση επιδόσεων, βασικά εργαλεία Διοίκησης Ολικής Ποιότητας (Δ.Ο.Π.) (γενικές τεχνικές, τεχνικές βελτίωσης ποιότητας, στατιστικός έλεγχος διαδικασιών, ανάπτυξη λειτουργίας ποιότητας, εργαλεία Δ.Ο.Π.). Συστήματα διασφάλισης ποιότητας (βασικές έννοιες, σειρά ISO 9000, διαδικασία και φάσεις πιστοποίησης), κόστος ποιότητας.

Τ

Σχεδιασμός Τουριστικής Ανάπτυξης*

Σκοπός του μαθήματος
Ο σκοπός του συγκεκριμένου μαθήματος είναι να εισάγει τον φοιτητή στις διαδικασίες που ακολουθούνται για την τουριστική ανάπτυξη και το σχεδιασμό ενός τουριστικού προορισμού, καθώς και τις οικονομικές, κοινωνικές, πολιτιστικές και περιβαλλοντολογικές επιπλοκές της τουριστικής ανάπτυξης και σχεδιασμού.

Περίγραμμα ύλης
Η φύση και η σημασία της τουριστικής ανάπτυξης και του σχεδιασμού. Προσεγγίσεις και μοντέλα. Μέθοδοι εφαρμογής. Τα αποτελέσματα και οι επιπτώσεις του τουρισμού σε ένα προορισμό υποδοχής τουριστών. Θέματα που αφορούν τον δημόσιο και τον ιδιωτικό τομέα από την άποψη της εθνικής και περιφερειακής ανάπτυξης. Η Ελληνική προσέγγιση στην τουριστική ανάπτυξη και σχεδιασμό.

* Απαιτείται η επιλογή δύο (2) μαθημάτων τομέα

T

Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού*

Σκοπός του μαθήματος

Μελέτη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού ως μία πρόταση τουριστικής ανάπτυξης με τις λιγότερες επιπτώσεις στο φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον. Εξέταση του τουρισμού και του περιβάλλοντος κάτω από σύγχρονες αντιλήψεις ουσιαστικής σημασίας ώστε να εξασφαλίζεται η διαχρονική συμβατότητα μεταξύ τους. Η συμβατότητα πρέπει να βασίζεται στην αρχή της αειφορίας.

Περίγραμμα ύλης

Ορισμοί, έννοιες, χαρακτηριστικά των εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Νέες τάσεις και ειδικές απαιτήσεις στην τουριστική ζήτηση οδηγούν στον εναλλακτικό τουρισμό. Επαναπροσανατολισμός του τουρισμού με βάση την ποιότητα και την αξία της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς ενός τόπου. Η ποικιλότητα και ποιότητα των φυσικών πόρων είναι τα συγκριτικά πλεονεκτήματα τόσο για την ίδια την ανάπτυξη όσο και για την διατήρηση της ανταγωνιστικότητας της περιοχής.

Η έντονη αλληλεξάρτηση της ποιότητας του περιβάλλοντος και της τουριστικής ανάπτυξης είναι ο κύριος άξονας μιας σύγχρονης πολιτικής βιώσιμης – αειφόρου ανάπτυξης σε σχέση με τον τουρισμό.

Ο εναλλακτικός τουρισμός εκτός από την συμβολική έννοια που έχει αποκτήσει ως μορφή τουρισμού, της οποίας τα κύρια χαρακτηριστικά είναι η αναζήτηση της αυθεντικότητας και της επαφής με την φύση, η άρνηση των απρόσωπων τουριστικών πακέτων, η αποφυγή των κοσμικών παραλιών αναφέρεται σε κάθε ειδική μορφή τουρισμού που συνδυάζει μια σειρά πλεονεκτημάτων. Διαμόρφωση ποιοτικού και ανταγωνιστικού τουριστικού προϊόντος, προσέλκυση νέων ομάδων επισκεπτών στη χώρα, εξισορρόπηση της έντονης ανάπτυξης του μαζικού τουρισμού, επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, προστασία του περιβάλλοντος, ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς, δημιουργία συμπληρωματικού εισοδήματος για πολλούς, σε αντίθεση με τον μαζικό που δημιουργεί μεγάλο εισόδημα για λίγους.

* Απαιτείται η επιλογή δύο (2) μαθημάτων τομέα

A

Διαχείριση Φυσικών Πόρων & Περιβάλλοντος*

Σκοπός του μαθήματος
Η κατανόηση της σημασίας της ορθολογικής διαχείρισης φυσικών πόρων και περιβάλλοντος για την παραγωγή και εμπορία αγροτικών προϊόντων που ανταποκρίνονται στις σύγχρονες απαιτήσεις της αγοράς και του καταναλωτή.

Περίγραμμα ύλης
Σημασία του περιβάλλοντος για την αγροτική οικονομία και τον τουρισμό, πολιτικές χρήσης πόρων και περιβάλλοντικής διαχείριση, ήπιες μορφές χρήσης φυσικών πόρων. Ανανέωση και διατήρηση περιβαλλοντος, ο ρόλος του περιβάλλοντος στη γεωργία και τον τουρισμό. Τύποι βιώσιμης γεωργικής ανάπτυξης: ολοκληρωμένη, ''ορθολογική'', βιολογική γεωργία. Οικολογία και φυσιολατρία στον αγροτικό και τουριστικό τομέα, βιολογικά προϊόντα και υγιεινή διατροφή, αγροτουρισμός και αειφόρος ανάπτυξη.

A

Μεταποίηση Αγροτικών Προϊόντων*

Σκοπός του μαθήματος
Η κατανόηση και γνώση της μεταποίησης, εμπορίας και διανομής των αγροτικών προϊόντων είτε νωπών είτε ως μεταποιημένων προϊόντων για τη εξυπηρέτηση των αναγκών και επιθυμιών του καταναλωτή.

Περίγραμμα ύλης
Θεωρία: Χαρακτηριστικά αγροτικών προϊόντων. Συμπεριφορά του καταναλωτή και ανάγκες για νέα αγροτικά προϊόντα. Στρατηγικές ανάπτυξης νέων προϊόντων και κύκλος ζωής του προϊόντος. Οργάνωση για την ανάπτυξη νέου προϊόντος. Τεχνολογία, καινοτομία και πνευματική ιδιοκτησία. Ευκαιρίες και απειλές στα αγροτικά προϊόντα. Ονομασία προέλευσης και επώνυμα προϊόντα. Διαδικασίες τροποποίησης και κατάργησης προϊόντων. Θέματα συσκευασίας και σωματοποίησης του προϊόντος. Προστασία προϊόντων. Ανάλυση περιπτώσεων.
Εργαστήριο: Το εργαστηριακό τμήμα του μαθήματος θα περιλαμβάνει μια σειρά από εργαστήριακές ασκήσεις οι οποίες θα αποτελούν πρακτική εφαρμογή των θεωρητικών θεμάτων που αναφέρθηκαν παραπάνω.

* Απαιτείται η επιλογή δύο (2) μαθημάτων τομέα

H

Εφαρμογές Ηλεκτρονικού Εμπορίου*

Σκοπός του μαθήματος

Με την είσοδο στη δεύτερη χιλιετία το Ηλεκτρονικό Εμπόριο (e-commerce) και το Ηλεκτρονικό Επιχειρείν (e-business), βασιζόμενα στο διαδίκτυο (Internet), οδηγούν σε σύγχρονες και καινοτόμες εφαρμογές στα πλαίσια των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, συναλλαγών και συνεργασιών. Η εφαρμογή διαδικασιών Ηλεκτρονικού Εμπορίου, ο ηλεκτρονικός μετασχηματισμός της επιχείρησης (ηλεκτρονική επιχείρηση e-marketing, e-logistics) και ηα ανάπτυξη ηλεκτρονικών μοντέλων επιχειρηματικής δικτύωσης και εικονικών οργανώσεων αποτελούν τις τάσεις και προκλήσεις του παρόντος και μέλλοντος.

Ο σκοπός αυτού του μαθήματος είναι να περιγράψει τις έννοιες του Ηλεκτρονικού Εμπορίου και Ηλεκτρονικού Επιχειρείν, τον τρόπο διεξαγωγής και διοίκησης αυτών, καθώς και των ευκαιριών, πλεονεκτημάτων, περιορισμών, προβληματισμών και κινδύνων που προκύπτουν από την εφαρμογή αυτών. Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο εστιάζεται εδώ σε εξειδικευμένες εφαρμογές και στην υλοποίησή του με την κάλυψη θεμάτων, τόσο ενδοεπιχειρησιακών λειτουργιών/διαδικασιών (management, μάρκετινγκ, λογιστικής, χρηματοοικονομικών, παραγωγής, διαχείρισης, αποθεμάτων/εφοδιαστική, διαχείρισης πληροφοριών και διαχείρισης ανθρωπίνων πόρων), όσο και διεπιχειρησιακών (ηλεκτρονικών συναλλαγών μεταξύ επιχειρήσεων, επιχειρήσεων και καταναλωτών, καθώς και ανάμεσα σε επιχειρήσεις, καταναλωτές και δημόσιους/κυβερνητικούς οργανισμούς). Επιπλέον, προσεγγίζονται συγκεκριμένοι επιχειρηματικοί κλάδοι, όπως π.χ. ο τραπεζικός τομέας, ο αγροτικός τομέας και ο τουρισμός με προσανατολισμό σε πραγματικές καταστάσεις.

Περίγραμμα ύλης

Βασικές έννοιες και αρχές, εξελικτική πορεία και πεδία εφαρμογής του ηλεκτρονικού εμπορίου/επιχειρείν. Η δημιουργία ενός νέου περιβάλλοντος επιχειρηματικών διαδικασιών. Οι επιπτώσεις του ηλεκτρονικού στην οικονομία και κοινωνία. Τεχνολογίες και επιχειρηματικά μοντέλα στο ηλεκτρονικό εμπόριο/επιχειρείν. Προσεγγίσεις εφαρμογών του Η.Ε. και ηλεκτρονικού επιχειρείν, ERP (Enterprise Resource Planning , Συστήματα Διαχείρισης Επιχειρησιακών Πόρων), CRM (Customer Relationship

* Απαιτείται η επιλογή δύο (2) μαθημάτων τομέα

Management, Συστήματα Διαχείρισης Πελατών), SCM (Supply Chain Management, Συστήματα Διαχείρισης Εφοδιαστικής Αλυσίδας). E-Logistics, διαχείριση ηλεκτρονικής εφοδιαστικής αλυσίδας. Ηλεκτρονικά Επιχειρησιακά Μοντέλα (Electronic Business Models). Τύποι επιχειρηματικών εφαρμογών στο δίκτυο/internet. Καταναλωτές στο internet και έρευνα αγοράς. E-Marketing, Internet marketing, e-CRM (Customer Relationship Marketing). Σχεδιασμός Διαδικτυακού Marketing (Internet Marketing Plan) και ανάπτυξη προγράμματος ηλεκτρονικής επιχειρηματικής δράσης (E-Business Plan). Εμπορική χρήση του internet. Λειτουργία λιανικού εμπορίου βάσει ΗΕ και ηλεκτρονικών υπηρεσιών. Διαφήμιση στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο (On-line advertising): Σχεδιασμός διαφημιστικού προγράμματος στο διαδίκτυο, μέθοδοι και τεχνικές για μια αποτελεσματική διαδικτυακή διαφήμιση. Παρουσίαση και ανάλυση παραδειγμάτων του Ηλεκτρονικού Εμπορίου και Ηλεκτρονικού Επιχειρείν, βέλτιστες πρακτικές, μελέτες περιπτώσεων.

H

Εφαρμογές Πολυμέσων στο Μάρκετινγκ*

Σκοπός του μαθήματος

Η κατανόηση των πολυμεσικών συστημάτων και εφαρμογών, καθώς και στην προσέγγιση των δυνατοτήτων που περιέχουν για την εφαρμογή των σύγχρονων αυτών τεχνολογιών και μέσω του διαδικτύου στο μάρκετινγκ. Τέλος, καταγράφονται εφαρμογές των πολυμέσων στο μάρκετινγκ που έχουν υλοποιηθεί και γίνονται προσεγγίσεις για μελλοντικές ευκαιρίες και προοπτικές.

Περίγραμμα ύλης

Εισαγωγικές έννοιες. Πλεονεκτήματα της χρήσης των πολυμέσων στο Μάρκετινγκ. Πλατφόρμες-Συστήματα Πολυμέσων. Υποστήριξη πωλήσεων με πολυμεσικούς καταλόγους. Προβολή εταιρείας/προϊόντων. Αλληλεπιδρώντα περίπτερα πληροφόρησης (info kiosks). Εκπαίδευση (π.χ. πωλητών) βάσει υπολογιστών με τη χρήση πολυμεσικών εφαρμογών. Δυνατότητες εφαρμογής πολυμέσων στο μάρκετινγκ. Τα πολυμέσα στην έρευνα αγοράς, στην πολιτική προβολή, στην πολιτική διανομή, στην τιμολογιακή πολιτική. Το παρόν και το μέλλον των πολυμέσων σε σχέση με το μάρκετινγκ. Πρακτικές εφαρμογές.

* Απαιτείται η επιλογή δύο (2) μαθημάτων τομέα

Εξάμηνο Ζ'

Γ

Στρατηγικό Μάρκετινγκ

Σκοπός του μαθήματος
Οι φοιτητές διδάσκονται τις έννοιες του στρατηγικού σχεδιασμού και προγραμματισμού στο υποσύστημα μάρκετινγκ μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού. Παρουσιάζονται τα βασικά αναλυτικά εργαλεία του μάρκετινγκ Audit και της Swot Analysis καθώς και κυρίως το σχέδιο Μάρκετινγκ (Marketing Plan) ως προς το περιεχόμενο και τη χρησιμότητα τους. Οι φοιτητές εξοπλίζονται με τις απαραίτητες γνώσεις και δεξιότητες που είναι απαραίτητες για την επαγγελματική τους σταδιοδρομία στο χώρο του μάρκετινγκ και τη μελλοντική εξέλιξη τους στο επίπεδο του Μάρκετινγκ manager.

Περίγραμμα ύλης
Marketing audit και swot analysis. Το περιεχόμενο και οι ενότητες ενός πλάνου μάρκετινγκ (ανάλυση παρούσας κατάστασης, swot analysis και ανάλυση βασικών ζητημάτω, στόχοι, στρατηγική, τακτική, προϋπολογισμός, έλεγχος). Μελέτη περιπτώσεων (case study), εκπόνηση και παρουσίαση πλάνου μάρκετινγκ πραγματικών επιχειρήσεων από ομάδες φοιτητών.

Γ

Επιχειρησιακή Έρευνα

Σκοπός του μαθήματος
Η γνώση των βασικών μεθόδων της επιχειρησιακής έρευνας σαν εργαλείου λήψης επιχειρηματικών αποφάσεων που αφορούν την επιχείρηση και το μάρκετινγκ.

Περίγραμμα ύλης
Εισαγωγή στο γραμμικό προγραμματισμό, προβλήματα αναφοράς, μοντελοποίηση, γραφική μέθοδος, εισαγωγή στη μέθοδο Simplex, ανάλυση ευαισθησίας, ειδικά προβλήματα γραμμικού προγραμματισμού (Προβλήμα της μεταφοράς, πρόβλημα της ανάθεσης).
Πληροφοριακά συστήματα γραμμικού προγραμματισμού (management της παραγωγής, κατανομή πόρων, οργάνωση και διοίκηση, marketing management, μεταφορές, ενέργεια, ανάπτυξη, περιβάλλον).

Γ

Σεμινάριο Τελοιοφοίτων

Σκοπός του μαθήματος
Η ολοκληρωμένη παρουσίαση της θεωρίας του μάρκετινγκ και η προετοιμασία των φοιτητών για την επαγγελματική τους σταδιοδρομία στον κλάδο του μάρκετινγκ.

Περίγραμμα ύλης
Το μάθημα θα γίνεται με μορφή παρουσίασης περιπτώσεων (case studies) και έχει σαν στόχο μια ολοκληρωμένη παρουσίαση των θεμάτων του μάρκετινγκ ηλεκτρονικών υπηρεσιών, τουρισμού και αγροτικών προϊόντων. Απευθύνεται κυρίως στους φοιτητές που θα επιλέξουν την κατεύθυνση του τουρισμού. Θα επικεντρώνεται σε θέματα που αφορούν την μελλοντική επαγγελματική απασχόληση των αποφοίτων του τμήματος στονκλάδο. Επίσης θα τους καθοδηγεί στην επιλογή πρακτικής εξάσκησης στο 8ο εξάμηνο και την επιλογή της πτυχιακής εργασίας που θα συγγράψουν.

Τ

Μάρκετινγκ Τουριστικών Προορισμών*

Σκοπός του μαθήματος
Η κατανόηση του ρόλου του Μάρκετινγκ από πλευράς Εθνικών Οργανισμών Τουρισμού.

Περίγραμμα ύλης
Σχεδιασμός της στρατηγικής Μάρκετινγκ από τους Εθνικούς Οργανισμούς Τουρισμού. Παράλληλη θεωρηση της ανάπτυξης και της προβολής της χώρας ως ενιαίου τουριστικού προορισμού. Εναρμονισμός τουριστικής προσφοράς και ζήτησης σε ποσοτικά και ποιοτικά μεγέθη. Εμπλουτισμός της Τουριστικής Προσφοράς ώστε να ανταποκρίνεται στις μεταβαλλόμενες τουριστικές ανάγκες. Ανάδειξη και προβολή των συγκριτικών πλεονεκτημάτων της χώρας. Συμμετοχή σε διεθνείς τουριστικές εκθέσεις – δημιουργία ευνοϊκής εικόνας για τη χώρα. Έλεγχος τουριστικών δραστηριοτήτων.

* Απαιτείται η επιλογή δύο (2) μαθημάτων τομέα

T

Διαφήμιση & Προώθηση Τουριστικών Υπηρεσιών*

Σκοπός του μαθήματος
Χρησιμοποίηση μεθόδων και τεχνικών πολιτικής επικοινωνίας και πληροφόρησης. Προγραμματισμός – σχεδιασμός διαφημιστικής καμπάνιας και τεχνικές προώθησης προϊόντων. Συνδυασμός εναλλακτικών μορφών προώθησης προϊόντος.

Περίγραμμα ύλης
Διδασκαλία τρόπων τουριστικής διαφήμισης και επίτευξης των στόχων της. Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και τρόποι χρησιμοποίησης τους. Διαφημιστικοί φορείς και μοντέλα διαμόρφωσης διαφημιστικής καμπάνιας ανάλογα με το κόστος και την αποτελεσματικότητα τους. Τεχχνικές μετρήσεων αποτελεσμάτων διαφημιστικής καμπάνιας και αξιολόγηση πλάνων προώθησης προϊόντων στον τουρισμό. Ορθολογική χρησιμοποίηση διαφορετικών φορέων. Κατανόηση της σπουδαιότητας και αναγκαιότητας της προώθησης, προγραμματισμός προωθητικών εκδηλώσεων επικοινωνίας και πληροφόρησης.

A

Συστήματα Υποστήριξης Αποφάσεων στον Αγροτικό Τομέα*

Σκοπός του μαθήματος
Η γνώση μεθόδων και τεχνικών υποστήριξης της διαδικασίας λήψης αποφάσεων των επιχειρήσεων και ιδιαίτερα του αγροτικού τομέα.

Περίγραμμα ύλης
Διαδικασία λήψης αποφάσεων, εφαρμογή σε περίπλοκα επιχειρηματικά προβλήματα του αγροτικού τομέα. Μοντέλα ΣΥΑ, εφαρμογές στους διαφόρους τομείς της επιχείρησης, οικονομική σημασία στη λήψη αποφάσεων, αξιοποίηση της πληροφορικής στη λήψη αποφάσεων. Χρήση πακέτων Η/Υ σε διάφορα προβλήματα. Συστήματα Υποστήριξης Αποφάσεων: Μοντέλα λήψης αποφάσεων, υποσυστήματα Σ.Υ.Α. και ταξινόμησή τους. Μέθοδοι και εργαλεία κατασκευής των Σ.Υ.Α. Παρουσίαση διαφόρων μοντέλων (π.χ. ανάλυση με πολυκριτήρια). Συστήματα στήριξης αποφάσεων για την γεωργία και τα αγροτικά προϊόντα. Εφαρμογή και ολοκλήρωση των Σ.Υ.Α., θέματα ολοκλήρωσης ανάλυση περιπτώσεων και εφαρμογές λογισμικού.

* Απαιτείται η επιλογή δύο (2) μαθημάτων τομέα

Ποιότητα Υγιεινής & Ασφάλεια Τροφίμων*

A

Σκοπός του μαθήματος
Η παρουσίαση και κατανόηση της έννοιας της ποιότητας και υγιεινής των τροφίμων και των συστημάτων που υπάρχουν για την διασφάλιση τους, ώστε τα αγροτικά προϊόντα να ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις των διεθνών αγορών και του σύγχρονου καταναλωτή.

Περίγραμμα ύλης
Θεωρία: Σημασία της υγιεινής των τροφίμων, διαδικασίες και διεργασίες παραγωγής τροφίμων. Συστήματα διασφάλισης ποιότητας τροφίμων, παρουσίαση τεχνικής Ανάλυσης Επικινδυνότητας – Κρίσιμα Σημεία Ελέγχου (HACCP), έτσι ώστε να διασφαλίζεται η παραγωγή ασφαλών και ποιοτικών προϊόντων. Διατροφικές συνήθειες, αγροτικά προϊόντα και διατροφή. Μεσογειακή και Κρητική διατροφή. Περιβάλλον και διατροφή, καταναλωτικές διατροφικές συνήθειες.
Εργαστήριο: Εισαγωγή στα Ελληνικά, Ευρωπαϊκά και Διεθνή Πρότυπα Διασφάλισης Ποιότητας και Υγιεινής Τροφίμων (ΕΛΟΤ 1416, HACCP, ISO 22000, BRC). Μεθοδολογίες Ανάπτυξης και Σχεδιασμού Συστημάτων και Εγχειριδίων HACCP, ISO 22000 ΚΑΙ BRC με τη χρήση σύγχρονης τεχνολογίας και εξελιγμένου λογισμικού παρακολούθησης και καταγραφής απαιτήσεων και προδιαγραφών. Μελέτη περιπτώσεων Συστημάτων σε Αγροτικές και Τουριστικές Επιχειρήσεις.

* Απαιτείται η επιλογή δύο (2) μαθημάτων τομέα

Η

Ηλεκτρονικές Αγορές & Υπηρεσίες

Σκοπός του μαθήματος
Η εμβάθυνση στο ηλεκτρονικό μάρκετινγκ προϊόντων και υπηρεσιών, κατανόηση των ιδιαιτεροτήτων και δυνατοτήτων των νέων μέσων και τεχνολογίας.

Περίγραμμα ύλης
Εισαγωγή στην έννοια του μάρκετινγκ των υπηρεσιών. Χρήση του διαδικτύου για το marketing. Αρχές ηλεκτρονικού μάρκετινγκ: ορισμός και ανάλυση αγοράς, σχεδίαση ηλεκτρονικής παρουσίας, marketing στο διαδίκτυο, επιχειρησιακές ευκαιρίες του παγκόσμιου ιστού, κλαδική ανάλυση των χρήσεων του Διαδικτύου. Αρχές Διαδρασιακού Μάρκετινγκ: στρατηγικές και τακτικές επικεντρωμένες στον καταναλωτή, διαδρστική λιανική πώληση, διαδραστικά περίπτερα, διαδραστική διαφήμιση, ανατομία των διαφημίσεων του παγκόσμιου ιστού, μέτρηση της αποτελεσματικότητας των διαδραστικών μέσων. Ανάλυση στόχου, κοινό και προτεραιότητες, αντικειμενικοί στόχοι, διαφήμιση και προβολή, σχεδιασμός και ορόσημα, ηλεκτρονική διαμεσολάβηση (προμήθειες), προσθήκη αξίας σε ιστοσελίδες. Απαιτήσεις ηλεκτρονικού εμπορίου, στοιχεία ηλεκτρονικού εμπορίου (καλάθι αγορών, πληρωμές, συναλλαγές). Είδη ηλεκτρονικού εμπορίου (B2B, δημοπρασίες, portals), προσέλκυση πελατών, προγράμματα μάρκετινγκ ηλεκτρονικών επιχειρήσεων. Ανάλυση περιπτώσεων και πρακτικών.

* Απαιτείται η επιλογή δύο (2) μαθημάτων τομέα

H

Ηλεκτρονικές Συναλλαγές & Ασφάλεια*

Σκοπός του μαθήματος

Μετά την ολοκλήρωση του μαθήματος ο φοιτητής θα έχει αποκτήσει τια απαραίτητες γνώσεις και δεξιότητες ώστε να αντιλαμβάνεται την έννοια της διασφάλισης της πληροφορίας ένατι πιθανών εισβολών και άλλων πηγών προβλημάτων όπως απώλεια, τεχνική αστοχία, κ.λ.π.. Επίσης θα ενημερωθεί σχετικά με κώδικες διόρθωσης λαθών στη μετάδοση και αποθήκευση πληροφορίας όπως επίσης και στη λειτουργία κρυπτογραφικών συστημάτων. Τέλος θα ενημερωθεί σχετικά με την τεχνολογία και τα εργαλεία προστασίας υπολογιστικών συστημάτων.

Περίγραμμα ύλης

Θεωρία: Οι συναλλαγές και οι απαιτήσεις τους στη τεχνολογία. Οι κώδικές ανίχνευσης και διόρθωσης λαθών, η κρυπτογραφία και η προστασία συστημάτων.

Εργαστήριο: Τα κρυπτογραφικά συστήματα με εξειδίκευση στο RSA, Τα ασφαλή πρωτόκολλα μεταφοράς πληροφορίας (π.χ. HTTPS). Την ασφάλεια εξυπηρετητή Web, την ασφάλεια client Web, την ανίχνευση και αποκάλυψη εισβολέων σε υπολογιστικά συστήματα και την εξέταση του εργαστηρίου.

* Απαιτείται η επιλογή δύο (2) μαθημάτων τομέα

Εξάμηνο

Η΄

Γ
Πτυχιακή Εργασία
Πρακτική Εργασία
Γ

Προαπαιτούμενα Μαθήματα

Μάθημα	*Προαπαιτούμενο*
Μίγμα Μάρκετινγκ	Αρχές Μάρκετινγκ
Μακροοικονομία	Μικροοικονομία
Βασικές Αρχές Πληροφορικής	Εισαγωγή στην Πληροφορική
Αρχές Διαφήμισης	Συμπεριφορά Καταναλωτή
Χρηματοοικονομική Διοίκησης, Κοστολόγηση	Αρχές Λογιστικής
Έρευνα Αγοράς	Εφαρμοσμένη Στατιστική Επιχ/σεων
Διεθνές Μάρκετινγκ	Αρχές Μάρκετινγκ
Logistics, Εφοδιαστική Αλυσίδα	Βασικές Αρχές Πληροφορικής
Διαφημιστική Εκστρατεία	Αρχές Διαφήμισης
B2B Μάρκετινγκ	Μίγμα Μάρκετινγκ
Επιχειρησιακή Έρευνα	Μαθηματικά Επιχειρήσεων

Προαιρετικά Μαθήματα

Στο πλαίσιο σπουδών τους οι φοιτητές έχουν τη δυνατότητα επιλογής και παρακολούθησης προαιρετικών μαθημάτων. Τα προσφερόμενα προαιρετικά μαθήματα ανακοινώνονται κατά το διάστημα της υποβολής δηλώσεων μαθημάτων.

Βιβλιογραφία

Η αναζήτηση, ο εντοπισμός και η χρήση σχετικής βιβλιογραφίας με το αντικείμενο των μαθημάτων που πραγματεύονται οι φοιτητές αποτελεί μία από τις υποχρεώσεις τους.

Σχετικά Link

Καθηγητές & Μαθήματα

Έρευνα & Τεχνολογία

Στο Τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης του Τ.Ε.Ι. Κρήτης έχουν δημιουργηθεί δύο εργαστήρια με ερευνητικές δραστηριότητες που εμπίπτουν στο γνωστικό αντικείμενο του κάθε τομέα διδασκαλίας

Εργαστήριο Ηλεκτρονικής Επιχειρηματικής Ευφυΐας

(e-Business Intelligence Lab)

Το Εργαστήριο Ηλεκτρονικής Επιχειρηματικής Ευφυΐας (e-business intelligence lab) του Τμήματος Εμπορίας και Διαφήμισης, του ΤΕΙ Κρήτης, δραστηριοποιείται στην ερευνητική ανάπτυξη του ηλεκτρονικού τομέα στα πλαίσια του ηλεκτρονικού εμπορίου, συμμετέχοντας σε ευρωπαϊκά και εθνικά έργα, καθώς και στην εφαρμογή του με την συνεργασία του με φορείς και επιχειρήσεις.

Υπεύθυνος Εργαστηρίου:
κ. Ιωάννης Κοπανάκης

Τηλέφωνο:
28420 89489

Fax:
28420 89797

E-mail:
Kopanakis@e-bi.gr

Ηλεκτρονική Διεύθυνση:
www.e-bi.gr

Διεύθυνση:
Τμήμα Εμπορίας & Διαφήμισης, Κ. Παλαμά & Ι. Κακριδή, Ιεράπετρα, Κρήτη, ΤΚ 72200.

Στο μεταβιομηχανικό πλαίσιο λειτουργίας των σύγχρονων επιχειρήσεων, ως κινητήριος δύναμη και βασικό εργαλείο των επιχειρηματικών υποκειμένων αναδεικνύεται η πληροφορία, η οποία προέρχεται τόσο από το εξωτερικό όσο και από το εσωτερικό τους περιβάλλον. Κάθε οργανισμός είναι αποδέκτης πληροφοριών τόσο από τους πελάτες, συνεργάτες, μεσάζοντες, ανταγωνιστές, κρατικούς φορείς, κ.λπ., όσο και από το σύνολο των στελεχών του, τα οποία μεταφέρουν, αποκτούν και βελτιώνουν συνεχώς την τεχνογνωσία και εμπειρία

τους.
Επομένως, οι σύγχρονοι οργανισμοί μπορούν πλέον να παρομοιαστούν με ζωντανές, εξελισσόμενες οντότητες, οι οποίες προσαρμόζονται στο περιβάλλον τους για να επιβιώσουν. Με δεδομένη την πολυπλοκότητα που χαρακτηρίζει τις σύγχρονες αγορές, η λήψη των σωστών αποφάσεων απαιτεί ταχύτητα, στρατηγικό όραμα και, πάνω απ' όλα, σωστή αξιολόγηση της πληροφορίας.
Η συγκεκριμένη διαδικασία προσομοιάζει κατά πολύ τη γνωστική διαδικασία των ανθρωπίνων υποκειμένων, τα οποία χρησιμοποιούν και αναπτύσσουν την ευφυΐα τους προκειμένου ν' ανταπεξέλθουν επιτυχώς στις απαιτήσεις του περιβάλλοντος στο οποίο δραστηριοποιούνται.
Ως εκ τούτου, ο όρος «επιχειρηματική ευφυΐα». αποκτά θεωρητική και πρακτική υπόσταση, περιλαμβάνοντας τις εφαρμογές εξελιγμένης διοικητικής πληροφόρησης και υποστήριξης λήψης αποφάσεων. Πρόκειται για εφαρμογές που αξιοποιούν σε ένα δεύτερο στάδιο τις πρωτογενείς πληροφορίες (π.χ. από εμπορική - λογιστική διαχ/ση, ERP).
Οι εφαρμογές αυτές βοηθούν στον προσδιορισμό και στην επίτευξη των εταιρικών στόχων και στη βελτίωση της ποιότητας των σχέσεων με τους πελάτες, υπάρχοντες και δυνητικούς.
Η σύγχρονη λειτουργία των επιχειρήσεων δεν μπορεί να νοηθεί χωρίς τη χρήση του παγκόσμιου ιστού με σκοπό τη διαχείριση της αλυσίδας προμηθευτών, τη μείωση του συναλλακτικού κόστους, την αποτελεσματικότερη διοικητική οργάνωση, τη συντομότερη απογραφή, το πλάνο παραγωγής και πάνω από όλα την αποτελεσματικότερη προσέγγιση νέων και παλαιών πελατών.
Σε αυτό το πλαίσιο, έχει μεταβληθεί και η μέχρι τώρα θεώρηση σχετικά με το ηλεκτρονικό επιχειρείν, με το να περιλαμβάνει πέρα από τις κλασικές ηλεκτρονικές συναλλαγές και επιπρόσθετες ηλεκτρονικές επιχειρηματικές δραστηριότητες. Συνεπώς, το σύγχρονο ηλεκτρονικό επιχειρείν, περιλαμβάνει τόσο τις κλασικές πλέον συναλλαγές αγαθών και υπηρεσιών μέσω του παγκόσμιου ιστού, όσο και οποιαδήποτε άλλη επιχειρηματική δραστηριότητα προκύψει με την χρήση κάποιου ψηφιακού δικτύου από τις εξελισσόμενες νέες τεχνολογίες (π.χ. διαδραστική τηλεόραση).

Στόχοι
Οι επιχειρήσεις κάνουν σήμερα εκτεταμένη χρήση Βάσεων Δεδομένων, με τις οποίες διατηρούν και χειρίζονται τεράστιο όγκο επιχειρησιακών δεδομένων. Παραδοσιακά, προτιμούν εφαρμογές οι οποίες παράγουν αναφορές, στα ερωτήματα των δεδομένων που εμπεριέχονται στις βάσεις τους συνιστώντας κατ' αυτόν τον τρόπο ένα στατικό τρόπο ανάλυσης. Από την άλλη μεριά η Επιχειρησιακή Ευφυΐα, μέσω μίας δυναμικής ανάλυσης, επιτυγχάνει τα εξής:

1. ανταγωνιστικό πλεονέκτημα
2. μοντελοποίηση επιχειρησιακών διαδικασιών
3. βελτίωση επιχειρησιακών διαδικασιών

μέσα από τη διερεύνηση, τη σύνοψη και τη

μοντελοποίηση δεδομένων. Από τα παραπάνω, προκύπτει η έννοια της Επιχειρηματικής Ευφυΐας, εφόσον η γνώση από τη στιγμή που θα αφομοιωθεί από έναν «οργανισμό», μπορεί να οδηγήσει σε ευφυείς επιλογές. Στην καθημερινότητα των μικρο-μεσαίων επιχειρήσεων, όπου η δυνατότητα απόκτησης και χρήσης σύγχρονων τεχνολογιών είναι περιορισμένη, η ανάπτυξη ενός μηχανισμού, με τον οποίο θα συλλέγονται και θα αξιοποιούνται οι απαραίτητες πληροφορίες που αφορούν τις σημαντικότερες επιχειρησιακές λειτουργίες κρίνεται κάτι παραπάνω από αναγκαία. Μέσω αυτού του μηχανισμού, η συλλογή των δεδομένων δε θα περιορίζεται πλέον στα οικονομικά δεδομένα που στην πλειονότητα των περιπτώσεων παραμένουν και αναξιοποίητα.

Στο πλαίσιο αυτό στόχοι του εργαστηρίου είναι:

- Η ενοποίηση του τομέα του ηλεκτρονικού εμπορίου με τις νέες τεχνολογίες και τις παραδοσιακές επιχειρησιακές διαδικασίες συστήνοντας αναβαθμισμένη οικονομική αποδοτικότητα. Με την ωρίμανση που επήλθε και από την κρίση των τελευταίων ετών στο χώρο είναι πλέον ξεκάθαρο ότι ο στόχος μας δεν είναι η αντικατάσταση των φυσικών επιχειρήσεων αλλά η ενίσχυσή τους. Μπορεί αυτό να είχε ως αποτέλεσμα ο ρυθμός των αλλαγών να μην είναι πλέον ραγδαίος αλλά οι ουσιαστικές εξελίξεις να έχουν γίνει πολύ πιο σημαντικές.
- Η ανάπτυξη συστημάτων στήριξης αποφάσεων, διαχείριση γνώσης και επιχειρησιακής ευφυΐας που τάσσονται στην υπηρεσία επιχειρήσεων και οργανισμών αξιοποιώντας επιστημονικά και τεχνολογικά επιτεύγματα.

Αποστολή

Το e-bi απευθύνεται σε επιχειρήσεις και γενικότερα οργανισμούς:

- που διαθέτουν σχετικό όγκο δεδομένων και εμφανίζουν αναγκαιότητα αποτελεσματικής διαχείρισής τους.
- που ήδη δραστηριοποιούνται ή επιθυμούν να δραστηριοποιηθούν στον τομέα του ηλεκτρονικού εμπορίου και θέλουν να αναπτύξουν ή να βελτιστοποιήσουν τις υποδομές τους επικεντρώνοντας τις δραστηριότητές τους στο σχεδιασμό, στην ανάπτυξη και στην εφαρμογή διαδικτυακών συστημάτων διαχείρισης της πληροφορίας.

Έρευνα εργαστηρίου

Το εργαστήριο δραστηριοποιείται ερευνητικά στους επιστημονικούς τομείς:

- Εξόρυξης Δεδομένων
- Διαχείριση Γνώσης
- Βάσεις Δεδομένων
- Μοντελοποίηση Γνώσης
- Ψηφιακή Τηλεόραση
- e-Επιχειρείν
- Επιχειρησιακή Νοημοσύνη

Εργαστήριο Ποιοτικού Ελέγχου Τροφίμων (Ε.Π.Ε.Τ.)

Υπεύθυνος Εργαστηρίου:
κ.Εμμανουήλ Κοκκινάκης

Τηλέφωνο:
28420 89487

Fax:
28420 89797

E-mail:
kokkinakis@emark.teicrete.gr

Ηλεκτρονική Διεύθυνση:

Διεύθυνση:
Τμήμα Εμπορίας & Διαφήμισης, Κ. Παλαμά & Ι. Κακριδή, Ιεράπετρα, Κρήτη, ΤΚ 72200.

Ο Διεθνής Οργανισμός Τυποποίησης (International Standards Organization, ISO) ορίζει την έννοια της ποιότητας, ως το σύνολο των ιδιοτήτων και των χαρακτηριστικών ενός προϊόντος, τα οποία του προσδίδουν τη δυνατότητα να ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις του καταναλωτή. Είναι δηλαδή το σύνολο των ιδιοτήτων και των χαρακτηριστικών του προϊόντος (ή υπηρεσίας) που εξυπηρετούν καθορισμένες ή υπονοούμενες ανάγκες.

Μία από τις βασικές παραμέτρους που χαρακτηρίζουν και επηρεάζουν την ποιότητα των τροφίμων είναι η ασφάλεια. Είναι πρωταρχικής σημασίας παράγοντας της ποιότητας των τροφίμων και αφορά την προστασία της υγείας του καταναλωτή.
Το αυξημένο ενδιαφέρον για την ασφάλεια των τροφίμων οφείλεται κατά κύριο λόγο στην προστασία της δημόσιας υγείας και δευτερευόντως στις επιπτώσεις που έχει στα εισοδήματα των αγροτών και των μεταποιητών, στις τιμές των προϊόντων, στις επιλογές των καταναλωτών, στην ισχύ της εθνικής οικονομίας και στη διεθνή ανταγωνιστικότητα των συστημάτων τροφίμων.
Η ασφάλεια των τροφίμων αποτελεί ηθική και νομική υποχρέωση του παρασκευαστή και των δημόσιων αρχών, αλλά ταυτόχρονα αποτελεί και απαίτηση του καταναλωτή.

Στόχοι του Εργαστηρίου
Στόχος του ΕΠΕΤ είναι η άρτια επιστημονική και ολοκληρωμένη υποστήριξη της ποιότητας των τροφίμων που παράγονται, επεξεργάζονται ή διακινούνται στον πρωτογενή τομέα (γεωργική παραγωγή) και στον δευτερογενή τομέα (επιχειρήσεις τροφίμων, μαζική εστίαση κτλ), μέσω ανάλυσης,

ανάπτυξης, εφαρμογής και παρακολούθησης Συστημάτων Διασφάλισης Ποιότητας (πχ EUREPGAP, HACCP, ISO 9000 και ISO 14000).
Το ΕΠΕΤ φιλοδοξεί να αποτελέσει τον πρώτο δημόσιο φορέα που σε συνεργασία με τον αγρότη-παραγωγό αλλά και τον επιχειρηματία τροφίμων, θα αναπτύξει την καινοτόμο δράση: εισαγωγή και υιοθέτηση της ολοκληρωμένης διασφάλισης της ποιότητας στον πρωτογενή και δευτερογενή τομέα, προασπίζοντας την δημόσια υγεία, αυξάνοντας την ανταγωνιστικότητα των προϊόντων και συμβάλλοντας στην προσέγγιση των ανώτατων εκπαιδευτικών ιδρυμάτων στα πραγματικά προβλήματα των παραγωγών-επιχειρήσεων τροφίμων.

Αποστολή του Εργαστηρίου
Πρωταρχικός σκοπός του ΕΠΕΤ είναι η άρτια και ολοκληρωμένη κατάρτιση των φοιτητών σε θέματα ποιότητας, ασφάλειας και υγιεινής των τροφίμων, συμβάλλοντας στην διαμόρφωση στελεχών που θα κλιθούν να διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο σε επιχειρήσεις τροφίμων στον τομέα του marketing και του management, μέσω της ασφαλούς και επιτυχής εφαρμογής της ποιότητας στην επιχείρηση, από το στάδιο της αξιολόγησης του προμηθευτή και της προμήθειας των

πρώτων υλών μέχρι και τη διανομή και διαφήμιση του προϊόντος. Η ποιότητα και η ασφάλεια του τροφίμου είναι καθοριστικοί παράγοντες για τη βιωσιμότητα και την ανταγωνιστικότητα μιας επιχείρησης τροφίμων.

Συμπληρωματικά το ΕΠΕΤ δύναται να αποτελέσει καθοριστικό παράγοντα στην αύξηση της ανταγωνιστικότητας των πρώιμων κηπευτικών στην ευρύτερη περιοχή της Ιεράπετρας. Η ανάπτυξη του εργαστηρίου και η στελέχωση του με το κατάλληλο εκπαιδευτικό – ερευνητικό προσωπικό μπορεί να συμβάλει στη δημιουργία ενός καινοτόμου κέντρου ποιότητας που θα αποφέρει σημαντική προστιθέμενη αξία στα τοπικά προϊόντα μέσω της πιστοποίησης της ποιότητας τους. Το ΕΠΕΤ μπορεί να αποτελέσει τον πρώτο δημόσιο φορέα στην ελληνική επικράτεια που σε συνεργασία με τον αγρότη – παραγωγό αλλά και τον επιχειρηματία τροφίμων θα εισάγει την καινοτόμο δράση : εισαγωγή και υιοθέτηση της ολοκληρωμένης διασφάλισης της ποιότητας στον πρωτογενή τομέα (χωράφι) αυξάνοντας την ανταγωνιστικότητα των τοπικών προϊόντων και διασφαλίζοντας παράλληλα τη δημόσια υγεία. Τα τοπικά προϊόντα μέσω των αναλύσεων αλλά και της ανάπτυξης συστημάτων διασφάλισης ποιότητας μπορούν να πιστοποιηθούν για την ασφάλεια, την υγιεινή και την ποιότητα τους. Αποκτούν έτσι μια προστιθέμενη αξία που τα καθιστά ιδιαίτερα ανταγωνιστικά στην Ελληνική αλλά και στη Διεθνή αγορά.

Η δράση του ΕΠΕΤ διασφαλίζει την εργασία και το προϊόν του τοπικού παραγωγού, αυξάνει την ανταγωνιστικότητα των τοπικών προϊόντων, υποστηρίζει την τοπική οικονομία, διασφαλίζει την εμπιστοσύνη του καταναλωτή, προάγει τη δημόσια υγεία και ενισχύει την έρευνα και επικεντρώνει μέρος της ακαδημαϊκής έρευνας στα προβλήματα της αγοράς.

Το ΕΠΕΤ μπορεί επίσης να αποτελέσει κέντρο μεταφοράς τεχνογνωσίας στον ελληνικό ή/και στον ευρύτερο μεσογειακό χώρο όπου παράγονται ομοειδή προϊόντα σε, κατά το μάλλον ή ήττον, όμοιες περιβαλλοντικές συνθήκες.

Πεδίο Δράσης του Εργαστηρίου

Το ΕΠΕΤ, στην πρώτη φάση της ανάπτυξής του, δραστηριοποιήθηκε στον ευρύτερο γεωγραφικό χώρο της Ιεράπετρας. Ασχολείται με την παροχή συστημάτων διασφάλισης ποιότητας και με την παρακολούθηση της επιτυχούς τους εφαρμογής μέσω των σχετικών χημικών και μικροβιολογικών εργαστηριακών αναλύσεων. Αναλυτικά παρέχει :

- Εργαστηριακές Αναλύσεις:
  - » Χημικές αναλύσεις τροφίμων (έλεγχος υπολειμμάτων φυτοφαρμάκων)
  - » Χημικές αναλύσεις τροφίμων (έλεγχος υπολειμμάτων αντιβιοτικών)
  - » Μικροβιολογικές αναλύσεις τροφίμων (έλεγχος παρουσίας αλλοιογόνων-παθογόνων μικροοργανισμών)
  - » Μικροβιολογικές αναλύσεις δειγμάτων επιφανειών-αέρα
  - » Μικροβιολογικές αναλύσεις υδάτων (πόσιμων, εμφιαλωμένων και υδάτων αναψυχής)

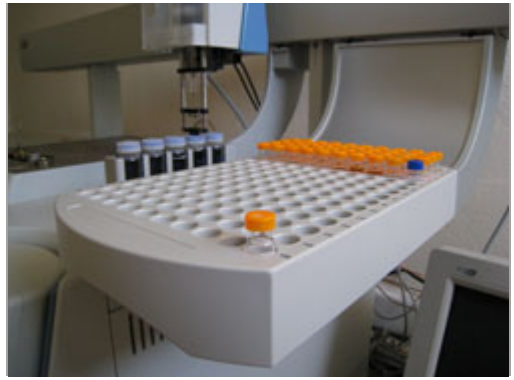
» Αναλύσεις θρεπτικής αξιολόγησης τροφίμων (σε επόμενο στάδιο)

- Σχεδιασμός Συστημάτων Διασφάλισης Ποιότητας
  » Συστήματα Ολοκληρωμένης Διαχείρισης στην Γεωργική Παραγωγή (EUREPGAP)
  » Συστήματα Διασφάλισης Υγιεινής Τροφίμων (HACCP)
  » Συστήματα Διαχείρισης Ποιότητας (ISO 9000)
  » Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης (ISO 14000)

- Έρευνα και Ανάπτυξη - Υποστήριξη Αποφάσεων Επιχειρήσεων
  » Σχεδιασμός και υλοποίηση μελετών προσομοίωσης για την ασφάλεια τροφίμων, χρόνου ζωής τροφίμων, σχεδιασμός νέων προϊόντων τροφίμων, μελέτες επικινδυνότητας παραγωγικής διαδικασίας τροφίμων καθώς και μελέτες επίδρασης της κατανάλωσης τροφίμων στον πληθυσμό.
  » Επιτήρηση και αξιολόγηση της παραγωγικής διαδικασίας επιχειρήσεων τροφίμων (auditing)

- Εκπαίδευση
  » Εκπαίδευση σε θέματα ποιότητας τροφίμων (σε παραγωγούς και εργαζόμενους επιχειρήσεων τροφίμων).
  » Ενημέρωση επιχειρήσεων για τις απαιτήσεις της νομοθεσίας.

- Διαφήμιση και Προώθηση
  » Σε συνεργασία με το Τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης της Ιεράπετρα, δύναται να εκπονηθούν οικονομοτεχνικές μελέτες βιωσιμότητας επενδυτικών κινήσεων παραγωγής, συσκευασίας και διακίνησης προϊόντων καθώς και οργάνωσης διαφημιστικών πακέτων για



την προώθηση των προϊόντων στην εσωτερική αλλά και στην ευρωπαϊκή αγορά.

- Εκπαιδευτική και Ερευνητική Δραστηριότητα
  - » Παροχή εργαστηριακών μαθημάτων, όπως προκύπτει από τον οδηγό σπουδών, για το τμήμα της Ιεράπετρας αλλά και για άλλα τμήματα του ΤΕΙ Κρήτης (εφόσον χρειαστεί).
  - » Παροχή πρακτικής εργασίας σε σπουδαστές των τμημάτων του ΤΕΙ Κρήτης (Εμπορίας και Διαφήμισης Ιεράπετρας, Διατροφής και Διαιτολογίας Σητείας, Γεωπονικής Ηρακλείου κτλ)
  - » Συμμετοχή σε κρατικά ή ευρωπαϊκά προγράμματα έρευνας.

Σχετικά Link

Εργαστήριο Ηλεκτρονικής Επιχειρηματικής Ευφυΐας - www.e-bi.gr

ΑΝΩΤΑΤΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ
ΔΗΜΑΡΧΕΙΟ
Ελλήνων Ολυ
νδρέου
Κωστή Παλαμά
Κοντοπόδη
Δαιδάλου
Σάσσα Ελύτη
Κύπρου
Νίκου Καζαντζάκη
Γρηγορίου Αυξεντίου
Μπαριτάκη
Γ. Γιαννάκου
Κύπρου
Ομηρείας
Λασιθίου
Λασιθίου
Ιατρού Παπαγεωργίου
Ψυλλινάκη
Παπαγιαστοράκη
Παπαγου
Μεταξάκη
Περιφερειακός Ιεράπετρας
Α. Φιλοθέου
ρακρατίας
Ναυμαχίας
Ιδομενέως
Λιουδάκη
Στρατηγού Σαμουήλ
Σαμούλη

Χρήσιμες Επαφές

Έχετε κάποια ερώτηση; Επιλέξτε το link «Επικοινωνία» της ιστοσελίδας www.emark.teicrete.gr.
Εναλλακτικά, επικοινωνήστε με εμάς χρησιμοποιώντας τις παρακάτω πληροφορίες.

Τ.Ε.Ι. Κρήτης

Έδρα
Σταυρωμένος, Ηράκλειο Κρήτης, Τ.Κ. 71500
(+30) 2810 379328
(+30) 2810 379328
info@staff.teicrete.gr
www.teicrete.gr

Πρόεδρος
κ. Ευάγγελος Καπετανάκης
(+30) 2810 379300
(+30) 2810 250752
(+30) 2810 379328

Αντιπρόεδρος
κ. Εμμανουήλ Αντωνιδάκης
(+30) 2810 379303
(+30) 2810 314501
(+30) 2810 379328

Αντιπρόεδρος
κ. Βασίλειος Ζαχαρόπουλος
(+30) 2810 379301
(+30) 2810 314501
(+30) 2810 379328

Αντιπρόεδρος
κ. Κωνσταντίνος Σαββάκης
(+30) 2810 379345
(+30) 2810 250752
(+30) 2810 379328

Γραφείο Διασύνδεσης
(+30) 2810 379335
(+30) 2810 319281
career@career.teicrete.gr
www.career.teicrete.gr

Βιβλιοθήκη
(+30) 2810 379330
(+30) 2810 379330
libreq@lib.teicrete.gr
www.lib.teicrete.gr

Διευθυντής Σ.Δ.Ο.
κ. Τερζάκης Δημήτρης
(+30) 2810 379610
(+30) 2810 379610
dterzaki@admin.teiher.gr

Τμήμα Εμπορίας & Διαφήμισης

Έδρα
Κ. Παλαμά & Ι.Κακρίδη, Ιεράπετρα, Τ.Κ. 72200, Κρήτη
(+30) 28420 89480-1
(+30) 28420 89797
info@emark.teicrete.gr
www.emark.teicrete.gr

Προϊστάμενος Τμήματος
κ. Κοπανάκης Ιωάννης
(+30) 28420 89480
(+30) 28420 89797
i.kopanakis@emark.teicrete.gr
www.e-bi.gr/kopanakis

Γραμματεία
(+30) 28420 89480-1
(+30) 28420 89797
info@emark.teicrete.gr

Τεχνικό Τμήμα
(+30) 28420 89486
techteam@emark.teicrete.gr

Βιβλιοθήκη
Τ (+30) 28420 89483
librarians@emark.teicrete.gr

Γραφείο Διασύνδεσης
(+30) 28420 89484
alumni.emark@gmail.com
http://alumni.emark.teicrete.gr/

Εργαστήριο Ποιοτικού Ελέγχου Τροφίμων
(+30) 28420-89487

ΕΤΠ
(+30) 28420 89489
Karteri@emark.teicrete.gr

Εργαστήριο Ηλεκτρονικής Επιχειρηματικής Ευφυΐας
(+30) 28420 89489
(+30) 28420 89797
info@e-bi.gr
http://www.e-bi.gr

Σχετικά Links

Πλατφόρμα Ασύγχρονης Τηλεκπαίδευση (E-class).

A-Z Marketing

Η σελίδα του τμήματος στο facebook.

Το κανάλι του τμήματος στο YouTube.

Το blog του τμήματος

Χρήσιμα Τηλέφωνα Ιεράπετρας

Νοσοκομείο
(+30) 28420 90222

Δήμος
(+30) 28420 22562

Αστυνομία
(+30) 28420 22560

ΚΤΕΛ Ιεράπετρας
(+30) 28420 28237

ΤΑΞΙ
(+30) 28420 26600

ΚΤΕΛ Ηρακλείου
(+30) 2810 246530
http://www.ktelherlas.gr/

Παραγωγή

Τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης
Παράρτημα Ιεράπετρας
Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Κρήτης

Καλλιτεχνικός Σχεδιασμός Οδηγού

Χαράλαμπος Πανταζής, πτυχιούχος Τμ. Εμπορίας & Διαφήμισης Ιεράπετρας

Καλλιτεχνική Επίβλεψη

Μαριάννα Σιγανού
Μάνος Περακάκης

Επιμέλεια Κειμένων

Ιωάννης Κοπανάκης
Μαρία Αντωνάκη
Στάθια Ζουγανέλη
Γιώργος Μεραμβελιωτάκης

Φωτογραφίες Σχολής:
©2010 Κωνσταντουράκης Ιωσήφ

Φωτογραφίες στις σελ. 13, 43-46, 130
Φώτης Σέρφας, photographer - graphics artist

©2011-2012

ΤΜΗΜΑ ΕΜΠΟΡΙΑΣ & ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΕΡΑΠΕΤΡΑΣ

ΑΝΩΤΑΤΟ
ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ
ΚΡΗΤΗΣ