

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑ

ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ
ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ
ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ

Εθνικόν και Καποδιστριακόν
Πανεπιστήμιον Αθηνών

ΙΔΡΥΘΕΝ ΤΟ 1837

ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ & ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ

ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ & ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ

Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών

«Μάρκετινγκ Αθλητισμού, Πολιτισμού, Πολιτικής»

«Sports, Cultural, Political Marketing»

ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ



Αθήνα, 2025

Πίνακας περιεχομένων

Εισαγωγή	3
Γενικές Πληροφορίες.....	4
Όραμα και Αποστολή του Τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων και Οργανισμών ΕΚΠΑ.....	6
Σκοπός ΠΜΣ Μάρκετινγκ Αθλητισμού, Πολιτισμού, Πολιτικής.....	6
Στρατηγική ΠΜΣ Μάρκετινγκ Αθλητισμού Πολιτισμού Πολιτικής	7
Αποστολή ΠΜΣ.....	8
Μέθοδος σπουδών	9
Επιλογή μαθημάτων	9
Εκπόνηση Διπλωματικής Εργασίας.....	10
Διάρκεια Φοίτησης	10
Διάρθρωση Προγράμματος	11
Περιγραφή μαθημάτων ΠΜΣ.....	14
Μαθησιακά αποτελέσματα ΠΜΣ και επιμέρους μαθημάτων	18
Εκπαιδευτικές Διαλέξεις	18
Γραπτές Εξετάσεις – Απαλλακτική Εργασία	18
Κόστος σπουδών	21
Δικαίωμα δωρεάν φοίτησης.....	22
Διαγραφή φοιτητών	22
Ηλεκτρονικοί Χώροι Εκπαιδευτικής Διαδικασίας	23
Διδακτικό Υλικό.....	23
Επικοινωνία	23
Βιογραφικά διδασκόντων	24
Στοιχεία Επικοινωνίας Διδασκόντων.....	27
Κανονισμός Σπουδών.....	28
Χορήγηση Υποτροφιών	28
Αξιολόγηση.....	28
Συντονιστική Επιτροπή Προγράμματος.....	29
Διοικητικές Υπηρεσίες - Γραμματεία Προγράμματος	29
Παροχές φοιτητών	29
Χρήσιμα Τηλέφωνα και E-mails	30
Πρόσβαση	30

Εισαγωγή

Αγαπητή φοιτήτρια, Αγαπητέ φοιτητή,

Σας καλωσορίζουμε στο Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών «Μάρκετινγκ Αθλητισμού, Πολιτισμού, Πολιτικής». Η απόφασή σας να ακολουθήσετε ένα μεταπτυχιακό πρόγραμμα αποτελεί ένα καθοριστικό βήμα για την επαγγελματική σας σταδιοδρομία, και η επιλογή του κατάλληλου προγράμματος είναι ζωτικής σημασίας.

Το μεταπτυχιακό μας πληροί υψηλά διεθνή ακαδημαϊκά πρότυπα και έχει λάβει την ανώτατη δυνατή αξιολόγηση (10/10) από το Συμβούλιο Αξιολόγησης και Πιστοποίησης της Εθνικής Αρχής Ανώτατης Εκπαίδευσης (ΕΘΑΑΕ). Αυτή η διάκριση επιβεβαιώνει την ακαδημαϊκή του ποιότητα και τη συμμόρφωσή του με τα διεθνή πρότυπα της ανώτατης εκπαίδευσης.

Το πρόγραμμά μας συνδυάζει ακαδημαϊκή γνώση και πρακτική εφαρμογή, προσφέροντας ένα ευέλικτο χρονικό πλαίσιο ολοκλήρωσης ενάμιση έτους. Είναι ειδικά σχεδιασμένο για επαγγελματίες που επιθυμούν να αποκτήσουν εξειδικευμένες γνώσεις και δεξιότητες, ενισχύοντας τις προοπτικές τους στον κλάδο του μάρκετινγκ, του αθλητισμού, του πολιτισμού και της πολιτικής.

Η ομαδική δουλειά και οι εργασίες που περιλαμβάνονται στο πρόγραμμα αποτελούν βασικά εργαλεία για την ανάπτυξη ηγετικών δεξιοτήτων, απαραίτητων στον κόσμο των επιχειρήσεων και των οργανισμών.

Το πρόγραμμα απευθύνεται σε στελέχη που επιδιώκουν την επαγγελματική τους εξέλιξη, είτε επιταχύνοντας την ανέλιξή τους στην τρέχουσα θέση εργασίας, είτε αναζητώντας νέες προοπτικές στον κλάδο τους. Παρέχει τα απαραίτητα εργαλεία και γνώσεις σε όσους φιλοδοξούν να εξελιχθούν επαγγελματικά στον τομέα της διοίκησης και του μάρκετινγκ του αθλητισμού, του πολιτισμού και της πολιτικής.

Κατά τη διάρκεια των σπουδών σας, θα έχετε την ευκαιρία να καθοδηγηθείτε από έμπειρους ακαδημαϊκούς και επαγγελματίες διεθνούς κύρους, οι οποίοι διακρίνονται στη διδασκαλία, την έρευνα και τη συμβουλευτική. Θα αποκτήσετε πολύτιμες γνώσεις σε ένα ευρύ φάσμα θεμάτων, αναλύοντας τόσο τις εγχώριες όσο και τις διεθνείς εξελίξεις που επηρεάζουν το μάρκετινγκ και τους συναφείς κλάδους.

Γενικές Πληροφορίες

Η απόκτηση του μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών πραγματοποιείται μετά την επιτυχή περάτωση τριών (3) ακαδημαϊκών εξαμήνων, κατά τα 2 πρώτα θα παρακολουθήσετε και θα ολοκληρώσετε 8 μαθήματα (Α' και Β' εξάμηνο από 3 υποχρεωτικά και 1 επιλογής), και το Γ ακαδημαϊκό εξάμηνο θα αφιερωθεί στην εκπόνηση της Διπλωματικής Εργασίας ή η την παρακολούθηση επιπλέον 4^{ων} μαθημάτων.

Το ακαδημαϊκό έτος αρχίζει τον μήνα Οκτώβριο κάθε ημερολογιακού έτους και τελειώνει τον Ιούλιο. Το κάθε ακαδημαϊκό εξάμηνο έχει διάρκεια 13 εβδομάδων μελέτης και ακολουθούν τελικές και επαναληπτικές γραπτές εξετάσεις. Οι ακριβείς ημερομηνίες των τελικών και επαναληπτικών εξετάσεων ανακοινώνονται στις αρχές Ιανουαρίου και αρχές Μαΐου αντίστοιχα (χειμερινό – εαρινό εξάμηνο).

Κατά τη διάρκεια του ακαδημαϊκού εξαμήνου και για κάθε Μάθημα, πραγματοποιούνται πέντε (5) εκπαιδευτικές διαλέξεις διάρκειας τεσσάρων ωρών (4) με τον Καθηγητή/ Εισηγητή, ο οποίος είναι υπεύθυνος για να σας ενημερώνει, να σας εμψυχώνει, και να σας συμβουλεύει.

Κατά τη διάρκεια των σπουδών, η παρακολούθηση των μαθημάτων από τους μεταπτυχιακούς φοιτητές, είναι υποχρεωτική. Ανώτατο επιτρεπτό όριο απουσιών θεωρείται το 20% κάθε μαθήματος χωριστά. Σε περίπτωση ασθένειας, εγκυμοσύνης ή άλλης δυσκολίας θα προβλέπεται διαδικασία διευκόλυνσης ώστε να ανταποκριθεί ο/η εκπαιδευόμενος(η) στις υποχρεώσεις του προγράμματος εφόσον είναι εφικτό, πάντα βέβαια με έγκαιρη αίτηση συνοδευόμενη με τα απαραίτητα δικαιολογητικά στην ΣΕ.

Σκοπός αυτών των διαλέξεων είναι κυρίως η επεξεργασία και ανάπτυξη όλων όσων θα μελετήσετε κατά τη διάρκεια του έτους. Οι ακριβείς ημερομηνίες και ώρες διεξαγωγής των διαλέξεων ανακοινώνονται σε εύλογο χρονικό σημείο στον δικτυακό χώρο στις ιστοσελίδες των μαθημάτων, ενώ αποστέλλονται και σχετικά e-mail. Η μέχρι τώρα εμπειρία από τα Προγράμματα Μεταπτυχιακών Σπουδών που βασίζονται σε διαλέξεις, έχει αποδείξει, ότι η συμμετοχή των φοιτητών σε αυτές συμβάλλει σε πολύ σημαντικό βαθμό στην μαθησιακή τους εμπειρία, ενώ οι απουσίες τους από τις διαλέξεις επηρεάζουν αρνητικά την επίδοσή τους, τόσο στις Γραπτές Εργασίες, όσο και στις Γραπτές Εξετάσεις.

Κατά την διάρκεια του ακαδημαϊκού έτους, θα μπορείτε να συμβουλευέστε τον Καθηγητή – Εισηγητή σας σε προκαθορισμένες «ώρες επικοινωνίας» εβδομαδιαία και σε προκαθορισμένους αριθμούς τηλεφώνων, τα οποία προσδιορίζονται κατά την έναρξη του εξαμήνου.

Οι φοιτητές οφείλουν να καταβάλουν συνολικά για τη συμμετοχή τους στο ΠΜΣ δίδακτρα ποσού που ανέρχονται σε 6.000 ευρώ.

Η πληρωμή των διδάκτρων ορίζεται έως κάτωθι:

- 800 ευρώ, κατά την εγγραφή (Μάιος-Ιούνιος). Σημειώνεται πως η καταβολή της εν λόγω προκαταβολής είναι απαραίτητη για την κατοχύρωση της θέσης του φοιτητή/-τριας στο ΠΜΣ.
- 700 ευρώ, Σεπτέμβριος πριν την έναρξη του εξαμήνου
- 1.500 ευρώ, Ιανουάριος πριν τις εξετάσεις
- 1.500 ευρώ, Μάιος πριν τις εξετάσεις
- 1.500 ευρώ, Σεπτέμβριος πριν την υποβολή της ΔΕ

Η χρονική διάρκεια φοίτησης στο ΠΜΣ που οδηγεί στη λήψη Διπλώματος Μεταπτυχιακών Σπουδών (ΔΜΣ) ορίζεται σε τρία (3) ακαδημαϊκά εξάμηνα.

Το εκπαιδευτικό έργο κάθε ακαδημαϊκού έτους διαρθρώνεται σε δύο εξάμηνα σπουδών, το χειμερινό και το εαρινό, έκαστο εκ των οποίων περιλαμβάνει τουλάχιστον δεκατρείς (13) εβδομάδες διδασκαλίας και τρεις (3) εβδομάδες εξετάσεων. Τα μαθήματα του χειμερινού και εαρινού εξαμήνου εξετάζονται επαναληπτικώς σε ημερομηνία που εγκρίνεται από την Συντονιστική Επιτροπή..

Εάν αποτύχουν στην επαναληπτική εξέταση υποχρεούνται να παρακολουθήσουν εκ νέου το μάθημα στο οποίο απέτυχαν. Στην περίπτωση αυτή, ο φοιτητής οφείλει να αιτηθεί παράταση σπουδών για την εκ νέου παρακολούθηση του μαθήματος στο οποίο απέτυχε. Για την παράταση σπουδών που οφείλεται στον ανωτέρω λόγο, προβλέπονται δίδακτρα 1.000 Ευρώ ανά εξάμηνο παράτασης.

Το ΠΜΣ ξεκινά το χειμερινό εξάμηνο εκάστου ακαδημαϊκού έτους. Για την απόκτηση του Διπλώματος Μεταπτυχιακών Σπουδών (Δ.Μ.Σ.) απαιτούνται συνολικά ενενήντα (90) Πιστωτικές μονάδες (ECTS). Για την απόκτηση του ΔΜΣ είναι υποχρεωτική η επιτυχής παρακολούθηση οκτώ (8) μαθημάτων και η εκπόνηση διπλωματικής εργασίας ή η παρακολούθηση δώδεκα (12) μαθημάτων αν ο φοιτητής δεν εκπονήσει διπλωματική εργασία. Σε κάθε μάθημα αντιστοιχούν 7,5 πιστωτικές μονάδες, ενώ στη διπλωματική εργασία αντιστοιχούν 30 πιστωτικές μονάδες. Η σειρά παρακολούθησης των μαθημάτων από τους φοιτητές είναι αυτή που αναγράφεται στο πρόγραμμα σπουδών.

Το ΠΜΣ οδηγεί στην απονομή Διπλώματος Μεταπτυχιακών Σπουδών (ΔΜΣ) στο «Μάρκετινγκ Αθλητισμού, Πολιτισμού, Πολιτικής» («Sports, Cultural, Political Marketing») μετά την πλήρη και επιτυχή ολοκλήρωση των σπουδών με βάση το πρόγραμμα σπουδών. Οι φοιτητές του ΠΜΣ, εφόσον το επιθυμούν, μπορούν να επιλέξουν και να αποκτήσουν μια ή και περισσότερες από τις ακόλουθες ειδίκευσεις: 1. Μάρκετινγκ Αθλητισμού (Sports Marketing). 2. Μάρκετινγκ Πολιτισμού (Cultural Marketing). 3. Μάρκετινγκ Πολιτικής (Political Marketing).

Μετά την ολοκλήρωση των μαθημάτων του τρίτου (3ου) εξαμήνου ή την εκπόνηση της διπλωματικής εργασίας, όπως αυτά παρουσιάζονται στο πρόγραμμα μαθημάτων, οι φοιτητές, αν το επιθυμούν, έχουν τη δυνατότητα να υποβάλλουν αίτηση παρακολούθησης προγράμματος σπουδών δεύτερης ειδίκευσης. Στην περίπτωση αυτή, οι φοιτητές οφείλουν να παρακολουθήσουν τα τέσσερα (4) μαθήματα της δεύτερης ειδίκευσης (υποχρεωτικά και επιλογής). Ολοκληρώνουν τη φοίτησή τους συγκεντρώνοντας εκατόν είκοσι (120) πιστωτικές μονάδες (ECTS) και λαμβάνουν πτυχίο που αναγράφει και τις δύο (2) ειδίκευσεις που έχουν παρακολουθήσει. Σε περίπτωση κατά την οποία κάποια από τα μαθήματα της δεύτερης ειδίκευσης έχουν ήδη παρακολουθηθεί επιτυχώς από τον/την φοιτητή/τρια, τότε ο/η φοιτητής/τρια θα πρέπει να επιλέξει κάποια άλλα μαθήματα επιλογής, έτσι ώστε ολοκληρώνοντας τη φοίτηση της διπλής ειδίκευσης να έχει παρακολουθήσει επιτυχώς δεκαέξι (16) μαθήματα (ή δώδεκα (12) μαθήματα εφόσον έχει εκπονήσει και διπλωματική εργασία). Οι φοιτητές που επιλέξουν να λάβουν και δεύτερη ειδίκευση, θα πρέπει να καταβάλουν πρόσθετα 1.500 ευρώ τέλη φοίτησης.

Όραμα και Αποστολή του Τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων και Οργανισμών ΕΚΠΑ

Το Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων και Οργανισμών (ΔΕΟ) φιλοδοξεί να αποτελέσει ένα δυναμικό μέλος του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών (ΕΚΠΑ) στην εκπαίδευση, την έρευνα, και την σύνδεση με τις επιχειρήσεις και την κοινωνία, παρέχοντας στους φοιτητές του την πιο διαφοροποιημένη ανώτατη εκπαίδευση στον τόπο μας.

Το όραμα του ΔΕΟ είναι η ακαδημαϊκή αριστεία και η στενή της σχέση με την επιχειρηματική κοινότητα για την οικοδόμηση ενός υπεύθυνου μέλλοντος.

Η αποστολή του ΔΕΟ είναι η συνεχής μεταλαμπάδευση της γνώσης στους σπουδαστές του μέσα από την αριστεία στη διδασκαλία και την έρευνα η οποία δημιουργεί ευκαιρίες και προοπτικές για αυτούς, τα μέλη ΔΕΠ και τους συνεργάτες του.

Το ΔΕΟ ως ζωντανός μαθησιακός οργανισμός παρέχει και δημιουργεί γνώση η οποία αναπτύσσει ηγέτες που μετασχηματίζουν επί τα βελτίω τις επιχειρήσεις και τους οργανισμούς. Έτσι, συμβάλλει στην παροχή ενός καλύτερου μέλλοντος για τις γενιές που ακολουθούν, συμπεριλαμβανομένης της ποιότητας ζωής, των οικονομικών συστημάτων και του περιβάλλοντος.

Σκοπός ΠΜΣ Μάρκετινγκ Αθλητισμού, Πολιτισμού, Πολιτικής

Σκοπός του ΠΜΣ «Μάρκετινγκ Αθλητισμού, Πολιτισμού, Πολιτικής» είναι η παροχή γνώσεων και η ανάπτυξη δεξιοτήτων που είναι απαραίτητες για να εξελιχθούν οι απόφοιτοί του σε ηγετικά στελέχη σε αθλητικούς, πολιτιστικούς και πολιτικούς οργανισμούς, συμβάλλοντας στη βιωσιμότητα των οργανισμών αυτών καθώς και στην επίτευξη των οικονομικών και κοινωνικών τους στόχων.

Το ΠΜΣ οδηγεί στην απονομή Διπλώματος Μεταπτυχιακών Σπουδών (ΔΜΣ) στο «Μάρκετινγκ Αθλητισμού, Πολιτισμού, Πολιτικής» («Sports, Cultural, Political Marketing») μετά την πλήρη και επιτυχή ολοκλήρωση των σπουδών με βάση το πρόγραμμα σπουδών. Οι φοιτητές του ΠΜΣ, εφόσον το επιθυμούν, μπορούν να επιλέξουν και να αποκτήσουν μια ή και περισσότερες από τις ακόλουθες ειδικεύσεις:

1. Μάρκετινγκ Αθλητισμού (Sports Marketing)
2. Μάρκετινγκ Πολιτισμού (Cultural Marketing)
3. Μάρκετινγκ Πολιτικής (Political Marketing)

Οι τίτλοι απονέμονται από το Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων και Οργανισμών του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών.

Μαθησιακά αποτελέσματα, προσόντα που αποκτώνται από την επιτυχή παρακολούθηση του Π.Μ.Σ.

- Να κατανοήσουν τις ιδιαιτερότητες του μάρκετινγκ των αθλητικών, πολιτιστικών και πολιτικών οργανισμών
- Να αποκτήσουν γνώση για να επιλέγουν την καλύτερη στρατηγική μίγματος μάρκετινγκ για τα αθλητικά, πολιτιστικά και πολιτικά αγαθά και υπηρεσίες
- Να μπορούν να σχεδιάζουν αποτελεσματικά προγράμματα δημιουργίας ισχυρής επωνυμίας αθλητικών, πολιτιστικών και πολιτικών οργανισμών
- Να αναγνωρίζουν τους ρόλους, τις δεξιότητες και τις ικανότητες που χρειάζονται τα στελέχη μάρκετινγκ των αθλητικών, πολιτιστικών και πολιτικών οργανισμών

Η διάρθρωση του ΠΜΣ Μάρκετινγκ Αθλητισμού Πολιτισμού Πολιτικής σε κατευθύνσεις αξιοποιεί:

α) Την πρωτοπορία του σ' αυτά τα γνωστικά αντικείμενα καθώς είναι το μόνο ΠΜΣ που συνδυάζει την επιστήμη του Μάρκετινγκ με τις βιομηχανίες του ελεύθερου χρόνου σε τόσο μεγάλο βαθμό στις επιμέρους

εξειδικεύσεις.

β) Τις ειδικές γνώσεις και δεξιότητες των καθηγητών του ΠΜΣ που προσφέρουν συστηματικά στους φοιτητές και σ' αυτές τις επιστημονικές κοινότητες τόσο ως δάσκαλοι όσο και ως ερευνητές. Π.χ. τα περισσότερα μαθήματα του ΠΜΣ εμπλέκουν τους φοιτητές στις δράσεις των ερευνητικών εργαστηρίων τα οποία αποτελούν βασικά συστατικά της ταυτότητας του ΠΜΣ Μάρκετινγκ Αθλητισμού Πολιτισμού Πολιτικής και του εκπαιδευτικού του έργου (όπως για παράδειγμα το Εργαστήριο «Ολοκληρωμένου Μάρκετινγκ & Επικοινωνίας» που εμπλέκουν σε διάφορες ομαδικές δράσεις τους προπτυχιακούς, αλλά και τους μεταπτυχιακούς φοιτητές).

γ) Την πρωτοπορία του ΠΜΣ Μάρκετινγκ Αθλητισμού Πολιτισμού Πολιτικής στην αγορά, καθώς έχει αναπτύξει ένα δίκτυο επαφών ώστε ο επαγγελματικός προσανατολισμός του ΠΜΣ να ανταποκρίνεται τόσο στις δεξιότητες των φοιτητών όσο και στην ανάγκη τους για επαγγελματική προοπτική.

δ) Τις υποδομές του ΕΚΠΑ και της Σχολής Οικονομικών και Πολιτικών Επιστημών οι οποίες προσδιορίζουν τον τόπο και τον εξοπλισμό που χρησιμοποιείται στις εκπαιδευτικές δραστηριότητες του ΠΜΣ Μάρκετινγκ Αθλητισμού Πολιτισμού Πολιτικής.

ε) Την παρουσία στο ΠΜΣ Μάρκετινγκ Αθλητισμού Πολιτισμού Πολιτικής επιτυχημένων υψηλόβαθμων στελεχών σχετικών επιχειρήσεων και οργανισμών αλλά και άλλων σχετιζόμενων κλάδων της οικονομίας, όπως για παράδειγμα της τουριστικής βιομηχανίας, επικοινωνιακής βιομηχανίας κλπ.

Στρατηγική ΠΜΣ Μάρκετινγκ Αθλητισμού Πολιτισμού Πολιτικής

Η στρατηγική ΠΜΣ είναι η υψηλή στάθμη και ποιότητα των σπουδών με διεθνή κριτήρια και εξειδικεύσεις σε τομείς αιχμής. Η εξισορρόπηση εφαρμογών, με έμφαση στην εργαστηριακή εκπαίδευση, παράλληλα με την καλλιέργεια της ερευνητικής και δημιουργικής σκέψης, ώστε να επιτυγχάνεται η σωστή εκπαίδευση του επιστήμονα και του επαγγελματία. Η στρατηγική του ΠμΣ αρθρώνεται σε πέντε γενικούς στρατηγικούς στόχους:

α) Την καλλιέργεια της ακαδημαϊκής και επαγγελματικής αρτιότητας των φοιτητών, μέσα από την έμφαση στην διεπιστημονικότητα και δίνοντας ιδιαίτερη προσοχή στην εξωστρέφεια, το ομαδικό πνεύμα και την ευγενή άμυλα των φοιτητών,

β) Την προώθηση της εκπαιδευτικής καινοτομίας, φοιτητοκεντρική προσέγγιση και ειδικότερα διασφάλιση της ομαλής μετάβασης των φοιτητών στα διάφορα εξάμηνα σπουδών, επιλογή κατεύθυνσης βάσει προσωπικών και ακαδημαϊκών ενδιαφερόντων, αξιοποίηση ευέλικτων μεθόδων μάθησης, ανάπτυξη προσωπικότητας και ενεργή συμμετοχή των φοιτητών στην μαθησιακή διαδικασία (πχ μέσω ενασχόλησης με πραγματικές μελέτες περιπτώσεων επιχειρήσεων, εκπόνησης πρακτικών εργασιών, role playing κ.α). Το ΠΜΣ Μάρκετινγκ Αθλητισμού Πολιτισμού Πολιτικής παρέχει επαρκή ενημέρωση στους/στις φοιτητές/φοιτήτριες του αναφορικά με τις διοικητικές του λειτουργίες, καθώς και καθοδήγηση και προσανατολισμό σχετικά με τη διάρθρωση του προγράμματος σπουδών, τα μαθησιακά αποτελέσματα του κάθε προσφερόμενου μαθήματος και τον τρόπο αξιολόγησης.

γ) Τη διεθνή καταξίωση και την αριστεία στην εκπαίδευση και την έρευνα, με την ανάληψη/υλοποίησης σχετικών ερευνητικών προγραμμάτων.

δ) Τη πιστοποίηση (accreditation) μαθημάτων του ΠΜΣ από σημαντικούς διεθνείς και εγχώριους επαγγελματικούς φορείς (π.χ. Διεθνής Ένωση Αθλητικού Δικαίου).

ε) Συνεχή βελτίωση της διασύνδεσης των πτυχιούχων με την αγορά εργασίας, μέσω της διασφάλισης σύγχρονου προγράμματος σπουδών, της ανάπτυξης δεξιοτήτων ζητούμενων στην αγορά εργασίας, και της περαιτέρω ενίσχυσης του προγράμματος πρακτικής άσκησης αλλά και της διασύνδεσης με την αγορά εργασίας μέσα από άλλες δραστηριότητες και πρωτοβουλίες.

στ) Την επίτευξη των μέγιστων δυνατών συνεργειών με άλλα τμήματα του ΕΚΠΑ (τόσο εντός όσο και εκτός της Σχολής Οικονομικών και Πολιτικών Επιστημών), αλλά και συνεργασιών με άλλα σχετικά ΠΜΣ του εσωτερικού και του εξωτερικού.

ζ) Ανάπτυξη της ελληνικής οικονομία και κοινωνίας και η συμβολή στην ευημερία των πολιτών όλης της χώρας. Και προώθηση αρχών εταιρικής κοινωνικής υπευθυνότητας, ηθικής διακυβέρνησης, διαφάνειας και λογοδοσίας.

Αυτοί οι στρατηγικοί στόχοι συνδέονται άμεσα με την αποστολή και το όραμα του ΕΚΠΑ για εγχώρια και

διεθνή πρωτοπορία, δημιουργική κοινωνική παρέμβαση, διεπιστημονικότητα και καινοτομία. Ειδικότερα:

- Ως προς την διεπιστημονικότητα, το ΠΜΣ Μάρκετινγκ Αθλητισμού Πολιτισμού Πολιτικής φροντίζει για τη συνδυαστική διδασκαλία ενός μεγάλου εύρους γνωστικών πεδίων όπως είναι η Διοίκηση, το Μάρκετινγκ, η Οικονομική Επιστήμη, η Στατιστική, το Δίκαιο, η Λογιστική Εταιρική Διακυβέρνηση, η Κοινωνιολογία, η, η Πληροφορική, η Επιχειρηματικότητα, η Συμβουλευτική, οι Ερευνητικές Μέθοδοι, κ.α. Συνδυάζει γνώσεις από διαφορετικούς επιστημονικούς τομείς που σχετίζονται με το Μάρκετινγκ, και να εφαρμόζει κατάλληλες θεωρίες, μοντέλα και τεχνικές, προκειμένου να αναλύει αποτελεσματικά το εσωτερικό και εξωτερικό περιβάλλον ενός σύγχρονου οργανισμού και να λαμβάνει κρίσιμες για τη λειτουργία της επιχείρησης στρατηγικές αποφάσεις.

- Ως προς την εξωστρέφεια και την ευγενή άμιλλα μεταξύ των φοιτητών και των φοιτητριών το ΠΜΣ Μάρκετινγκ Αθλητισμού Πολιτισμού Πολιτικής, με την στήριξη του εκπαιδευτικού προσωπικού του, κατευθύνει και συνεπικουρεί ουσιαστικά και συστηματικά τους φοιτητές και τις φοιτήτριές του στην συμμετοχή τους σε διάφορους ομαδικούς εθνικούς ή διεθνείς φοιτητικούς διαγωνισμούς με σκοπό την εμπέδωση της αξίας και του διαρκούς οφέλους που παρέχει η ομαδική συνεργασία και επιπλέον να τους τονώσει την αντίληψη της αναγκαιότητας του σχεδιασμού και της συστηματικής οργάνωσης ενός έργου αλλά και την αναγκαιότητα της διάστασης του συστηματικού ελέγχου κατά την περίοδο της εκτέλεσης του έργου αυτού.

- Ως προς την καινοτομία, το ΠΜΣ Μάρκετινγκ Αθλητισμού Πολιτισμού Πολιτικής περιλαμβάνει μαθήματα που δεν διδάσκονται σε κανένα άλλο ΠΜΣ της Ελλάδας: ενδεικτικές είναι οι περιπτώσεις μαθημάτων: Αθλητικό Μάρκετινγκ, Πολιτιστικό Μάρκετινγκ, Πολιτικό μάρκετινγκ.

- Ως προς τη διεθνή καταξίωση, το ΠΜΣ Μάρκετινγκ Αθλητισμού Πολιτισμού Πολιτικής εξοπλίζει τους/τις αποφοίτους με όλες τις αναγκαίες γνώσεις για επιτυχημένη σταδιοδρομία σε επιχειρήσεις και οργανισμούς καθώς και για επιτυχημένη πορεία σε διδακτορικές σπουδές. Οι απόφοιτοι του ΠΜΣ θα μπορούν να απασχοληθούν σε οποιονδήποτε τομέα της οικονομίας σε επιχειρήσεις και οργανισμούς, ενδεικτικά, σε αθλητικές ομάδες, αθλητικές εκδηλώσεις, ολυμπιακούς αγώνες, παραγωγής αθλητικών ειδών, θέατρα, μουσεία, συναυλίες, μουσικές και κινηματογραφικές βιομηχανίες, μέσα μαζικής ενημέρωσης, τουρισμό, πολιτικούς φορείς, μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς, κοινωφελή ιδρύματα κλπ. Επιπλέον, αρκετοί φοιτητές θα μπορούν να ξεκινούν τις δικές τους επιτυχημένες επιχειρήσεις συμβάλλοντας στην αναγκαία αναπτυξιακή δυναμική της ελληνικής οικονομίας.

- Ως προς την αριστεία, πραγματοποιείται βράβευση των προπτυχιακών φοιτητών και φοιτητριών μας, μέσω του θεσμού των βραβείων επίδοσης, που προέρχονται από ίδιους πόρους του ΠΜΣ ή από ιδιώτες/επιχειρήσεις, στο πλαίσιο ειδικής εκδήλωσης, καθώς και η επίδοση βραβείων αριστείας του ΕΚΠΑ σε προπτυχιακούς φοιτητές που διακρίθηκαν για το ερευνητικό τους έργο.

- Ως προς την διασύνδεση του ΠΜΣ Μάρκετινγκ Αθλητισμού Πολιτισμού Πολιτικής με την αγορά εργασίας και την επιχειρηματικότητα. Το ΠΜΣ έχει αναπτύξει τον θεσμό του Επισκέπτη Εμπειρογνώμων (Visiting Expert, VE), μέσω του οποίου επαγγελματίες της αγοράς εμπλουτίζουν τη διαδικασία της βιωματικής διδασκαλίας, με την συστηματική συμμετοχή τους κατά την διάρκεια του ακαδημαϊκού έτους, και με την γνώση και την εμπειρία τους προσφέρουν ερεθίσματα στους φοιτητές μας τόσο σε γνωστικά πεδία που περιλαμβάνονται στο Πρόγραμμα Σπουδών όσο και σε δραστηριότητες πέρα και πάνω από όσα περιέχονται στο πρόγραμμα διδασκαλίας. Επίσης προσκαλούν φοιτητές στο χώρο εργασίας για να βιώσουν άμεσα την εμπειρία και άλλες καινοτόμες ιδέες.

- Ως προς την Εταιρική Κοινωνική Υπευθυνότητα το ΠΜΣ Μάρκετινγκ Αθλητισμού Πολιτισμού Πολιτικής ενθαρρύνει την εθελοντική δράση των φοιτητών/τριών, των μελών ΔΕΠ και του Διοικητικού Προσωπικού σε μια σειρά από δράσεις. Την χρήση λιγότερου χαρτιού, την εξοικονόμηση ενέργειας, την ανακύκλωση στους χώρους του τμήματος, την προσφορά σε παιδιά με ειδικές ανάγκες και πολλά άλλα.

Αποστολή ΠΜΣ

Το ΠΜΣ Μάρκετινγκ Αθλητισμού Πολιτισμού, Πολιτικής, έχει ως αποστολή:

α) να παράγει και να μεταδίδει τη γνώση με την έρευνα και τη διδασκαλία, να προετοιμάζει τους φοιτητές για την εφαρμογή της στο επαγγελματικό πεδίο και να καλλιεργεί τις τέχνες και τον

πολιτισμό,

β) να προσφέρει ανώτατη εκπαίδευση και να συμβάλει στη δια βίου μάθηση με σύγχρονες μεθόδους διδασκαλίας, περιλαμβανομένης και της διδασκαλίας από απόσταση, με βάση την επιστημονική και τεχνολογική έρευνα στο ανώτερο επίπεδο ποιότητας κατά τα διεθνώς αναγνωρισμένα κριτήρια,

γ) να αναπτύσσει την κριτική ικανότητα και τις δεξιότητες των φοιτητών, να μεριμνά για την επαγγελματική ένταξη των αποφοίτων και να διαμορφώνει τις απαραίτητες συνθήκες για την ανάδειξη νέων ερευνητών,

δ) να ανταποκρίνεται στις ανάγκες της αγοράς εργασίας και των επαγγελματικών πεδίων, καθώς και στις αναπτυξιακές ανάγκες της χώρας, και να προωθεί τη διάχυση της γνώσης, την αξιοποίηση των αποτελεσμάτων της έρευνας και την καινοτομία, με προσήλωση στις αρχές της επιστημονικής δεοντολογίας, της βιώσιμης ανάπτυξης και της κοινωνικής συνοχής,

ε) να προωθεί τη συνεργασία με άλλα εκπαιδευτικά ιδρύματα και ερευνητικούς φορείς στην ημεδαπή και τηναλλοδαπή, την αποτελεσματική κινητικότητα του εκπαιδευτικού προσωπικού, των φοιτητών και των αποφοίτων του, συμβάλλοντας στην οικοδόμηση του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανώτατης Εκπαίδευσης και Έρευνας και

στ) να συμβάλει στη διαμόρφωση υπεύθυνων πολιτών, ικανών να ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις όλων των πεδίων των ανθρώπινων δραστηριοτήτων με επιστημονική, επαγγελματική και πολιτιστική επάρκεια και υπευθυνότητα και με σεβασμό στις αξίες της δικαιοσύνης, της ελευθερίας, της δημοκρατίας και της κοινωνικής αλληλεγγύης.

Μέθοδος σπουδών

Βασική συνιστώσα του Προγράμματος είναι η ολοκληρωμένη εκπαιδευτική διαδικασία, δηλαδή εκείνη η οποία περιλαμβάνει τη διδασκαλία, την παρουσίαση παραδειγμάτων, την επίλυση ασκήσεων, και την εργαστηριακή εφαρμογή. Επίσης, περιλαμβάνει τις εξετάσεις (ή την απαλλακτική εργασία όπου προβλέπεται).

Η διεξαγωγή και παρακολούθηση μαθημάτων θα πραγματοποιηθεί με μικτή δια ζώσης και εξ αποστάσεως εκπαίδευση (σύγχρονη μέσα από πλατφόρμα που θα ορίζει ο εκπαιδευτής). Ο εκπαιδευτής έχει την ευθύνη να προετοιμάσει το υλικό της παρουσίασης το οποίο διατίθεται στους συμμετέχοντες σε ηλεκτρονική μορφή. Το υλικό αποτελείται από την παρουσίαση σε μορφή PowerPoint, από σημειώσεις ειδικά για το μάθημα, από εκπαιδευτικά εγχειρίδια, επιστημονικά άρθρα, και από συνδυασμό των ανωτέρω.

Κάθε μάθημα έχει τη θεωρητική του διάσταση αλλά σε κάθε περίπτωση η θεωρία παρουσιάζεται σε μορφή για στελέχη-επαγγελματίες. Η άλλη διάσταση του μαθήματος είναι η εμπειρική και αποτελείται από παραδείγματα, ασκήσεις, μελέτες περιπτώσεων, βέλτιστες πρακτικές, εργαστηριακές εφαρμογές, και ανάθεση εργασιών, μεταξύ άλλων. Στους σπουδαστές προσφέρεται υπό μορφή περιγράμματος για κάθε μάθημα η διδακτέα ύλη που απαιτείται και προτείνεται.

Επιλογή μαθημάτων

Η επιλογή Θεματικών Ενότητων είναι μια διαδικασία που απαιτεί χρόνο και προσοχή καθώς οι φοιτητές θα πρέπει να είναι σε θέση να εκτιμήσουν το χρόνο τους σύμφωνα με το πρόγραμμά τους έτσι ώστε να έχουν τη δυνατότητα να αφοσιωθούν πραγματικά στην μελέτη.

Τα έξι υποχρεωτικά μαθήματα ειδίκευσης πραγματοποιούνται στο Α' και στο Β' εξάμηνο σπουδών (τρία ανά εξάμηνο). Ταυτόχρονα οι φοιτητές θα επιλέξουν και ένα μάθημα επιλογής, ανά εξάμηνο.

Άρα, κάθε φοιτητής πρέπει να ολοκληρώσει επιτυχώς οχτώ (8) μαθήματα στο Α' και Β' εξάμηνο για να συνεχίσει στο Γ' εξάμηνο που θα εκπονήσει την Διπλωματική Εργασία ή θα επιλέξει επιπλέον τέσσερα μαθήματα.

Η βαθμολόγηση κάθε μαθήματος ακολουθεί την κλίμακα των μεταπτυχιακών προγραμμάτων του ΕΚΠΑ. Οι βαθμοί εκτείνονται από 0 έως 10, όπου το πέντε (5) είναι ο ελάχιστος αποδεκτός βαθμός επιτυχούς ολοκλήρωσης μιας ενότητας. Οι βαθμοί από 8,5 έως 10 χαρακτηρίζονται ως "άριστα," από 6,5 έως 8,49 ως "λίαν καλώς," και από 5 έως 6,49 ως "καλώς."

Εκπόνηση Διπλωματικής Εργασίας

Στο πλαίσιο ολοκλήρωσης των σπουδών για την απόκτηση Μεταπτυχιακού Διπλώματος συμπεριλαμβάνεται και η εκπόνηση Διπλωματικής Εργασίας (ΔΕ). Η εκπόνηση ΔΕ είναι μια από τις πιο δημιουργικές προκλήσεις του προγράμματος σπουδών του συγκεκριμένου μεταπτυχιακού. Κατά την διάρκεια της εκπόνησής της δίνεται η ευκαιρία στους φοιτητές να αποδείξουν ότι έχουν την δυνατότητα αλλά και ικανότητα να χρησιμοποιήσουν όλα όσα έμαθαν στην διάρκεια φοίτησής τους. Παράλληλα, δίνεται η ευκαιρία στους φοιτητές να οργανώσουν μια μελέτη μόνοι τους με τον δικό τους προσωπικό κόπο και μελέτη να φτάσουν στο καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα. Ο καθηγητής που επιβλέπει την Διπλωματική Εργασία του/της φοιτητή/φοιτήτριας τους καθοδηγεί και παράλληλα τους στηρίζει για την ολοκλήρωση της εργασίας του. Επιπλέον, παρέχεται η ευκαιρία στους φοιτητές να επιλέξουν ένα θέμα που τους ενδιαφέρει σχετικό με το αντικείμενο σπουδών.

Περισσότερες πληροφορίες για τον τρόπο εκπόνησης της ΔΕ καθώς και για τις διάφορες διαδικασίες θα βρείτε στον σχετικό Οδηγό Εκπόνησης Διπλωματικής Εργασίας στο Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών «Μάρκετινγκ Αθλητισμού, Πολιτισμού, Πολιτικής».

Προϋπόθεση για την υποστήριξη διπλωματικής εργασίας είναι οι φοιτητές να έχουν ολοκληρώσει επιτυχώς τις συμβατικές τους υποχρεώσεις στο σύνολο των μαθημάτων του Α' και Β' Εξαμήνου.

Σε περίπτωση αδυναμίας παράδοσης της ΔΕ στην προβλεπόμενη προθεσμία, ο φοιτητής δύναται να αιτηθεί αναστολή ώστε να παραδώσει τη ΔΕ στην επόμενη περίοδο υποβολής. Στην περίπτωση αυτή προβλέπονται δίδακτρα 1.000 Ευρώ ανά εξάμηνο παράτασης

Διάρκεια Φοίτησης

Η χρονική διάρκεια φοίτησης στο ΠΜΣ που οδηγεί στη λήψη Διπλώματος Μεταπτυχιακών ορίζεται σε τρία (3) ακαδημαϊκά στα οποία περιλαμβάνεται και ο χρόνος εκπόνησης διπλωματικής εργασίας. Ο ανώτατος επιτρεπόμενος χρόνος ολοκλήρωσης των σπουδών, ορίζεται σε πέντε (5) ακαδημαϊκά εξάμηνα, έπειτα από αιτιολογημένη αίτηση του φοιτητή και απόφαση της Γενικής Συνέλευσης. Αδικοιολόγητη μη ολοκλήρωση των σπουδών πέραν αυτού του χρονοδιαγράμματος οδηγεί σε ερώτημα διαγραφής του μεταπτυχιακού φοιτητή από το Π.Μ.Σ., το οποίο επιλαμβάνεται η ΣΕ και αποφασίζει η Συνέλευση του Τμήματος.

Ο μεταπτυχιακός φοιτητής με αίτησή του μπορεί να ζητήσει αιτιολογημένα αναστολή φοίτησης, η οποία δεν μπορεί να υπερβαίνει τα δύο συνεχόμενα εξάμηνα. Τα εξάμηνα αναστολής της φοιτητικής ιδιότητας δεν προσμετρώνται στην προβλεπόμενη ανώτατη διάρκεια κανονικής φοίτησης.

Μετά την ολοκλήρωση των μαθημάτων του τρίτου (3ου) εξαμήνου ή την εκπόνηση της διπλωματικής εργασίας, όπως αυτά παρουσιάζονται στο πρόγραμμα μαθημάτων, οι φοιτητές, αν το επιθυμούν, έχουν τη δυνατότητα να υποβάλλουν αίτηση παρακολούθησης προγράμματος σπουδών δεύτερης ειδίκευσης. Στην περίπτωση αυτή, οι φοιτητές οφείλουν να παρακολουθήσουν τα τέσσερα (4) μαθήματα της δεύτερης ειδίκευσης (υποχρεωτικά και επιλογής). Ολοκληρώνουν τη φοίτησή τους συγκεντρώνοντας εκατόν είκοσι

(120) πιστωτικές μονάδες (ECTS) και λαμβάνουν πτυχίο που αναγράφει και τις δύο (2) ειδικεύσεις που έχουν παρακολουθήσει. Σε περίπτωση κατά την οποία κάποια από τα μαθήματα της δεύτερης ειδίκευσης έχουν ήδη παρακολουθηθεί επιτυχώς από τον/την φοιτητή/τρια, τότε ο/η φοιτητής/τρια θα πρέπει να επιλέξει κάποια άλλα μαθήματα επιλογής, έτσι ώστε ολοκληρώνοντας τη φοίτηση της διπλής ειδίκευσης να έχει παρακολουθήσει επιτυχώς δεκαέξι (16) μαθήματα (ή δώδεκα (12) μαθήματα εφόσον έχει εκπονήσει και διπλωματική εργασία). Οι φοιτητές που επιλέξουν να λάβουν και δεύτερη ειδίκευση, θα πρέπει να καταβάλουν πρόσθετα 1.500 ευρώ τέλη φοίτησης.

Διάρθρωση Προγράμματος

Ειδίκευση: Ειδίκευση Μάρκετινγκ Αθλητισμού (Sports Marketing)		
Α' εξάμηνο		
Μαθήματα Υποχρεωτικά της Ειδίκευσης	Διδ. ώρες	ECTS
Στρατηγικό Αθλητικό Μάρκετινγκ - Strategic Sports Marketing Management	40	7,5
Δημιουργία Επωνυμίας - Brand Building and Management	40	7,5
Βιώσιμη Ανάπτυξη, Ηθική και Κριτήρια ESG – Sustainable Growth, Ethics and ESG Criteria	40	7,5
Μαθήματα Επιλογής της Ειδίκευσης (επιλογή 1 μαθήματος)		
Ολοκληρωμένο Μάρκετινγκ Επικοινωνιών - Integrated Marketing Communications	40	7,5
Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία– Entrepreneurship and Innovation	40	7,5
Διοίκηση Ανθρώπινων Πόρων και Ταλέντων– Human Resources and Talent Management	40	7,5
Χρηματοοικονομικά– Financial Management	40	7,5
Σύνολο	160	30
Β' εξάμηνο		
Μαθήματα Υποχρεωτικά της Ειδίκευσης	Διδ. ώρες	ECTS
Διαπραγματεύσεις – Negotiations	40	7,5
Ερευνες Κοινού και Τμηματοποίηση– Market Research and Segmentation	40	7,5
Ψηφιακό Μάρκετινγκ και Ανάλυση Δεδομένων– Digital Marketing and Data Analysis	40	7,5
Μαθήματα Επιλογής της Ειδίκευσης (επιλογή 1 μαθήματος)		
Ηγεσία και Λήψη Αποφάσεων – Leadership and Decision Making	40	7,5
Μάνατζμεντ Μη Κερδοσκοπικών Οργανισμών – Non-profit Organizations Management	40	7,5
Συμπεριφορά Κοινού και Διοίκηση Πωλήσεων – Buying Behavior and Sales Management	40	7,5
Χρηματοδότηση– Funding	40	7,5
Σύνολο	160	30
Γ' εξάμηνο (επιλογή μεταξύ 4 μαθημάτων ή διπλωματικής εργασίας)		
Μαθήματα Υποχρεωτικά	Διδ. ώρες	ECTS
Διεθνές Μάρκετινγκ – International Marketing	40	7,5
Μάρκετινγκ και Τεχνητή Νοημοσύνη Γεγονότων και Εκδηλώσεων – Events Marketing and Artificial	40	7,5
Μαθήματα Επιλογής της Ειδίκευσης (επιλογή 2 μαθημάτων που δεν επιλέχθηκαν στο Α' Εξάμηνο)		
Ολοκληρωμένο Μάρκετινγκ Επικοινωνιών - Integrated Marketing Communications	40	7,5
Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία– Entrepreneurship and Innovation	40	7,5
Διοίκηση Ανθρώπινων Πόρων και Ταλέντων– Human Resources and Talent Management	40	7,5
Χρηματοοικονομικά– Financial Management	40	7,5
Σύνολο	160	30
ή		
Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία		30
Σύνολο		90

Ειδίκευση: Ειδίκευση Μάρκετινγκ Πολιτισμού (Cultural Marketing)		
Α' εξάμηνο		
Μαθήματα Υποχρεωτικά της Ειδίκευσης	Διδ. ώρες	ECT
Στρατηγικό Πολιτιστικό Μάρκετινγκ - Strategic Cultural Marketing	40	7,5
Δημιουργία Επωνυμίας - Brand Building and Management	40	7,5
Βιώσιμη Ανάπτυξη, Ηθική και Κριτήρια ESG – Sustainable Growth, Ethics and ESG Criteria	40	7,5
Μαθήματα Επιλογής της Ειδίκευσης (επιλογή 1 μαθήματος)		
Ολοκληρωμένο Μάρκετινγκ Επικοινωνιών - Integrated Marketing Communications	40	7,5
Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία– Entrepreneurship and Innovation	40	7,5
Διοίκηση Ανθρώπινων Πόρων και Ταλέντων– Human Resources and Talent Management	40	7,5
Χρηματοοικονομικά– Financial Management	40	7,5
Σύνολο	160	30
Β' εξάμηνο		
Μαθήματα Υποχρεωτικά της Ειδίκευσης	Διδ. ώρες	ECT
Μάνατζμεντ Μη Κερδοσκοπικών Οργανισμών – Non-profit Organizations Management	40	7,5
Ερευνες Κοινού και Τμηματοποίηση– Market Research and Segmentation	40	7,5
Ψηφιακό Μάρκετινγκ και Ανάλυση Δεδομένων– Digital Marketing and Data Analysis	40	7,5
Μαθήματα Επιλογής της Ειδίκευσης (επιλογή 1 μαθήματος)		
Ηγεσία και Λήψη Αποφάσεων – Leadership and Decision Making	40	7,5
Διαπραγματεύσεις – Negotiations	40	7,5
Συμπεριφορά Κοινού και Διοίκηση Πωλήσεων – Buying Behavior and Sales Management	40	7,5
Χρηματοδότηση– Funding	40	7,5
Σύνολο	160	30
Γ' εξάμηνο (επιλογή μεταξύ 4 μαθημάτων ή διπλωματικής εργασίας)		
Μαθήματα Υποχρεωτικά	Διδ. ώρες	ECT
Διεθνές Μάρκετινγκ – International Marketing	40	7,5
Μάρκετινγκ και Τεχνητή Νοημοσύνη Γεγονότων και Εκδηλώσεων – Events Marketing and Artificial	40	7,5
Μαθήματα Επιλογής της Ειδίκευσης (επιλογή 2 μαθημάτων που δεν επιλέχθηκαν στο Α' Εξάμηνο)		
Ολοκληρωμένο Μάρκετινγκ Επικοινωνιών - Integrated Marketing Communications	40	7,5
Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία– Entrepreneurship and Innovation	40	7,5
Διοίκηση Ανθρώπινων Πόρων και Ταλέντων– Human Resources and Talent Management	40	7,5
Χρηματοοικονομικά– Financial Management	40	7,5
Σύνολο	160	30
ή		
Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία		30
Σύνολο		90

Ειδίκευση: Ειδίκευση Μάρκετινγκ Πολιτικής (Political Marketing)		
Α' εξάμηνο		
Μαθήματα Υποχρεωτικά της Ειδίκευσης	Διδ. ώρες	ECTS
Στρατηγικό Πολιτικό Μάρκετινγκ - Strategic Political Marketing	40	7,5
Δημιουργία Επωνυμίας - Brand Building and Management	40	7,5
Βιώσιμη Ανάπτυξη, Ηθική και Κριτήρια ESG – Sustainable Growth, Ethics and ESG Criteria	40	7,5
Μαθήματα Επιλογής της Ειδίκευσης (επιλογή 1 μαθήματος)		
Ολοκληρωμένο Μάρκετινγκ Επικοινωνιών - Integrated Marketing Communications	40	7,5
Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία– Entrepreneurship and Innovation	40	7,5
Διοίκηση Ανθρώπινων Πόρων και Ταλέντων– Human Resources and Talent Management	40	7,5
Χρηματοοικονομικά– Financial Management	40	7,5
Σύνολο	160	30
Β' εξάμηνο		
Μαθήματα Υποχρεωτικά της Ειδίκευσης	Διδ.	ECTS
Ηγεσία και Λήψη Αποφάσεων – Leadership and Decision Making	40	7,5
Ερευνες Κοινού και Τμηματοποίηση– Market Research and Segmentation	40	7,5
Ψηφιακό Μάρκετινγκ και Ανάλυση Δεδομένων– Digital Marketing and Data Analysis	40	7,5
Μαθήματα Επιλογής της Ειδίκευσης (επιλογή 1 μαθήματος)		
Διαπραγματεύσεις – Negotiations	40	7,5
Μάνατζμεντ Μη Κερδοσκοπικών Οργανισμών – Non-profit Organizations Management	40	7,5
Συμπεριφορά Κοινού και Διοίκηση Πωλήσεων – Buying Behavior and Sales Management	40	7,5
Χρηματοδότηση– Funding	40	7,5
Σύνολο	160	30
Γ' εξάμηνο (επιλογή μεταξύ 4 μαθημάτων ή διπλωματικής εργασίας)		
Μαθήματα Υποχρεωτικά	Διδ.	ECTS
Διεθνές Μάρκετινγκ – International Marketing	40	7,5
Μάρκετινγκ και Τεχνητή Νοημοσύνη Γεγονότων και Εκδηλώσεων – Events Marketing and Artificial	40	7,5
Μαθήματα Επιλογής της Ειδίκευσης (επιλογή 2 μαθημάτων που δεν επιλέχθηκαν στο Α' Εξάμηνο)		
Ολοκληρωμένο Μάρκετινγκ Επικοινωνιών - Integrated Marketing Communications	40	7,5
Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία– Entrepreneurship and Innovation	40	7,5
Διοίκηση Ανθρώπινων Πόρων και Ταλέντων– Human Resources and Talent Management	40	7,5
Χρηματοοικονομικά– Financial Management	40	7,5
Σύνολο	160	30
ή		
Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία		30
Σύνολο		90

Η Συντονιστική Επιτροπή, μετά την δήλωση μαθημάτων επιλογής από τους φοιτητές, εισηγείται στη Συνέλευση του Τμήματος τα μαθήματα που θα διεξαχθούν ανά εξάμηνο.

Περιγραφή μαθημάτων ΠΜΣ

Ακολούθως παρουσιάζονται οι περιγραφές των μαθημάτων του ΠΜΣ:

Ο σκοπός του μαθήματος «**Στρατηγικό Αθλητικό Μάρκετινγκ**» είναι η εισαγωγή στην επιστήμη του Μάρκετινγκ και η θεωρητική και πρακτική κατάρτιση των συμμετεχόντων στις βασικές αρχές και τα εργαλεία του μάρκετινγκ. Παράλληλα, οι συμμετέχοντες έχουν την δυνατότητα να εκπαιδευτούν στην ανάλυση, στη σύνθεση και στην παρουσίαση των αρχών και των εργαλείων του μίγματος μάρκετινγκ, στην τμηματοποίηση των φιλάθλων και στην τοποθέτηση των ομάδων, στα στοιχεία δημιουργίας ισχυρής αθλητικής επωνυμίας. Στην προβολή προς πολλούς ενδιαφερομένους όπως στα μέσα μαζικής επικοινωνίας, χορηγούς, μέλη, κρατικούς φορείς και άλλους.

Το μάθημα «**Στρατηγικό Πολιτιστικό Μάρκετινγκ**» συμπεριλαμβάνει τις διαφορετικές τυπολογίες των πολιτιστικών οργανισμών, το περιβάλλον μέσα στο οποίο δραστηριοποιούνται οι πολιτιστικοί οργανισμοί, τις διαφορές των πολιτιστικών αγαθών με των εμπορικών, την διπολική μέτρηση της απόδοσης τους. Τον ρόλο της έρευνας του κοινού των πολιτιστικών αγαθών και υπηρεσιών. Την σημασία της δημιουργίας ισχυρής επωνυμίας των πολιτιστικών οργανισμών και των δημιουργών. Τα 7ps (products, price, place, promotion, people, process, physical evidence) στον πολιτισμό. Στρατηγικές απόκτησης μελών, χορηγών και εθελοντών.

Το μάθημα «**Στρατηγικό Πολιτικό Μάρκετινγκ**» συμπεριλαμβάνει τη θεωρία και τις εφαρμογές βασικών αρχών του μάρκετινγκ στην πολιτική. Επιδιώκει να εξοικειώσει τους φοιτητές με το αντικείμενο του πολιτικού μάρκετινγκ μέσα από την ανάλυση των μεθόδων που εφαρμόζονται στο εμπορικό μάρκετινγκ και τις διαφορές μεταξύ τους, της εκλογικής αγοράς, τη μελέτη του ψηφοφόρου ως καταναλωτή, των κινήτρων και της συμπεριφοράς τμημάτων ψηφοφόρων. Ιδιαίτερη έμφαση θα δοθεί και στην ψηφιακή εμπειρία και την εφαρμογή της στην πολιτική, τις τάσεις και τις βέλτιστες πρακτικές με σκοπό οι φοιτητές να κατανοήσουν σε βάθος τα χαρακτηριστικά των χρηστών/ψηφοφόρων και τις ιδιαιτερότητες των πολιτικών αγαθών καθώς και τους τρόπους με τους οποίους οι στρατηγικές μάρκετινγκ, με έμφαση στην αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών, επηρεάζουν τη συμπεριφορά των ψηφοφόρων και την πρόθεση ψήφου.

Το μάθημα «**Δημιουργία Επωνυμίας**» έχει ως σκοπό να κατανοήσουν οι φοιτητές τα στάδια της διαδικασίας σχεδιασμού αθλητικών προϊόντων, καθώς και τις προκλήσεις που πρέπει να ξεπεράσουν επιτυχώς σε κάθε στάδιο για την ανάπτυξη επιτυχημένων προϊόντων με υψηλή αντιλαμβανόμενη αξία για το κοινό-στόχο. Βασική επιδίωξη του μαθήματος είναι, επίσης, να γνωρίσουν οι φοιτητές την αξία της ύπαρξης ισχυρών επώνυμων προϊόντων και υπηρεσιών στον αθλητικό κλάδο, να κατανοήσουν τις διαφορές και συσχετίσεις μεταξύ ταυτότητας επωνυμίας, τοποθέτησης και εικόνας, και να αντιληφθούν τα κριτήρια για την επιλογή ονόματος επωνυμίας, λογότυπου και σλόγκαν. Ιδιαίτερη έμφαση θα δοθεί στην αυξημένη σημασία για τις σύγχρονες επιχειρήσεις και οργανισμούς της δημιουργίας δυνατής επωνυμίας στην ψηφιακή εποχή. Απώτερος στόχος του μαθήματος είναι οι φοιτητές να είναι σε θέση να εφαρμόσουν το θεωρητικό υπόβαθρο σε στρατηγικές και τακτικές αποφάσεις δημιουργίας και διοίκησης επωνυμίας, κατανοώντας τη στρατηγική που πρέπει να ακολουθήσουν για να χτίσουν, να καθιερώσουν, να ενδυναμώσουν, να προστατέψουν και να αξιολογήσουν την επωνυμία ενός προϊόντος, μιας υπηρεσίας ή ενός προσώπου.

Το μάθημα **«Βιώσιμη Ανάπτυξη, Ηθική και Κριτήρια ESG»** εστιάζει στον τρόπο που οι σύγχρονες επιχειρήσεις κάθε είδους, με έμφαση στους οργανισμούς που δραστηριοποιούνται στον αθλητισμό, τον πολιτισμό και την πολιτική, προσπαθούν να μειώσουν τις αρνητικές επιπτώσεις τους στην κοινωνία και το περιβάλλον, και ταυτόχρονα να αυξήσουν τις βιώσιμες και αειφόρες πρακτικές τους. Στο θεωρητικό μέρος του μαθήματος, οι φοιτητές μαθαίνουν γιατί οι οργανισμοί αποτυγχάνουν και πράττουν ανήθικα. Στο εμπειρικό κομμάτι του μαθήματος οι φοιτητές προετοιμάζονται για στελέχη επιχειρήσεων στο τομέα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και του μάρκετινγκ, μαθαίνοντας να κάνουν ανάλυση των ενδιαφερομένων μερών, να οργανώνουν και να συντάσσουν ESG εκθέσεις με καλές πρακτικές περιβαλλοντικές (οικολογική αλυσίδα αξίας, απεξάρτηση από μη βιοδιασπώμενα υλικά, εξοικονόμηση ενέργειας, επαναχρησιμοποίηση, ανακύκλωση, διαχείριση αποβλήτων, οικολογική μετακίνηση), κοινωνικές (φιланθρωπίες, δωρεές, επίλυση κοινωνικών προβλημάτων, ενίσχυση της κοινότητας σε θέματα κατοικίας, εκπαίδευσης, υγείας, πολιτισμού, αθλητισμού), και διακυβέρνησης (διαφάνεια, λογοδοσία, οικολογικές επενδύσεις, μετοχικός ακτιβισμός, εταιρικός εθελοντισμός, συμπερίληψη, δικαίωμα καταγγελίας εκφοβισμού και σεξουαλικής παρενόχλησης, σεβασμό στα προσωπικά δεδομένα, υπεύθυνο μάρκετινγκ). Τέλος, το μάθημα εστιάζει στη μέτρηση του κοινωνικού και οικονομικού αντίκτυπου των επιχειρήσεων, καθώς και στα αντίστοιχα εργαλεία, τους 17 στόχους των Ηνωμένων Εθνών, τις κατευθυντήριες οδηγίες του ΟΟΣΑ, τα πρότυπα ISO, τις πιστοποιήσεις, τα σήματα, τους δείκτες και τους απολογισμούς όπως GRI.

Το μάθημα **«Ολοκληρωμένο Μάρκετινγκ Επικοινωνιών»** επιδιώκει να εξοικειώσει τους φοιτητές με τα εργαλεία και τις στρατηγικές της Ολοκληρωμένης Επικοινωνίας Μάρκετινγκ (OEM), ενός καινοτόμου τρόπου στρατηγικής σκέψης που έχει σαν στόχο να διαμορφώσει μία ισχυρή και συνεπή οργανωσιακή εικόνα και φήμη, και να δομήσει αποτελεσματικές και μακροχρόνιες σχέσεις με όλες τις ομάδες των ενδιαφερόμενων μερών. Επεξηγούνται η έννοια, τα χαρακτηριστικά και ο ρόλος της OEM στη λειτουργία των σύγχρονων οργανισμών, και αναλύονται η διαδικασία και τα στάδια που απαιτούνται για την κατάρτιση και την υλοποίηση ενός ολοκληρωμένου πλάνου στρατηγικής επικοινωνίας. Παρουσιάζονται διεξοδικά τα πολυάριθμα εργαλεία προβολής που διαθέτει ένας σύγχρονος οργανισμός (διαφήμιση, προώθηση πωλήσεων, δημόσιες σχέσεις, δημοσιότητα, άμεσο μάρκετινγκ, μάρκετινγκ εκδηλώσεων, ιογενές μάρκετινγκ, προσωπική πώληση) τόσο σε offline όσο και online περιβάλλον, και επεξηγείται η συνεισφορά του κάθε εργαλείου στην επίτευξη αποτελεσματικής οργανωσιακής επικοινωνίας και τη βελτίωση της πελατειακής εμπειρίας. Το περιεχόμενο του μαθήματος ολοκληρώνεται με την παρουσίαση των μεθόδων μέτρησης της αποτελεσματικότητας προγραμμάτων ολοκληρωμένης επικοινωνίας και την ανάλυση περιπτώσεων μελετών.

Σκοπός του μαθήματος **«Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία»** είναι να δώσει στους φοιτητές δεξιότητες αναφορικά με την ανάπτυξη καινοτομιών σε υφιστάμενες αλλά και νεοφυείς επιχειρήσεις. Το μάθημα θα δώσει έμφαση στην κατανόηση της σημασίας της καινοτομίας, τη σύνδεση της με την στρατηγική της επιχείρησης αλλά τη διαδικασία της καινοτομίας (αναζήτηση ευκαιριών, αξιολόγηση εναλλακτικών και υλοποίηση έργων καινοτομίας). Παράλληλα, οι φοιτητές θα αποκτήσουν τις απαραίτητες γνώσεις για τη δημιουργία μίας νεοφυούς καινοτομικής επιχείρησης (startup). Το μάθημα θα προσφέρει μία ολοκληρωμένη προσέγγιση για το πως θα μετατραπεί μία ιδέα σε νέο προϊόν και στη συνέχεια ένα προϊόν σε μία βιώσιμη επιχείρηση με βάση τη μεθοδολογία της λιτής επιχειρηματικής εκκίνησης (lean startup). Στόχος είναι επίσης οι φοιτητές να ενστερνιστούν την κουλτούρα της επιχειρηματικότητας (entrepreneurial mindset) ως βασικό στοιχείο δημιουργίας νέας επιχείρησης αλλά και ως απαραίτητα συστατικό για την ανάπτυξη καινοτομιών σε υφιστάμενες επιχειρήσεις.

Το μάθημα **«Διοίκηση Ανθρωπίνων Πόρων και Ταλέντων»** βοηθά στην κατανόηση των εννοιών, του περιεχομένου και των συγχρόνων εξελίξεων της διοίκησης ανθρώπινου δυναμικού. Σκοπός της ενότητας είναι η ανάπτυξη του εννοιολογικού και θεωρητικού υπόβαθρου των συμμετεχόντων σε θέματα σχετικά με τη στρατηγική και τη διοίκηση ανθρωπίνων πόρων, όπως η δημιουργία κινήτρων, οι διαδικασίες απόκτησης νέων στελεχών, η εταιρική επικοινωνία, η δημιουργία εταιρικής κουλτούρας, οι εργασιακές σχέσεις, η συναισθηματική νοημοσύνη, η καλλιέργεια δημιουργικότητας, συνεχούς εκπαίδευσης και καινοτομικής σκέψης.

Το μάθημα «**Χρηματοοικονομικά**» παρέχει στους φοιτητές βασικές γνώσεις λογιστικής που σχετίζονται με το λογιστικό κύκλωμα που ακολουθείται από το λογιστήριο μιας επιχείρησης, δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στη σύνταξη των λογιστικών καταστάσεων. Δευτερευόντως, το μάθημα προσφέρει το απαραίτητο θεωρητικό υπόβαθρο ώστε να κατανοηθούν και να αφομοιωθούν προχωρημένα θέματα χρηματοοικονομικής λογιστικής, ελεγκτικής και χρηματοοικονομικής ανάλυσης.

Σκοπός του μαθήματος «**Ψηφιακό Μάρκετινγκ και Ανάλυση Δεδομένων**» είναι να παρουσιάσει τους φοιτητές στις δυνατότητες που προσφέρει το σύγχρονο ψηφιακό περιβάλλον για την προβολή επωνυμιών και την προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών. Κεντρικός στόχος είναι η κατανόηση του πλαισίου στο οποίο δραστηριοποιούνται οι επιχειρήσεις και οι οργανισμοί/πρόσωπα, των παραγόντων που το διαμορφώνουν και των εργαλείων που υποστηρίζουν τη διαμόρφωση αποτελεσματικών ψηφιακών στρατηγικών για την ανάπτυξη ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Μέσα από παραδείγματα, εφαρμογές και πρακτικές τεχνικές, το μάθημα παρουσιάζει τα βασικά στοιχεία μιας επιτυχημένης στρατηγικής ψηφιακού μάρκετινγκ, όπως: τεχνικές βελτιστοποίησης για μηχανές αναζήτησης (SEO), διαχείριση καμπανιών επί πληρωμή στις μηχανές αναζήτησης, στρατηγικές retargeting και remarketing, μορφές προβολής μέσω email marketing, πρακτική αξιοποίηση των κοινωνικών δικτύων και διαφορετικών μορφών ψηφιακής προβολής (display ads, affiliate marketing κ.ά.) καθώς και τις μεθόδους μέτρησης της αποτελεσματικότητας αυτών των ενεργειών μέσω Δεικτών Απόδοσης (Key Performance Indicators – KPIs)

Σκοπός του μαθήματος «**Έρευνες Κοινού και Τμηματοποίηση**» είναι να αναπτύξει μία σύγχρονη διεπιστημονική προσέγγιση της ποσοτικής και ποιοτικής έρευνας που αναγνωρίζει τη σημασία της έρευνας αγοράς, χρησιμοποιώντας κατάλληλες μεθόδους. Το συγκεκριμένο μάθημα είναι απαραίτητο για όσους επιθυμούν να ακολουθήσουν καριέρα στο μάρκετινγκ, τη διαφήμιση ή την έρευνα αγοράς. Κατά τη διάρκεια των διαλέξεων παρουσιάζονται μελέτες περιπτώσεων και παραδείγματα από την πολιτική, τον αθλητισμό και τον πολιτισμό, επίσης γίνεται ανάλυση της τμηματοποίησης και της συμπεριφοράς των ψηφοφόρων, φιλάθλων, κοινού.

Το μάθημα «**Συμπεριφορά Κοινού και Διοίκηση Πωλήσεων**» αφορά στην ανάλυση των σταδίων από τα οποία περνά ο θεατής ή ψηφοφόρος για την επιλογή κάποιου αθλητικού, πολιτιστικού ή πολιτικού «προϊόντος», τους βασικούς ρόλους που υπάρχουν σε κάθε «αγοραστική» απόφαση, καθώς και τους παράγοντες – δημογραφικούς, γεωγραφικούς, κοινωνικούς και ψυχολογικούς – που επηρεάζουν μια τέτοια απόφαση. Τέλος, το μάθημα παρουσιάζει τα στάδια της πώλησης και τον τρόπο που ο κάθε οργανισμός/επιχείρηση μπορεί μέσα από τεχνικές πωλήσεων και σχετικές διοικητικές αποφάσεις να πείσει το κοινό για την αξία του αθλητικού, πολιτιστικού, πολιτικού προϊόντος που προσφέρει.

Το μάθημα «**Διαπραγματεύσεις**» διδάσκει τους φοιτητές τις βασικές διαπραγματευτικές αρχές, ότι δεν διαπραγματευόμαστε επί θέσεων, διαχωρίζουμε τους ανθρώπους από το πρόβλημα, εστιάζουμε στα συμφέροντα και όχι στις θέσεις, δημιουργούμε επιλογές και γέφυρες αμοιβαίου οφέλους και επιμένουμε στη χρήση αντικειμενικών κριτηρίων. Αναλύονται με βάση τη θεωρία των παιγνίων, και χρησιμοποιούνται περιπτώσεις από τον χώρο των αθλητικών και καλλιτεχνικών συμβολαίων.

Στόχος του μαθήματος «**Ηγεσία και λήψη αποφάσεων**» είναι να κατανοήσουν τις διαχρονικές σταθερές που καθορίζουν την επιτυχημένη ηγεσία και την κατάλληλη στις περιστάσεις λήψη αποφάσεων. Στο μάθημα δίνεται έμφαση στην ιστορική κατανόηση της ηγεσίας και στην αναγνώριση της σχεδόν παντελούς ομοιότητας της θεωρίας της ηγεσίας στις κλασσικές πηγές με τις σύγχρονες. Ταυτόχρονα γίνεται μία εκτενής παρουσίαση, σύγκριση και ανάλυση των θεωριών λήψης αποφάσεων με τα χαρακτηριστικά της επιτυχημένης ηγεσίας και της προσωπικότητας του ηγέτη, ως του προσώπου που αναλαμβάνει την ευθύνη στην λήψη της κάθε απόφασης. Στο τέλος οι φοιτητές θα πρέπει να μπορούν να αναγνωρίσουν είτε τον ηγέτη είτε την κατάλληλη λήψη αποφάσεων με την αντιπαράβολή των παρατηρούμενων δεδομένων με ελάχιστους κλασσικούς αφορισμούς συμπεριφοράς και προβούλευσης.

Το μάθημα «**Μάνατζμεντ Μη κερδοσκοπικών Οργανισμών**» συμπεριλαμβάνει την ανάλυση του εσωτερικού και εξωτερικού μικρού και μέγανου περιβάλλοντος των οργανισμών, των πλεονεκτημάτων και των μειονεκτημάτων, των ευκαιριών και των κινδύνων που διαπιστώνουν. Επίσης, γίνεται αναφορά στον προγραμματισμό, το όραμα, την αποστολή, τους στόχους και τις στρατηγικές των οργανισμών. Στη συνέχεια οι φοιτητές μαθαίνουν πως εφαρμόζονται συγκεκριμένα προγράμματα, μάρκετινγκ, χρηματοοικονομικά, παραγωγής και ανθρώπινου δυναμικού. Επιπλέον γίνεται αναφορά στον έλεγχο και την αξιολόγηση της απόδοσης τους, Τέλος αναπτύσσονται κάποιες στρατηγικές μεγέθυνσης, κάθετη και οριζόντια ολοκλήρωσης, διαφοροποίησης, ανάπτυξης προϊόντων, συμμαχιών και διεθνοποίησης.

Το μάθημα «**Χρηματοδότηση**» παρέχει στους φοιτητές εξειδικευμένες γνώσεις σχετικά με τα χρηματοδοτικά εργαλεία, δάνεια, μετοχές, ομόλογα, δικαιώματα, απόκτηση μελών, δωρεές, χορηγίες, κληροδοτήματα, ευρωπαϊκά προγράμματα, κρατικές ενισχύσεις, νεοφυείς επιχειρήσεις, πατέντες, φιλανθρωπία, ιδρύματα, υιοθεσία, μικρό-πληρωμές, έρανοι και άλλα.

Το μάθημα «**Διεθνές Μάρκετινγκ**» αφορά στην επέκταση της επιστήμης του Μάρκετινγκ στις διεθνείς αγορές, καλύπτοντας ζητήματα όπως α) η απόφαση διεθνοποίησης, β) τα κριτήρια επιλογής διεθνών αγορών, γ) η επιλογή του τρόπου εισόδου, και δ) η απόφαση προσαρμογής ή τυποποίησης του μίγματος μάρκετινγκ, με έμφαση στις αποφάσεις για το «Προϊόν» και την επώνυμη πολιτική του. Έμφαση θα δοθεί στο μάθημα στο πώς διαμορφώνονται οι σχετικές επιλογές και αποφάσεις διεθνοποίησης στους κλάδους του αθλητισμού, πολιτισμού και πολιτικής.

Το μάθημα «**Μάρκετινγκ και Τεχνητή Νοημοσύνη Γεγονότων και Εκδηλώσεων**» επικεντρώνεται στον στρατηγικό σχεδιασμό, την οργάνωση και τη διαχείριση σύγχρονων εκδηλώσεων, με έμφαση στη δημιουργία καθηλωτικών εμπειριών και την αξιοποίηση ψηφιακών εργαλείων και τεχνητής νοημοσύνης για την προώθηση και τη βελτιστοποίηση της απόδοσής τους. Στόχοι του μαθήματος είναι: α) η ανάπτυξη των δεξιοτήτων σχεδιασμού, υλοποίησης και αξιολόγησης εκδηλώσεων, με στόχο την προσφορά μοναδικών εμπειριών στους συμμετέχοντες, β) η εξοικείωση με καινοτόμες τεχνολογίες, όπως ψηφιακά εργαλεία και τεχνητή νοημοσύνη, για τη βελτίωση της εμπειρίας, της προώθησης και της μέτρησης της αποτελεσματικότητας των εκδηλώσεων. Με την ολοκλήρωση, οι φοιτητές θα είναι σε θέση να σχεδιάζουν και να υλοποιούν επιτυχημένες εκδηλώσεις, αξιοποιώντας βέλτιστες πρακτικές από την ελληνική και διεθνή αγορά, καθώς και προηγμένες τεχνολογικές λύσεις για την ενίσχυση της συνολικής εμπειρίας και της επιτυχίας κάθε εκδήλωσης.

Ο τεχνολογικός εξοπλισμός που απαιτείται να έχει κάθε μεταπτυχιακός/-ή φοιτητής/-τρια για την παρακολούθηση του προγράμματος και την αξιολόγησή του/της είναι ηλεκτρονικός υπολογιστής (σταθερός ή φορητός), με ενσωματωμένη ή συνδεδεμένη κάμερα, με σύνδεση στο διαδίκτυο με ικανότητα πρόσβασης στο Webex (ή άλλη πλατφόρμα εξ αποστάσεως εκπαίδευσης) και στην ασύγχρονη πλατφόρμα eclass του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών.

Μαθησιακά αποτελέσματα ΠΜΣ και επιμέρους μαθημάτων

Η αναγνώριση της σημαντικότητας των μαθησιακών αποτελεσμάτων αποτελεί προτεραιότητα του προγράμματος σπουδών του ΠΜΣ Μάρκετινγκ Αθλητισμού Πολιτισμού Πολιτικής. Στα μαθησιακά αποτελέσματα γίνεται η αποτύπωση όλων αυτών που ο εκπαιδευόμενος/φοιτητής γνωρίζει, κατανοεί και είναι σε θέση να υλοποιήσει μετά την ολοκλήρωση μιας μαθησιακής διαδικασίας.

Απαντώντας στο τρίπτυχο γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες, τα μαθησιακά αποτελέσματα κάθε μαθήματος περιγράφονται στο περίγραμμα του μαθήματος, αναρτώνται στον επίσημο ιστότοπο του ΠΜΣ αποτελούν μέρος του οδηγού σπουδών, και τέλος, ανακοινώνονται στους φοιτητές στην έναρξη αλλά και κατά τη διάρκεια των μαθημάτων.

Η αναγνώριση των μαθησιακών αποτελεσμάτων είναι μια δυναμική διαδικασία που στηρίζεται στην ανατροφοδότηση που λαμβάνουν οι διδάσκοντες από τους φοιτητές, αλλά και στις μεταβολές των επαγγελματικών απαιτήσεων που σχετίζονται με το εκάστοτε μάθημα.

Σε γενικό επίπεδο οι πτυχιούχοι του ΠΜΣ Μάρκετινγκ Αθλητισμού Πολιτισμού Πολιτικής θα έχουν εξοπλιστεί με τις απαιτούμενες γνώσεις, ικανότητες και δεξιότητες, οι οποίες θα τους εξασφαλίσουν την επιστημονική αρτιότητα, την επαγγελματική καταξίωση και την μετέπειτα εξέλιξη στο χώρο της διοίκησης και του μάρκετινγκ επιχειρήσεων και οργανισμών. Ειδικότερα, θα έχουν αποκτήσει επιστημονικό τρόπο σκέψης, ο οποίος επιτρέπει τη μεθοδική και ορθολογική προσέγγιση στην επίλυση προβλημάτων που ανακύπτουν στις σύγχρονες επιχειρήσεις και οργανισμούς. Ο διδαχθείς τρόπος σκέψης επιτρέπει στους αποφοίτους να αξιοποιήσουν μία σειρά από σύγχρονα εργαλεία και μεθόδους, ώστε να ανταποκριθούν στο απαιτητικό και ανταγωνιστικό περιβάλλον της αγοράς.

Εκπαιδευτικές Διαλέξεις

Η διδασκαλία των μαθημάτων πραγματοποιείται κάθε περίπου δεύτερη εβδομάδα τις ημέρες Παρασκευή απόγευμα ή και Σάββατο σύμφωνα με τον προγραμματισμό. Οι ώρες διδασκαλίας κάθε ημέρας παρακολούθησης είναι τέσσερις (4). Το Πρόγραμμα διαμορφώνεται λαμβάνοντας υπόψη επίσημες αργίες. Το Πρόγραμμα τροποποιείται όταν χρειαστεί και σε καταστάσεις έκτακτης ανάγκης. Μάθημα που αναβάλλεται λόγω κωλύματος του καθηγητή αναπληρώνεται σε ημερομηνία που συμφωνηθεί με τους φοιτητές.

Οι δια ζώσης διαλέξεις (ή οι εξ αποστάσεως όπου κρίνονται απαραίτητες) είναι υποχρεωτικές, και ιδιαίτερα ουσιώδεις, γιατί βοηθούν σημαντικά στο να αποσαφηνιστούν δυσνόητα σημεία και να κατανοήσει ο φοιτητής πληρέστερα το γνωστικό αντικείμενο. Για το λόγο αυτό, οι απουσίες κάθε φοιτητή δε μπορούν να υπερβαίνουν το 20% των διαλέξεων του εκάστοτε μαθήματος. Πέραν των προγραμματισμένων αυτών διαλέξεων προβλέπονται επιπλέον ώρες διδασκαλίας, με τη μορφή φροντιστηριακών διαλέξεων, οι οποίες λαμβάνουν χώρα ανάλογα με τις εκάστοτε ανάγκες που προκύπτουν εξ αποστάσεως ή δια ζώσης.

Οι ακριβείς ημερομηνίες και ώρες διεξαγωγής των διαλέξεων ανακοινώνονται σε εύλογο χρονικό σημείο και πάντα εγκαίρως για τον καλύτερο προγραμματισμό όλων.

Γραπτές Εξετάσεις – Απαλλακτική Εργασία

Η επιτυχής ολοκλήρωση κάθε μαθήματος θα πραγματοποιείται είτε με τελική εξέταση, είτε με συνδυασμό γραπτής εργασίας και τελικής εξέτασης, είτε με την εκπόνηση εκτενούς εργασίας που

θα θεωρείται απαλλακτική. Το είδος της εξέτασης για την επιτυχή ολοκλήρωση κάθε μαθήματος εξαρτάται από το αντικείμενό του, καθώς και από την επιλογή του διδάσκοντος.

Τελική εξέταση

Η τελική εξέταση καλύπτει όλη την ύλη του μαθήματος που έχει διδαχθεί και αντιστοιχεί είτε στο 100% του βαθμού, είτε στο 70% στην περίπτωση που το μάθημα περιλαμβάνει και Γραπτή Εργασία (που θα αντιστοιχεί στο 30% της συνολικής βαθμολογίας).

Για να ολοκληρώσετε επιτυχώς το μάθημα θα πρέπει να λάβετε τουλάχιστον 5 στον συνολικό βαθμό και ο βαθμός της τελικής εξέτασης να είναι προαγωγικός. Σημειώνεται ότι στην περίπτωση που δεν παραδώσετε την Γραπτή Εργασία που πιθανώς προβλέπεται στο μάθημα, καλείστε στην τελική εξέταση να γράψετε βαθμό ο οποίος θα καλύψει ό,τι υπολείπεται προκειμένου ο συνολικός βαθμός σας στο μάθημα να είναι τουλάχιστον 5.0

Λαμβάνοντας υπόψη τις βαθμολογίες των φοιτητών, όπως αυτές προκύπτουν χωρίς στρογγυλοποίηση, από την τελική εξέταση και την γραπτή εργασία (εφόσον υπάρχει), ο τελικός βαθμός κάθε μαθήματος που προκύπτει είναι σε μορφή ακέραια ή δεκαδική. Οι βαθμοί εκτείνονται από 0 έως 10, όπου το πέντε

(5) είναι ο ελάχιστος αποδεκτός βαθμός επιτυχούς ολοκλήρωσης μιας ενότητας.

Οι ακριβείς ημερομηνίες των τελικών και επαναληπτικών εξετάσεων ανακοινώνονται έγκαιρα στον δικτυακό χώρο κάθε μαθήματος.

Η εξέταση με την ολοκλήρωση της κάθε ενότητας είναι ουσιαστική και έχει διάρκεια έως τρεις (3) ώρες. Δύναται να έχει τη μορφή ερωτήσεων για ανάπτυξη ή ερωτήσεων πολλαπλών επιλογών ή ένα συνδυασμό αυτών, ή τέλος να είναι προφορική. Εφόσον το αποφασίσει ο/οι διδάσκων-ντες. Καθ' όλη τη διάρκεια των εξετάσεων τα κινητά τηλέφωνα παραμένουν κλειστά και σε καμία περίπτωση οι υποψήφιοι δεν μπορούν να χρησιμοποιήσουν κινητό τηλέφωνο για τυχόν υπολογισμούς αλλά μόνο κομπιουτεράκι.

Τα μαθήματα εξετάζονται μετά από την ολοκλήρωσή τους σε συγκεκριμένη ημερομηνία που είναι γνωστή εκ των προτέρων. Δεν επιτρέπεται απουσία για οποιοδήποτε λόγο εκτός της περίπτωσης αποδεδειγμένης ασθένειας.

Η εξέταση, για την οποία διασφαλίζεται το αδιάβλητό της, εποπτεύεται από οριζόμενους εισηγητές του ΠΜΣ που φροντίζουν επίσης για τη διάθεση του εξεταστικού υλικού.

Δικαίωμα συμμετοχής στις τελικές εξετάσεις ενός μαθήματος έχουν οι φοιτητές που έχουν εγγραφεί σε αυτό και παράλληλα έχουν εκπληρώσει τις συμβατικές και οικονομικές υποχρεώσεις τους όπως προβλέπονται.

Για τις περιπτώσεις φοιτητών που δηλώνουν κώλυμα συμμετοχής στις προγραμματισμένες γραπτές

εξετάσεις για λόγους υγείας ή άλλους ειδικούς λόγους, ισχύουν τα εξής:

- Για αποδεδειγμένα και χρόνια προβλήματα υγείας (σκληρήνωση κατά πλάκας, δυσλεξία κ.ά.), που δεν επιτρέπουν συμμετοχή σε γραπτές εξετάσεις:

Όσοι φοιτητές έχουν προσκομίσει εγκαίρως, **το αργότερο μέχρι το τέλος Οκτωβρίου** κάθε ακαδημαϊκού έτους, τα προβλεπόμενα από τη σχετική νομοθεσία έγγραφα, θα εξετάζονται από την συντονιστική επιτροπή.

- Για άλλους σοβαρούς λόγους που αποδεδειγμένα δεν επιτρέπουν τη συμμετοχή στις προγραμματισμένες εξετάσεις:

Όσοι φοιτητές έχουν δηλώσει κώλυμα συμμετοχής τους στις εξετάσεις, υποβάλλοντας όλα τα απαραίτητα αποδεικτικά στοιχεία, θα συμμετέχουν, με απόφαση της Συντονιστικής Επιτροπής του

ΠΜΣ, στην εμβόλιμη εξεταστική που θα πραγματοποιηθεί εντός δέκα (10) ημερών από την αρχική ημερομηνία εξετάσεων.

Κατά τη διάρκεια των γραπτών εξετάσεων ισχύουν τα εξής:

- Οι φοιτητές πρέπει να προσέλθουν στα εξεταστικά κέντρα, απαραιτήτως, και με τη φοιτητική τους ταυτότητα αλλά και την αστυνομική τους ταυτότητα (ή διαβατήριο ή στρατιωτική ταυτότητα).
- Οι φοιτητές κάθονται με τον τρόπο που θα τους υποδείξουν οι επιτηρητές.
- Στο έδρανο του φοιτητή δεν επιτρέπεται να υπάρχουν καθόλου βιβλία (εκτός αν η εξέταση προβλέπεται να διεξάγεται με ανοικτά βιβλία), τσάντες, κασετίνες ή οποιοδήποτε άλλο αντικείμενο. Τα κινητά τηλέφωνα των φοιτητών πρέπει να είναι κλειστά και να μην είναι ορατά.
- Οι φοιτητές δεν επιτρέπεται να κάνουν διάλειμμα κατά την ώρα της γραπτής εξέτασης, ούτε να βγουν από την αίθουσα, πριν παραδώσουν οριστικά το γραπτό τους εκτός των περιπτώσεων ανωτέρας βίας και πάντα υπό την επίβλεψη επιτηρητή.
- Κατά τη διάρκεια της εξέτασης δεν επιτρέπονται επεξηγήσεις – διευκρινίσεις μετά το πέρας 20 λεπτών από τον διαμοιρασμό των θεμάτων.
- Κανένας φοιτητής δεν μπορεί να αποχωρήσει οριστικά από την αίθουσα, στην οποία διεξάγονται οι εξετάσεις, πριν από την παρέλευση 60 λεπτών από τη στιγμή που έχουν δοθεί τα θέματα. Επιπλέον, κανένας φοιτητής δεν μπορεί να προσέλθει στην αίθουσα διεξαγωγής των εξετάσεων μετά από την παρέλευση 30 λεπτών από την έναρξη των εξετάσεων.
- Πριν δοθούν επίσης τα θέματα, γίνεται ενημέρωση των φοιτητών για τις κυρώσεις που επιβάλλονται σε περίπτωση αντιγραφής ή συνομιλίας ή συνεργασίας με οποιοδήποτε τρόπο. Ο επιτηρητής μπορεί χωρίς άλλη προειδοποίηση να μονογράψει ή να πάρει το γραπτό των φοιτητών που αντιγράφουν ή μιλούν (κατά τη διάρκεια των εξετάσεων) ή η συμπεριφορά τους αντιβαίνει στην ορθή διεξαγωγή των εξετάσεων. Σε αυτές τις περιπτώσεις το γραπτό τους μηδενίζεται. Οι φοιτητές αυτοί μπορούν να συμμετάσχουν στις επαναληπτικές εξετάσεις, αλλά το γεγονός της αντιγραφής καταχωρείται στο φάκελό τους και σε περίπτωση επανάληψης (σε εξέταση οποιουδήποτε άλλου μαθήματος) παραπέμπονται σε αρμόδια επιτροπή του ΠΜΣ για την επιβολή κυρώσεων.

Απαλλακτική εργασία

Δύναται σε κάποια μαθήματα αντί γραπτών εξετάσεων να εκπονηθεί γραπτή εργασία. Το θέμα, το χρονοδιάγραμμα, και οι οδηγίες θα δίνονται από τον εκάστοτε καθηγητή. Η παρουσίαση της εργασίας θα γίνεται στο τέλος του εξαμήνου και ο φοιτητής θα λαμβάνει βαθμό από 0 έως 10.

Η βαθμολόγηση κάθε μαθήματος ακολουθεί την κλίμακα των μεταπτυχιακών προγραμμάτων του ΕΚΠΑ. Οι βαθμοί εκτείνονται από 0 έως 10, όπου το πέντε (5) είναι ο ελάχιστος αποδεκτός βαθμός επιτυχούς ολοκλήρωσης ενός μαθήματος.

Η τελική απαλλακτική εργασία αντιστοιχεί στο 100% του βαθμού, εφόσον δεν υπάρχουν άλλες ενδιάμεσες γραπτές εργασίες ή τελικές εξετάσεις.

Γραπτές Εργασίες (ΓΕ)

Κατά την διάρκεια των σπουδών σας στα περισσότερα μαθήματα θα πρέπει να εκπονήσετε γραπτές εργασίες, που αξιολογούνται από τους διδάσκοντες. Οι γραπτές εργασίες είναι υποχρεωτικές για όλους τους φοιτητές και πρέπει να υποβάλλονται σε προκαθορισμένες ημερομηνίες σύμφωνα με οδηγίες που αναρτώνται από τους διδάσκοντες στο eclass.

Υποβολή ΓΕ

Οι ΓΕ υποβάλλονται ηλεκτρονικά σε μορφή αρχείου word (.doc) βάσει οδηγιών αναρτημένων και προσβάσιμων από το διαδικτυακό τόπο κάθε μαθήματος. Οι φοιτητές/τριες θα πρέπει σε κάθε περίπτωση να κρατούν αντίγραφο της εργασίας τους.

Προθεσμία υποβολής

Οι ΓΕ θα πρέπει να έχουν παραδοθεί μέχρι την καταληκτική ημερομηνία, όπως αυτή ορίζεται στις οδηγίες κάθε εργασίας.

Παράταση υποβολής

Για σοβαρούς και έκτακτους λόγους και σε μεμονωμένους φοιτητές που άπτονται σε θέματα ανωτέρας βίας, είναι δυνατή η χορήγηση ολιγοήμερης παράτασης, μετά από τεκμηριωμένο γραπτό αίτημα του φοιτητή, με τα σχετικά αποδεικτικά έγγραφα και έγκρισή του από τον Καθηγητή/Εισηγητή. Το σχετικό αίτημα πρέπει να υποβληθεί γραπτά, πριν από την καταληκτική ημερομηνία υποβολής της ΓΕ.

Διόρθωση και βαθμολόγηση ΓΕ

Ο εισηγητής υποχρεούται να ενημερώνει ηλεκτρονικά για το βαθμό εντός 20 ημερών από την καταληκτική ημερομηνία υποβολής ΓΕ. Επιπλέον, αναρτά στον ηλεκτρονικό εκπαιδευτικό χώρο την πρότυπη διορθωμένη εργασία (με τα σχόλια επ' αυτής) ή/και ξεχωριστό κείμενο με τις παρατηρήσεις του που αφορούν τη ΓΕ.

Κάθε εργασία βαθμολογείται με άριστα το 10, σε βαθμούς με ένα δεκαδικό ψηφίο. Επισημαίνεται ότι εργασίες που θα παραλαμβάνονται εκπρόθεσμα, επισύρουν βαθμολογικές κυρώσεις (0,5 βαθμό για κάθε ημερολογιακή ημέρα καθυστέρησης). Σημειώνεται ότι εργασίες δεν γίνονται αποδεκτές μετά το πέρας επτά

(7) ημερολογιακών ημερών από την ημέρα λήξης της προθεσμίας.

Αντιγραφή

Στο αρχείο υποβολής της ΓΕ, στην αρχή, κάθε φοιτητής/φοιτήτρια αναφέρει τα εξής: «Δηλώνω ότι είμαι συγγραφέας αυτής της εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της, είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην εργασία. Επίσης, έχω αναφέρει τις όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε αυτές αναφέρονται ακριβώς είτε παραφρασμένες. Ακόμα δηλώνω ότι αυτή η γραπτή εργασία προετοιμάστηκε από εμένα προσωπικά και αποκλειστικά και ότι θα αναλάβω πλήρως τις συνέπειες εάν η εργασία αυτή αποδειχθεί ότι δεν μου ανήκει».

Ιδιαίτερη προσοχή δίνεται στις περιπτώσεις αντιγραφής. Ο έλεγχος αντιγραφής πραγματοποιείται μέσω της χρήσης της ειδικής πλατφόρμας με τον τρόπο που έχει αποφασισθεί σε κάθε Μάθημα ή στη βάση των αποφάσεων που έχουν ληφθεί σε επίπεδο Επιτροπής Σπουδών για όλα τα μαθήματα του ΠΣ.

Τα περιστατικά αντιγραφής καταγράφονται στο Μητρώο Φοιτητών. Το πειθαρχικό συμβούλιο, στο πλαίσιο των αρμοδιοτήτων του και εφόσον παραπεμφθεί το θέμα σε αυτό μπορεί, αν το κρίνει απαραίτητο, να επιβάλει πειθαρχικές ποινές για θέματα αντιγραφών.

Κόστος σπουδών

Οι φοιτητές οφείλουν να καταβάλουν συνολικά για τη συμμετοχή τους στο ΠΜΣ δίδακτρα ποσού

που ανέρχονται σε 6.000 ευρώ. Η πληρωμή των διδάκτρων ορίζεται έως κάτωθι:

- 800 ευρώ, κατά την εγγραφή (Μάιος-Ιούνιος). Σημειώνεται πως η καταβολή της εν λόγω προκαταβολής είναι απαραίτητη για την κατοχύρωση της θέσης του φοιτητή/-τριας στο ΠΜΣ.
- 700 ευρώ, Σεπτέμβριος πριν την έναρξη του εξαμήνου
- 1.500 ευρώ, Ιανουάριος πριν τις εξετάσεις
- 1.500 ευρώ, Μάιος πριν τις εξετάσεις
- 1.500 ευρώ, Σεπτέμβριος πριν την υποβολή της ΔΕ

Οι ημερομηνίες καταβολής διδάκτρων είναι δεσμευτικές. Η μη τήρηση από τους φοιτητές των οικονομικών υποχρεώσεων τους απέναντι στο Πρόγραμμα συνεπάγεται ότι δεν μπορούν να προχωρήσουν στην επόμενη φάση π.χ. εξετάσεις, επόμενο εξάμηνο, ΔΕ κ.ο.κ. Σημειώνεται τέλος πως επιστροφή διδάκτρων σε περίπτωση διακοπής της φοίτησης εκ μέρους του φοιτητή ή τα χρήματα που δόθηκαν για εγγραφή δεν επιστρέφονται (Απόφαση 2^{ης} ΓΣ ΤΔΕΟ, 16.10.2023).

Για την παράταση σπουδών που αιτούνται οι φοιτητές προβλέπονται δίδακτρα 1.000 Ευρώ ανά εξάμηνο παράτασης.

Δικαίωμα δωρεάν φοίτησης

Με απόφαση του Υπουργείου Παιδείας και Θρησκευμάτων για τη “Ρύθμιση των θεμάτων σχετικά με τη διαδικασία δωρεάν φοίτησης σε Προγράμματα Μεταπτυχιακών Σπουδών με τέλη φοίτησης” ορίζεται κάθε χρόνο οι προϋποθέσεις για τη χορήγηση του δικαιώματος δωρεάν φοίτησης λόγω οικονομικών ή κοινωνικών κριτηρίων

Ενδεικτικά αναφέρουμε:

– Αριστεία κατά τον πρώτο κύκλο: κατοχή βαθμού πτυχίου/διπλώματος ίσο ή ανώτερο του επτάμισι (7,5) με άριστα το δέκα

– **Φορολογητέο εισόδημα** σύμφωνα με δημοσιευμένα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ. Τα αναλυτικά στοιχεία τα αναρτά το Υπουργείο κάθε χρόνο.

Ο συνολικός αριθμός των φοιτητών που φοιτούν δωρεάν δεν δύναται να υπερβαίνει τον αριθμό που αντιστοιχεί στο τριάντα τοις εκατό (30%) του συνόλου των εγγεγραμμένων φοιτητών ανά ακαδημαϊκό έτος.

Η υποβολή των αιτήσεων για τη δωρεάν φοίτηση ανά Π.Μ.Σ. πραγματοποιείται μετά την ολοκλήρωση της διαδικασίας εισδοχής των φοιτητών στο Π.Μ.Σ.

Η εξέταση των κριτηρίων περί απαλλαγής από τα τέλη φοίτησης πραγματοποιείται από τη Συνέλευση του Τμήματος και εκδίδεται αιτιολογημένη απόφαση περί αποδοχής ή απόρριψης της αίτησης.

Η δυνατότητα απαλλαγής από την υποχρέωση καταβολής τελών φοίτησης παρέχεται αποκλειστικά για τη φοίτηση σε ένα (1) Π.Μ.Σ. που οργανώνεται από Α.Ε.Ι. της ημεδαπής.

Διαγραφή φοιτητών

Η Συνέλευση του Τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων και Οργανισμών του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών μετά την εισήγηση της Σ.Ε., δύναται να αποφασίσει τη διαγραφή μεταπτυχιακών φοιτητών/τριών εάν:

- υπερβούν το ανώτατο όριο απουσιών,

- έχουν αποτύχει στην εξέταση μαθήματος ή μαθημάτων και δεν έχουν ολοκληρώσει επιτυχώς το πρόγραμμα, σύμφωνα με τα όσα ορίζονται στον παρόντα κανονισμό,
- υπερβούν τη μέγιστη χρονική διάρκεια φοίτησης στο Π.Μ.Σ., όπως ορίζεται στον παρόντα Κανονισμό,
- έχουν παραβιάσει τις κείμενες διατάξεις όσον αφορά την αντιμετώπιση πειθαρχικών παραπτωμάτων από τα αρμόδια πειθαρχικά Όργανα,
- δεν καταβάλλουν το προβλεπόμενο τέλος φοίτησης,
- υποβάλουν αίτηση διαγραφής οι ίδιοι.

Ηλεκτρονικοί Χώροι Εκπαιδευτικής Διαδικασίας

Στο χώρο <http://eclass.uoa.gr/> κάθε ένας από εσάς έχει πρόσβαση στους ηλεκτρονικούς χώρους εργασίας των μαθημάτων που έχει επιλέξει.

Σε αυτούς υπάρχουν πληροφορίες για το εκπαιδευτικό υλικό, το χρονοδιάγραμμα μελέτης και χώροι συζητήσεων (forum). Εδώ μπορείτε να ενημερώνεστε για διάφορα θέματα από τον Καθηγητή κάθε μαθήματος, να βρίσκετε βιβλιογραφίες των μαθημάτων, τις παρουσιάσεις των διαλέξεων, τις εκφωνήσεις των εργασιών αλλά και τις βαθμολογίες αναρτημένες μόνο με τον Αριθμό Μητρώου σας και όχι με τον ονοματεπώνυμο για λόγους απορρήτου.

Αναλυτικά, στο χώρο αυτό μπορείτε να αναζητήσετε:

- Το *Χρονοδιάγραμμα Μελέτης και Γραπτών Εργασιών*
- Την *Ύλη των Εξετάσεων*
- Άρθρα από επιστημονικά περιοδικά, ενδεικτικές απαντήσεις επιλεγμένων θεμάτων γραπτών εργασιών και εξετάσεων παλαιότερων ετών, πρόσθετο εκπαιδευτικό υλικό, ερευνητικές δραστηριότητες (συνέδρια κ.λπ.), τρέχουσες ανακοινώσεις κ.ά.
- Ενδεχόμενα events, εκδηλώσεις και γεγονότα από την αγορά εργασίας

Διδακτικό Υλικό

Το διδακτικό υλικό του κάθε μαθήματος αποτελείται από **έντυπο ή ηλεκτρονικό διδακτικό υλικό**. Το έντυπο διδακτικό υλικό αποτελείται από συγγράμματα του εμπορίου τα οποία ανταποκρίνονται στα σύγχρονα δεδομένα και λαμβάνοντας υπόψη την πολύτιμη διδακτική εμπειρία που συσσωρεύτηκε κατά τη χρήση τους και στη βάση των σχολίων και προτάσεων διδασκόντων και φοιτητών. Το ηλεκτρονικό διδακτικό υλικό αποτελείται από γραπτές σημειώσεις των διδασκόντων των μαθημάτων.

Επικοινωνία

Η επικοινωνία των φοιτητών με τους διδάσκοντες είναι αμφίδρομη. Αρχικά οι Καθηγητές, αφού ενημερωθούν για τα στοιχεία των φοιτητών τους, επικοινωνούν με τους φοιτητές τους μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail), μέσω e-class ή και τηλεφωνικά. Στη συνέχεια υπάρχει αμφίδρομη επικοινωνία για ζητήματα που αφορούν τις σπουδές και το κάθε μάθημα.

Εάν τα στοιχεία επικοινωνίας σας (διεύθυνση και τηλέφωνα) έχουν αλλάξει, **θα πρέπει να**

ενημερώνετε άμεσα και εγγράφως τόσο την Γραμματεία του Προγράμματος (τηλ: 210 3689828 και 210-3689830 - e-mail: marketing-scp@ba.uoa.gr) όσο και τους Καθηγητές σας.

Βιογραφικά διδασκόντων

Γιώργος Τσουρβάκας. Καθηγητής Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων και Οργανισμών, ΕΚΠΑ. Ειδικεύεται στο Μάρκετινγκ Μάνατζμεντ και τα ερευνητικά του ενδιαφέροντα έχουν να κάνουν με την κατανόηση του πως τα εργαλεία μάρκετινγκ επικοινωνιών επηρεάζουν θετικά τους μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς. Οι πιο πρόσφατες μελέτες του ανέδειξαν το πως οι κοινωνικές καμπάνιες και οι πράσινες διαφημίσεις επηρεάζουν τους καταναλωτές και πολίτες στο να αναγνωρίζουν μηνύματα και προϊόντα, να τα καταναλώνουν και να τα διαδίδουν.

Νικόλαος Ηρειώτης Καθηγητής Λογιστικής Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων και Οργανισμών, ΕΚΠΑ . Κοσμήτορας Σχολής Οικονομικών και Πολιτικών Επιστημών από το 2021 τέως Πρόεδρος του Τμήματος Οικονομικών Επιστημών του ιδίου πανεπιστημίου από το 2014 έως σήμερα Έχει συγγράψει 12 βιβλία και 3 μονογραφίες. Επίσης, έχει μεγάλο αριθμό άρθρων (περισσότερα από 60) σε ξένα κυρίως επιστημονικά περιοδικά με διεθνή αναγνώριση και έχει λάβει τρεις φορές την τιμητική διάκριση “Best Paper Award” από διεθνείς επιστημονικούς οργανισμούς Επιπλέον, έχει παρουσιάσει πολλές εργασίες του σε διεθνή επιστημονικά συνέδρια. Τα τρέχοντα ερευνητικά ενδιαφέροντα του επικεντρώνονται στην ανάλυση λογιστικών καταστάσεων, στην χρηματοοικονομική λογιστική και στην κοστολόγηση.

Δημήτριος Θωμάκος. Καθηγητής Εφαρμοσμένης Οικονομετρίας Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων και Οργανισμών, ΕΚΠΑ. Η πρόσφατη ερευνητική του δραστηριότητα επικεντρώνεται σε μεθοδολογικά θέματα για την πρόβλεψη χρονοσειρών μεεφαρμογές στα οικονομικά και τα χρηματοοικονομικά. Έχει δημοσιεύσει ερευνητικές εργασίες σε κορυφαία περιοδικά γενικού και ειδικού ενδιαφέροντος. Διαθέτει εκτεταμένη εμπειρία στον χρηματοπιστωτικό τομέα με εφαρμοσμένη έρευνα στον χώρο των προβλέψεων, των επενδυτικών στρατηγικών και της λήψης αποφάσεων.

Θόδωρος Παπαδόγγονας. Καθηγητής Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων και Οργανισμών, ΕΚΠΑ. Στο παρελθόν έχει διατελέσει στέλεχος της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας Ελλάδος, της Γενικής Γραμματείας Έρευνας και Τεχνολογίας και της Τράπεζας της Ελλάδος. Τα ερευνητικά ενδιαφέροντά του είναι στον τομέα της Μικροοικονομικής, της Μακροοικονομικής, της Βιομηχανικής Οικονομικής, των Ποσοτικών Μεθόδων, των Οικονομικών της Τεχνολογίας, του Ανθρώπινου Κεφαλαίου, των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων και των Διεθνών Οικονομικών Σχέσεων. Έχει εκπροσωπήσει την Ελλάδα αρκετές φορές στις επιτροπές εμπειρογνομόνων των διεθνών οργανισμών OECD και EUROSTAT και έχει συνεργαστεί ως επιστημονικός κριτής με αρκετά διεθνή ακαδημαϊκά περιοδικά. Είναι συγγραφέας 10 βιβλίων και άνω των 80 άρθρων σε υψηλού κύρους διεθνή επιστημονικά περιοδικά, πρακτικά διεθνών συνεδρίων και συλλογικούς τόμους.

Αριστείδης Σάμιτας. Καθηγητής Χρηματοοικονομικής Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων και Οργανισμών, ΕΚΠΑ. Είναι Associate Editor στο επιστημονικό περιοδικό International Journal of Finance and Economics, μέλος επιστημονικών ενώσεων και κριτής σε διεθνή περιοδικά. Μελέτες και άρθρα του έχουν δημοσιευτεί σε διεθνή επιστημονικά περιοδικά και συλλογικούς τόμους. Τα επιστημονικά του ενδιαφέροντα είναι: Χρηματοοικονομική Ανάλυση και Διοίκηση Επιχειρήσεων, Οικονομετρία, Διαχείριση Χαρτοφυλακίου, Χρηματοπιστωτικές Κρίσεις, Επιχειρηματική Στρατηγική.

Γιώργος Σφακιανάκης. Αναπληρωτής Καθηγητής Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων και Οργανισμών, Ε.Κ.Π.Α. Διετέλεσε Πρόεδρος του Συμβουλίου Οικονομικών Εμπειρογνομόνων του Υπουργείου Οικονομίας και Οικονομικών και μέλος του Διοικητικού Συμβουλίου της Δ.Ε.Η. Α.Ε., της Η.Λ.Π.Α.Π.

Α.Ε., του Οργανισμού Διαχείρισης Δημοσίου Χρέους (Ο.Δ.ΔΗ.Χ.) και του Ιδρύματος Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (Ι.Ο.Β.Ε.).

Αναστάσιος Μαγκούτας. Αναπληρωτής Καθηγητής Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων και Οργανισμών, ΕΚΠΑ. Στο Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων και Οργανισμών του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών (ΕΚΠΑ), διδάσκει μαθήματα μανάτζμεντ, διοίκησης και διαχείρισης εταιρικών πόρων τόσο σε προπτυχιακό, όσο και μεταπτυχιακό επίπεδο. Διατελεί επίσης διευθυντής του Εργαστηρίου Λογιστικής, Χρηματοοικονομικής και Εφαρμοσμένων Οικονομικών (ΕΛΧΕΟ) του εν λόγω Ιδρύματος. Τα ερευνητικά του ενδιαφέροντα αναφέρονται στο ανθρώπινο κεφάλαιο, στις οργανωσιακές και στρατηγικές προκλήσεις που αντιμετωπίζει η σύγχρονη επιχείρηση και στην τεχνολογική καινοτομία. Άρθρα του έχουν δημοσιευτεί σε έγκριτα διεθνή επιστημονικά περιοδικά και η έρευνα του έχει παρουσιαστεί σε πλήθος διεθνών επιστημονικών συνεδρίων. Υπήρξε Διευθυντής Ανθρωπίνων Πόρων σε δημόσιο οργανισμό, έχει πολυετή, σημαντική επαγγελματική εμπειρία σε θέσεις ευθύνης, καθώς και στη διαχείριση χρηματοδοτούμενων προγραμμάτων από την Ευρωπαϊκή Ένωση.

Λαμπρινή Πήχα. Αναπληρώτρια Καθηγήτρια Εμπορικής Διοίκησης, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων και Οργανισμών, ΕΚΠΑ. Τα ακαδημαϊκά και ερευνητικά της ενδιαφέροντα περιστρέφονται γύρω από τη στρατηγική μάρκετινγκ και τη διοίκηση επώνυμου προϊόντος. Η δουλειά της εστιάζει κυρίως στον τρόπο που οι επιχειρήσεις μπορούν να αναπτύξουν και να διατηρήσουν ισχυρές μάρκες που ξεχωρίζουν από τον ανταγωνισμό. Η πιο πρόσφατες έρευνές της πραγματεύονται τον τρόπο που οι επιχειρήσεις μπορούν να υιοθετήσουν υψηλό βαθμό προσανατολισμού στην επωνυμία (brandorientation) για να ισχυροποιήσουν τη θέση τους στην αγορά καθώς και τον τρόπο που οι επιχειρήσεις μπορούν να αυξήσουν την ανταγωνιστικότητά τους μέσα από τη στρατηγική πράσινου μάρκετινγκ.

Μαριλού Ιωακειμίδη. Αναπληρώτρια Καθηγήτρια Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων και Οργανισμών, ΕΚΠΑ. Τα ερευνητικά και διδακτικά ενδιαφέροντά της εστιάζονται στην διοίκηση ανθρωπίνων πόρων και ταλέντων, οικονομικά της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, τεχνολογία και νέες μορφές εκπαίδευσης, δια-βίου μάθηση, εκπαίδευση εκπαιδευτών μέσω e-learning. Μελέτες και άρθρα της έχουν δημοσιευθεί σε έγκριτα επιστημονικά περιοδικά, καθώς και από την UNESCO και το Higher Education Academy της Μεγάλης Βρετανίας.

Αντώνης Λιβιεράτος. Επίκουρος Καθηγητής Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων και Οργανισμών, ΕΚΠΑ. Ο Αντώνης Λιβιεράτος εξειδικεύεται σε θέματα στρατηγικής των επιχειρήσεων, διαχείρισης καινοτομίας, μεταφοράς τεχνολογίας και επιχειρηματικότητάς. Τα ερευνητικά του ενδιαφέροντα επικεντρώνονται στην ανοικτή καινοτομία στις ΜΜΕ, τη μεταφορά τεχνολογίας στα πανεπιστήμια και στη διδασκαλία της επιχειρηματικότητας.

Νικόλαος Κωνσταντόπουλος. τ. Καθηγητής Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πανεπιστήμιο Αιγαίου. Ο Δρ. Νικόλαος Κωνσταντόπουλος είναι εξειδικευμένος στη διοίκηση, τη διαχείριση ανθρώπινου δυναμικού, τη Κοινωνική και Εργασιακή Ψυχολογία, στην Επιχειρηματική Επικοινωνία και την Ηγεσία. Οι εξειδικεύσεις του στηρίζονται στις προπτυχιακές, μεταπτυχιακές και διδακτορικές του σπουδές και διαμορφώθηκαν στα πλαίσια της επαγγελματικής και ακαδημαϊκής του καριέρας στην Ελλάδα και την Ευρώπη. Η επαγγελματική του εξειδίκευση περιλαμβάνει τη στρατηγική ανάλυση, την επιχειρηματική συμβουλευτική, τη διαχείριση ανθρώπινου δυναμικού και την επιχειρηματική επικοινωνία (δημόσιες σχέσεις και μάρκετινγκ). Έχει δημοσιεύσει ένα σημαντικό αριθμό άρθρων, στο ευρύτερο τομέα της διοίκησης και της επικοινωνίας, σε επιστημονικά περιοδικά που περιλαμβάνονται στο κατάλογο ABS (Association of Business Schools), και στη λίστα ISI (International Scientific Indexing) (π.χ. Small Business Economics, Investment Management and Financial Innovations, Management Decision, κλπ).

Κάρολος Παπαδάς Αναπληρωτής Καθηγητής Μάρκετινγκ Σχολή Διοίκησης Επιχειρήσεων Πανεπιστήμιο York, Επισκέπτης Καθηγητής, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων & Οργανισμών, ΕΚΠΑ. Ο Δρ Κάρολος Α. Παπαδάς εξειδικεύεται σε θέματα βιώσιμου μάρκετινγκ, διεθνούς μάρκετινγκ, διοίκησης επωνυμίας και στρατηγικής ψηφιακού μάρκετινγκ. Η πιο πρόσφατη έρευνα του μελετάει πώς οι επιχειρήσεις επιτυγχάνουν ανθεκτικότητα μέσω στρατηγικών βιώσιμου μάρκετινγκ σε περιόδους αβεβαιότητας.

Παρασκευή (Εύη) Δεκούλου. Επίκουρη Καθηγήτρια Τμήμα Δημοσιογραφίας & ΜΜΕ, ΑΠΘ, Η Δρ. Δεκούλου ειδικεύεται στη διοίκηση επικοινωνιακών οργανισμών και το μάρκετινγκ. Τα βασικά ερευνητικά της ενδιαφέροντα περιλαμβάνουν τη διοίκηση ανθρωπίνων πόρων, το εσωτερικό μάρκετινγκ, το στρατηγικό μάρκετινγκ, τη συμπεριφορά καταναλωτή και την εταιρική κοινωνική ευθύνη. Οι πιο πρόσφατες έρευνές της εξετάζουν πώς οι πρακτικές εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και βιωσιμότητας επηρεάζουν την οργανωσιακή επίδοση και τις σχέσεις του οργανισμού με τα εσωτερικά και εξωτερικά ενδιαφερόμενα μέρη.

Βασίλειος Δαββέτας. Αναπληρωτής Καθηγητής, Τμήμα Μάρκετινγκ, Σχολή Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πανεπιστήμιο του Λήντς (Μ. Βρετανία). PhD, Διοίκηση Επιχειρήσεων (Ειδίκευση: Διεθνές Μάρκετινγκ), Πανεπιστήμιο της Βιέννης (Αυστρία) MSc, Επιχειρηματική Αναλυτική και Συμβουλευτική Επιχειρήσεων, Πανεπιστήμιο Warwick (Μ. Βρετανία) BSc, Μάρκετινγκ & Επικοινωνία, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών. Ειδικεύεται στο Διεθνές Μάρκετινγκ με εστίαση στη διαχείριση/ανάπτυξη διεθνών και τοπικών επωνυμιών και την επίδραση της παγκοσμιοποίησης στην καταναλωτική συμπεριφορά. Τα ερευνητικά του ενδιαφέροντα περιλαμβάνουν την ανάπτυξη ψυχομετρικών μοντέλων, το πολιτικό μάρκετινγκ και τις στάσεις των καταναλωτών απέναντι σε Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις. Οι πιο πρόσφατες μελέτες του ανέδειξαν το ρόλο της προέλευσης μίας επωνυμίας σε σχέση με την επίδραση των εταιρικών σκανδάλων στην καταναλωτική συμπεριφορά και την εταιρική κερδοφορία καθώς και την ανάπτυξη τεχνικών για την αντιμετώπιση κρίσεων σε εγχώριο και διεθνές επίπεδο.

Κωνσταντίνα Γεωργίου. Επίκουρη Καθηγήτρια, Τμήμα Μάρκετινγκ & Επικοινωνίας, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Τμήμα Μάρκετινγκ & Επικοινωνίας, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών. Ph.D., Οργανωσιακής Συμπεριφοράς και Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών. Master, Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών. B.S., Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών. Ειδικεύεται στην προσέλκυση και επιλογή εργαζομένων και το ρόλο της παιχνιδοποίησης στις μεθόδους αξιολόγησης ικανοτήτων των υποψηφίων και τις αντιδράσεις τους. Οι πιο πρόσφατες μελέτες της αφορούν την gig economy, τη χρήση της παιχνιδοποίησης στην επιλογή προσωπικού, τις ασύγχρονες συνεντεύξεις και την απασχολησιμότητα.

Θεόδωρος Β. Κουναδέας. Επίκουρος Καθηγητής, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων και Οργανισμών, ΕΚΠΑ, Ph.D., Οικονομικών Επιστημών (Λογιστική), ΕΚΠΑ, MSc στις Διεθνείς Διαπραγματεύσεις, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, MSc στην Επικοινωνία και ΜΜΕ με ειδίκευση στη Πολιτική Επικοινωνία και τα Νέα Μέσα Επικοινωνίας, ΕΚΠΑ, MSc στην Εφαρμοσμένη Οικονομική και Χρηματοοικονομική με ειδίκευση στην Εφαρμοσμένη Λογιστική και Ελεγκτική, ΕΚΠΑ, BSc, Οικονομικών Επιστημών, ΕΚΠΑ. Έχει εργασθεί ως Λογιστής και ως ερευνητής. Παράλληλα υπήρξε καθηγητής Λογιστικής σε ιδιωτικούς οργανισμούς τριτοβάθμιας εκπαίδευσης και βοηθός διδασκαλίας στα μαθήματα Λογιστικής του Προπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών του Τμήματος Οικονομικών Επιστημών του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών. Το ακαδημαϊκό έτος 2021 – 2022 απασχολήθηκε ως visiting fellow στο London School of Economics and Political Science. Τα ερευνητικά του ενδιαφέροντα εστιάζουν στη Λογιστική και τα Χρηματοοικονομικά.

Προδρόμος Μοναστηρίδης. Προϊστάμενος Τμήματος Marketing & Χορηγιών Μέγαρο Μουσικής Θεσσαλονίκης. Ο Δρ. Μοναστηρίδης ερευνά θέματα marketing, event management, fundraising και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης. Επιπλέον ασχολείται με ζητήματα πολιτισμού, καινοτομίας και την ανάλυση των πολιτιστικών οργανισμών. Η αρθρογραφία του περιλαμβάνει ζητήματα όπως καινοτομίας, μάρκετινγκ και πολιτισμού και εταιρικής κοινωνικής ευθύνης από την πλευρά του μάρκετινγκ.

Βάγια Μόχλα. Επισκέπτρια Καθηγήτρια, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων και Οργανισμών, ΕΚΠΑ. Η Δρ. Μόχλα ειδικεύεται στο πολιτικό και ψηφιακό μάρκετινγκ. Τα βασικά ερευνητικά της ενδιαφέροντα περιλαμβάνουν τη μελέτη των κινήτρων και της συμπεριφοράς τμημάτων ψηφοφόρων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τη δημιουργία και ισχυροποίηση μίας επωνυμίας στο ψηφιακό περιβάλλον, καθώς και τη διερεύνηση της συμπεριφοράς διαφορετικών γενεών σε ζητήματα ηθικής στην κατανάλωση και την επιρροή του eWOM στην πρόθεση αγοράς. Οι πιο πρόσφατες έρευνές της εξετάζουν τους παράγοντες που συμβάλλουν στη δημιουργία ισχυρού πολιτικού ονόματος (branding) για την απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος έναντι των πολιτικών αντιπάλων με τη χρήση ψηφιακών εργαλείων μάρκετινγκ.

Βένη Μουζακιάρη. Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων και Οργανισμών, ΕΚΠΑ Ph.D., Πολιτική Επιστήμη, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας Master, Πολιτική Επιστήμη, Πανεπιστήμιο Έσσεξ Master, Διεθνείς και Ευρωπαϊκές Σπουδές, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας B.S., Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας. Η Δρ. Μουζακιάρη ειδικεύεται στη μελέτη των πολιτικών κομμάτων και τα ερευνητικά της ενδιαφέροντα έχουν να κάνουν με την κατανόηση του βαθμού συνέπειας που επιδεικνύουν τα κόμματα και ηγέτες, με την ιδεολογία και τις προγραμματικές αρχές τους όταν κρίσιμες συνθήκες ανακύπτουν. Στις πιο πρόσφατες έρευνές της μελέτησε πώς η λήψη αποφάσεων επηρεάστηκε σε επίπεδο ηγεσίας πολιτικού κόμματος, ενώπιον κρίσιμων συνθηκών και αναγκών, στο οικονομικό επίπεδο, καθώς και σε επίπεδο εξωτερικής πολιτικής.

Στοιχεία Επικοινωνίας Διδασκόντων

Γεωργίου Κωνσταντίνα	kogeorgi@ba.uoa.gr
Δαββέτας Βασίλειος	vdavvetas@ba.uoa.gr
Δεκούλου Εύη	dekoulou@jour.auth.gr
Θωμάκος Δημήτριος	dthomakos@ba.uoa.gr
Ιωακειμίδη Μαριλού	mioakeim@ba.uoa.gr
Λιβιεράτος Αντώνης	alivieratos@ba.uoa.gr
Μαγκούτας Αναστάσιος	amagoutas@ba.uoa.gr
Μουζακιάρη Βένη	vaiamouz@ba.uoa.gr
Παπαδάς Κάρολος	kpapadas@ba.uoa.gr
Παπαδόγγονας Θεόδωρος	thpap@ba.uoa.gr
Πήχα Λαμπρινή	lpiha@ba.uoa.gr
Σάμιτας Αριστείδης	asamitas@ba.uoa.gr
Σφακιανάκης Γιώργος	gsfak@ba.uoa.gr
Τσουρβάκας Γιώργος	gtsourvakas@ba.uoa.gr
Μοναστηρίδης Μάκης	pmonastiridis@tch.gr
Μόχλα Βάγια	vgmochla@ba.uoa.gr

Κανονισμός Σπουδών

Ο Κανονισμός Σπουδών του ΠΜΣ (ΦΕΚ) είναι αναρτημένος στην ιστοσελίδα του. Παρακαλείσθε να τον μελετήσετε προσεκτικά, ώστε να γνωρίζετε τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις σας κατά τη φοίτησή σας. Ό,τι δεν ορίζεται στον Οδηγό Σπουδών ορίζεται από τον Κανονισμό Σπουδών (ΦΕΚ) και ό,τι δεν προβλέπεται στον Κανονισμό αναλύεται στον παρόν Οδηγό. Οτιδήποτε μπορεί να προκύψει κατά την διάρκεια των σπουδών και δεν αναφέρεται στο παρόν, αρμόδια να αποφασίσει είναι η Συντονιστική Επιτροπή του ΠΜΣ.

Χορήγηση Υποτροφιών

Το ύψος και η διαδικασία της χορήγησης υποτροφιών, καθορίζεται για κάθε ακαδημαϊκό έτος ανάλογα με τη διαθεσιμότητα των πόρων, σύμφωνα με τις αρχές της διαφάνειας, της αξιοκρατίας και τους ειδικούς σκοπούς του Προγράμματος.

Η Συνέλευση, έπειτα από εισήγηση της ΣΕ, αποφασίζει ανά ακαδημαϊκό έτος για υποτροφίες αριστείας, ανταποδοτικές αριστείες ή βραβεία αριστείας, σύμφωνα με την ισχύουσα νομοθεσία και τον Κανονισμό Μεταπτυχιακών και Διδακτορικών Σπουδών του ΕΚΠΑ.

Αξιολόγηση

Στο τέλος κάθε εξαμήνου πραγματοποιείται αξιολόγηση κάθε μαθήματος και κάθε διδάσκοντος από τους μεταπτυχιακούς φοιτητές. Συγκεκριμένο ερωτηματολόγιο με ερωτήσεις αξιολόγησης διανέμεται στους φοιτητές και τις φοιτήτριες του προγράμματος οι οποίοι και εντός συγκεκριμένου χρονικού διαστήματος έχουν δικαίωμα να αξιολογήσουν το ΠΜΣ. Τα αποτελέσματα της αξιολόγησης κάθε διδάσκοντα κοινοποιούνται στον ίδιο και στην ΣΕ και λαμβάνονται υπόψη για τη βελτίωση του ΠΜΣ.

Συντονιστική Επιτροπή Προγράμματος

Η Συντονιστική Επιτροπή (ΣΕ) αποφασίζει για θέματα που άπτονται την εύρυθμη λειτουργία του ΠΜΣ και συνεδριάζει τακτικά. Η ΣΕ είναι αρμόδια για το ακαδημαϊκά, οικονομικά κ.α. θέματα του ΠΜΣ.

Η ΣΕ εγκρίνει τους φοιτητές κάθε ακαδημαϊκού έτους, το χρονοδιάγραμμα και τα μαθήματα που θα διεξαχθούν, τον τρόπο εξέτασης των μαθημάτων κ.α.

Όλα τα ανωτέρω επικυρώνονται με έγκριση της Γενικής Συνέλευσης του Τμήματος.

Διοικητικές Υπηρεσίες - Γραμματεία Προγράμματος

Η διοικητική υποστήριξη του ΠΜΣ (marketing-scr@ba.uoa.gr, 210 3689828 και 210 3689830) διεκπεραιώνει αλλαγή προσωπικών στοιχείων φοιτητών, εκδόσεις βεβαιώσεων, εκδόσεις πιστοποιητικών, εκδόσεις πτυχίων, καταχωρίσεις βαθμολογιών, τοποθετήσεις σε τμήματα παρακολούθησης, εγγραφές νέων φοιτητών, επανεγγραφές ενεργών φοιτητών κ.α..

Παροχές φοιτητών

Οι φοιτητές δικαιούνται να κάνουν χρήση όλων των εγκαταστάσεων και των μέσων με τα οποία είναι εξοπλισμένο το Α.Ε.Ι. για την εκπλήρωση του εκπαιδευτικού τους έργου, σύμφωνα με τον εσωτερικό κανονισμό και τις αποφάσεις των αρμοδίων οργάνων του Α.Ε.Ι.

Πανεπιστημιακή Λέσχη

Η Πανεπιστημιακή Λέσχη έχει σκοπό τη βελτίωση των βιοτικών συνθηκών των φοιτητών του Πανεπιστημίου Αθηνών, την ψυχαγωγία και την προαγωγή της κοινωνικής και πνευματικής τους μόρφωσης, με διαδικασίες και πρωτοβουλίες συμμετοχής, κοινωνικοποίησης και αυτοδιαχείρισης.

Η Πανεπιστημιακή Λέσχη στεγάζεται στο κτίριο της οδού Ιπποκράτους 15 και Ακαδημίας, Τηλ.: 210-368 8223. (<http://www.lesxi.uoa.gr/>)

Τα αναγνωστήρια είναι ανοικτά καθημερινά, εκτός Σαββάτου και Κυριακής, από 8 πμ. μέχρι 9 μμ. Παράλληλα, αναγνωστήριο λειτουργεί και στους χώρους της Πανεπιστημιούπολης.

Για όποιες παραπάνω πληροφορίες χρειάζεστε μπορείτε να επικοινωνείτε στα τηλέφωνα: 210-3688219 (2ος όροφος), 210-3688231 (4ος όροφος).

Τμήμα Σίτισης Φοιτητών

Αντικείμενο του Τμήματος Σίτισης Φοιτητών είναι η μέριμνα και η διεξαγωγή των απαραίτητων εργασιών για τη σίτιση των φοιτητών του Ιδρύματος, σύμφωνα με τις αποφάσεις και εντολές του Υπουργείου Παιδείας και της Διοίκησης του Ιδρύματος.

Το Τμήμα Σίτισης Φοιτητών στεγάζεται στον 4ο όροφο της Πανεπιστημιακής Λέσχης, Ιπποκράτους 15, (Τηλ. 210-3688216, 210-3688230, 210-3688228).

Βιβλιοθήκη

Προκειμένου να ενημερωθείτε για τις διαδικασίες δανεισμού και διαδανεισμού (από άλλες βιβλιοθήκες) μπορείτε να επισκεφτείτε την βιβλιοθήκη του Τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων και Οργανισμών του ΕΚΠΑ στα κάτωθι στοιχεία:

Διεύθυνση: Σοφοκλέους 1 & Αριστείδου (Γρυπάρειο Μέγαρο), Αθήνα, Τ.Κ. 10559, ισόγειο.

Τηλέφωνο: (+30) 210 368 8023-25, (+30) 210 368 8086

Ωράριο: Δευτέρα - Πέμπτη: 9:00-19:30 και Παρασκευή: 9:00-16:00 (Το ωράριο τροποποιείται κατά την περίοδο των Χριστουγέννων, του Πάσχα και του καλοκαιριού)

Email: oikonepist@lib.uoa.gr

Χρήσιμα Τηλέφωνα και E-mails

Διευθυντής Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών

Καθηγητής Γεώργιος Τσουρβάκας, gtsourvakas@ba.uoa.gr

Συντονίστρια Προγράμματος

Αναπληρώτρια καθηγήτρια Λαμπρινή Πήχα, lpiha@ba.uoa.gr

Διοικητική Υποστήριξη-Γραμματεία Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών

marketing-scp@ba.uoa.gr, 210 3689828 και 210 3689830

Επίσημη Ιστοσελίδα Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών

www.marketing-scp.ba.uoa.gr

Πρόσβαση

- Μετρό γραμμή 3, Σταθμός Πανεπιστήμιο
- ΗΣΑΠ γραμμή 1, Σταθμός Ομόνοια

ΕΘΝΙΚΟ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ

Ευριπίδου 14, Αθήνα 10559