



ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΕΩΣ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑΣ

17 Σεπτεμβρίου 2018

ΤΕΥΧΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ

Αρ. Φύλλου 4005

ΑΠΟΦΑΣΕΙΣ

Αριθμ. 5653

Κανονισμός Μεταπτυχιακών Σπουδών του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών (Π.Μ.Σ.) με τίτλο: «Μάρκετινγκ και Επικοινωνία» του Τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας της Σχολής Διοίκησης Επιχειρήσεων του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών.

Η ΣΥΓΚΛΗΤΟΣ ΤΟΥ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΥ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΑΘΗΝΩΝ
(Συνεδρίαση 17η/16-07-2018)

Έχοντας υπόψη:

1. Τον ν. 4485/2017 (Α' 114), «Οργάνωση και λειτουργία της ανώτατης εκπαίδευσης, ρυθμίσεις για την έρευνα και άλλες διατάξεις», ιδίως τα άρθρα 30 έως και 37, 43 έως και 45 και 85 όπως τροποποιήθηκαν και ισχύουν,

2. την υπουργική απόφαση αριθμ. 216772/Ζ1/8-12-2017 (Β' 4334): «Τρόπος κατάρτισης του αναλυτικού προϋπολογισμού λειτουργίας και της έκθεσης βιωσιμότητας των Προγραμμάτων Μεταπτυχιακών Σπουδών»,

3. τις διευκρινιστικές εγκυκλίους του Υπουργείου Παιδείας, Έρευνας και Θρησκευμάτων αριθμ.: α) 163204/Ζ1/29-9-2017 ΕΞ. ΕΠΕΙΓΟΝ «Εφαρμογή των διατάξεων του ν. 4485/17 (Α' 114) για θέματα μεταπτυχιακών σπουδών και εκπόνησης διδακτορικών διατριβών-Λοιπά θέματα», β) 164530/Ζ1/3-10-2017 ΕΠΕΙΓΟΝ «Άμεσες ενέργειες και χρονοδιάγραμμα όσον αφορά τη λειτουργία των Ειδικών Λογαριασμών Κονδυλίων Έρευνας (Ε.Λ.Κ.Ε.) των Α.Ε.Ι. μετά τη δημοσίευση του ν. 4485/2017 (Α' 114)», γ) 203446/Ζ1/22-11-2017 «Διευκρινίσεις σχετικά με την εφαρμογή διατάξεων του ν. 4485/2017 (Α' 114), και δ) 227378/Ζ1/22-12-2017 ΕΞ.ΕΠΕΙΓΟΝ «Εφαρμογή των διατάξεων του ν. 4485/2017 (Α' 114) για θέματα μεταπτυχιακών σπουδών»,

4. τις διατάξεις του ν. 4386/2016, (Α' 83) «Ρυθμίσεις για την έρευνα και άλλες διατάξεις», όπως τροποποιήθηκαν και ισχύουν,

5. τις διατάξεις του ν. 4009/2011, (Α' 195), «Δομή, λειτουργία, διασφάλιση της ποιότητας των σπουδών και διεθνοποίηση των ανωτάτων εκπαιδευτικών ιδρυμάτων, όπως τροποποιήθηκαν και ισχύουν,

6. τις διατάξεις του ν. 3374/2005, (Α' 189) και ιδίως τα άρθρα 14 και 15 «Διασφάλιση της ποιότητας στην ανώτατη εκπαίδευση. Σύστημα μεταφοράς και συσσώρευσης πιστωτικών μονάδων - Παράρτημα διπλώματος», όπως τροποποιήθηκε και ισχύει,

7. την 5586/26.07.2018 απόφαση της Συγκλήτου του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών (Αριθμ. συνεδρίασης 17η/16-07-2018) που αφορά στην επανίδρυση του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών (Π.Μ.Σ.) με τίτλο: «Μάρκετινγκ και Επικοινωνία» του Τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας της Σχολής Διοίκησης Επιχειρήσεων του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών,

8. την 127368/Ζ1/26.07.2018 έγκριση δημοσίευσης στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως της ανωτέρω απόφασης από τον Υπουργό Παιδείας και Θρησκευμάτων,

9. το απόσπασμα πρακτικών απόφασης της Συνέλευσης του Τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών (συνεδρία 12η/11-07-2018), που αφορά στον Κανονισμό Μεταπτυχιακών Σπουδών του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών (Π.Μ.Σ.) με τίτλο: «Μάρκετινγκ και Επικοινωνία» του Τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας της Σχολής Διοίκησης Επιχειρήσεων του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών,

10. το γεγονός ότι από τις διατάξεις της απόφασης αυτής δεν προκαλείται δαπάνη σε βάρος του τακτικού προϋπολογισμού του Ιδρύματος, ούτε σε βάρος του κρατικού προϋπολογισμού, εγκρίνει:

Τον κανονισμό μεταπτυχιακών σπουδών του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών (Π.Μ.Σ.) με τίτλο: «Μάρκετινγκ και Επικοινωνία» του Τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας της Σχολής Διοίκησης Επιχειρήσεων του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών, ο οποίος έχει ως εξής:

Άρθρο 1

ΓΕΝΙΚΕΣ ΔΙΑΤΑΞΕΙΣ

1. Το Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών (ΠΜΣ) με τίτλο «Μάρκετινγκ και Επικοινωνία» επανιδρύθηκε με την 5586/26.07.2018 απόφαση της Συγκλήτου του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών (συνεδρίαση 17η/16.07.2018). Διέπεται από τις διατάξεις του ν. 4485/2017 (Α' 114) και του παρόντος Κανονισμού, ο οποίος έχει καταρτιστεί με απόφαση της Συνέλευσης του

Τμήματος (συνεδρία 12η/11-07-2018), και τις αποφάσεις της Συγκλήτου του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών.

Άρθρο 2 ΓΝΩΣΤΙΚΟ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ - ΣΚΟΠΟΣ

1. Το Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών (Π.Μ.Σ.) στοχεύει στην παροχή ειδικευμένων σπουδών μεταπτυχιακού επιπέδου και την ανάπτυξη της έρευνας στους χώρους του Μάρκετινγκ και της Επικοινωνίας. Το πρόγραμμα εστιάζει στα ακόλουθα γνωστικά πεδία:

- α) του Μάρκετινγκ
- β) της επιχειρησιακής Επικοινωνίας
- γ) του Διεθνούς Μάρκετινγκ
- δ) της Διεθνούς Επιχειρησιακής Επικοινωνίας

2. Σκοπός του Π.Μ.Σ. είναι:

- α) Η δημιουργία εξειδικευμένων επιστημόνων
- β) Η επιμόρφωση ανώτερων στελεχών επιχειρήσεων και οργανισμών για την κάλυψη των αναγκών του ιδιωτικού και δημόσιου τομέα.

3. Ο τίτλος σπουδών που απονέμεται από το Π.Μ.Σ. ορίζεται στο άρθρο 2 της Πράξης Ίδρυσης του Προγράμματος, όπως αυτή έχει δημοσιευθεί και ισχύει.

4. Η ειδίκευση αναγράφεται μόνο στην αναλυτική βαθμολογία και στο Παράρτημα Διπλώματος των φοιτητών που την έχουν παρακολουθήσει και όχι στο πτυχίο τους.

Άρθρο 3 ΟΡΓΑΝΑ ΤΟΥ Π.Μ.Σ.

Αρμόδια όργανα για τη λειτουργία του Π.Μ.Σ. σύμφωνα με το ν. 4485/2017 και οι αρμοδιότητές τους, είναι:

1. Η Συνέλευση του Τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας

Η Συνέλευση του Τμήματος ορίζει τα μέλη των Σ.Ε., κατανέμει το διδακτικό έργο μεταξύ των διδασκόντων του Π.Μ.Σ., συγκροτεί επιτροπές επιλογής ή εξέτασης των υποψήφιων μεταπτυχιακών φοιτητών, διαπιστώνει την επιτυχή ολοκλήρωση της φοίτησης προκειμένου να απονεμηθεί το Δ.Μ.Σ., ασκεί κάθε άλλη αρμοδιότητα που προβλέπεται από τις διατάξεις του ν. 4485/2017.

2. Η Συντονιστική Επιτροπή (Σ.Ε.) του Π.Μ.Σ.

Η Συντονιστική Επιτροπή του Π.Μ.Σ. αποτελείται από 5 μέλη Δ.Ε.Π. του Τμήματος, τα οποία έχουν αναλάβει μεταπτυχιακό έργο και εκλέγονται από τη Συνέλευση του Τμήματος για διετή θητεία. Πρόεδρος της Σ.Ε. είναι ο Διευθυντής του Π.Μ.Σ. Η θητεία του Προέδρου της Σ.Ε. μπορεί να ανανεωθεί μία φορά. Η Σ.Ε. είναι αρμόδια για την παρακολούθηση και το συντονισμό της λειτουργίας του προγράμματος και ειδικότερα:

α) Ορίζει τον επιβλέποντα της διπλωματικής εργασίας και συγκροτεί την τριμελή εξεταστική επιτροπή για την έγκριση της εργασίας.

β) Εξετάζει φοιτητικά θέματα, όπως αιτήσεις αναστολής φοίτησης, αναγνώρισης μαθημάτων από προηγούμενη μεταπτυχιακή εκπαίδευση και εισηγείται σχετικά στην Συνέλευση του Τμήματος.

γ) Εισηγείται στη Συνέλευση του Τμήματος τη σύνθεση της Επιτροπής Αξιολόγησης Υποψηφίων.

3. Ο Διευθυντής του Π.Μ.Σ.

Ο Διευθυντής του Π.Μ.Σ. είναι μέλος της Σ.Ε. και ορίζεται μαζί με τον Αναπληρωτή του, με απόφαση της Συνέλευσης του Τμήματος, για διετή θητεία. Προεδρεύει της Σ.Ε., είναι μέλος Δ.Ε.Π. πρώτης βαθμίδας ή της βαθμίδας του Αναπληρωτή, είναι του ιδίου ή συναφούς γνωστικού αντικείμενου με το γνωστικό αντικείμενο του Π.Μ.Σ. Ο Διευθυντής του Π.Μ.Σ. εισηγείται στα αρμόδια όργανα του Ιδρύματος για κάθε θέμα που αφορά στην αποτελεσματική λειτουργία του Προγράμματος. Ο Διευθυντής δεν δύναται να έχει περισσότερες από δύο (2) συνεχόμενες θητείες. Ο Διευθυντής του Π.Μ.Σ. ασκεί τα καθήκοντα που ορίζονται στο ν. 4485/2017 (Α' 114) και ειδικότερα τα ακόλουθα:

α) Συγκαλεί σε συνεδρίαση τη Σ.Ε. και καταρτίζει την ημερήσια διάταξη.

β) Εισηγείται στη Συνέλευση του Τμήματος την κατανομή του διδακτικού έργου μεταξύ των διδασκόντων του Π.Μ.Σ.

γ) Έχει την ευθύνη σύνταξης του προϋπολογισμού και του απολογισμού του προγράμματος, τους οποίους υποβάλλει στη Συνέλευση για έγκριση.

δ) Είναι υπεύθυνος για την παρακολούθηση της εκτέλεσης του προϋπολογισμού και την έκδοση των εντολών πληρωμής των σχετικών δαπανών.

ε) Έχει την ευθύνη σύνταξης αναλυτικού απολογισμού του ερευνητικού και εκπαιδευτικού έργου του Π.Μ.Σ., καθώς και των λοιπών δραστηριοτήτων του, ο οποίος κατατίθεται στο Τμήμα Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας, κατά τη λήξη της θητείας της Σ.Ε.

Άρθρο 4 ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΚΑΙ ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΙΣΑΚΤΕΩΝ

1. Στο Π.Μ.Σ. γίνονται δεκτοί κάτοχοι τίτλου του πρώτου κύκλου σπουδών Α.Ε.Ι., της ημεδαπής ή ομοταγών, αναγνωρισμένων από το ΔΟΑΤΑΠ, ιδρυμάτων της αλλοδαπής σύμφωνα με τις διατάξεις του άρθρου 34 του ν. 4485/2017.

2. Γίνονται δεκτοί ως υπεράριθμοι, μέλη των κατηγοριών Ε.Ε.Π., Ε.Δι.Π. και Ε.Τ.Ε.Π., σύμφωνα με τα ειδικότερα οριζόμενα στην παρ. 8 του άρθρου 34 του ν. 4485/2017.

3. Οι αλλοδαποί φοιτητές, που ενδιαφέρονται να παρακολουθήσουν τα ελληνόφωνα τμήματα του Π.Μ.Σ., πρέπει να αποδεικνύουν την επαρκή γνώση της ελληνικής γλώσσας (αν δεν έχουν ολοκληρώσει το ελληνικό Λύκειο, θα πρέπει να έχουν το πιστοποιητικό ελληνομάθειας GAT).

4. Το Π.Μ.Σ. θα δέχεται έως τριάντα τρεις (33) μεταπτυχιακούς φοιτητές στο τμήμα πλήρους φοίτησης της Κατεύθυνσης «Μάρκετινγκ και Επικοινωνία», έως τριάντα τρεις (33) μεταπτυχιακούς φοιτητές στο τμήμα μερικής φοίτησης της Κατεύθυνσης «Μάρκετινγκ και Επικοινωνία», έως τριάντα τρεις (33) μεταπτυχιακούς φοιτητές στο τμήμα πλήρους φοίτησης της Κατεύθυνσης «Μάρκετινγκ και Επικοινωνία με Διεθνή Προσανατολισμό» ανά ακαδημαϊκό έτος και προγραμματίζεται να απασχολεί είκοσι (20) τουλάχιστον διδάσκοντες. Αυτό αντιστοιχεί σε τρεις (3) έως τέσσερις (4) φοιτητές ανά διδάσκοντα. Ο μέγιστος αριθμός μεταπτυχια-

κών φοιτητών στο Π.Μ.Σ. του Τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας είναι ενενήντα εννέα (99) φοιτητές ανά έτος, σε σχέση με τον αριθμό των περίπου εκατόν ενενήντα επτά (197) προπτυχιακών φοιτητών ανά έτος και των τριάντα ενός (31) διδασκόντων (μέλη ΔΕΠ, μέλη ΕΔΙΠ και συμβασιούχοι διδάσκοντες) του Τμήματος. Τα ανωτέρω στοιχεία δίνονται κατά προσέγγιση και ανταποκρίνονται στα δεδομένα του έτους σύνταξης του Κανονισμού.

Άρθρο 5 ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΚΑΙ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ

1. Η επιλογή των φοιτητών γίνεται σύμφωνα με τις διατάξεις του ν. 4485/2017 και τις προβλέψεις του παρόντος Κανονισμού. Συγκεκριμένα, κάθε έτος και μετά την παρέλευση της 8ης Ιανουαρίου, δημοσιεύεται και αναρτάται στην ιστοσελίδα του Τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας και του Ο.Π.Α., προκήρυξη για την εισαγωγή των μεταπτυχιακών φοιτητών στο Π.Μ.Σ., με εισήγηση του Διευθυντή του Π.Μ.Σ. και απόφαση της Συνέλευσης του Τμήματος. Η προκήρυξη υπογράφεται από τον Διευθυντή του Π.Μ.Σ. και τον Πρύτανη του Ο.Π.Α. Η δημοσίευση της προκήρυξης γίνεται από το Π.Μ.Σ. με ευθύνη του Τμήματος και το σχετικό κόστος βαρύνει το Π.Μ.Σ. Κατά την πρώτη εφαρμογή του παρόντος Κανονισμού και μέχρι τη συγκρότηση των οργάνων του Π.Μ.Σ. η απόφαση για την προκήρυξη εισαγωγής των μεταπτυχιακών φοιτητών καθώς και ο χρόνος προκήρυξης λαμβάνεται από τον Πρόεδρο του Τμήματος και υπογράφεται από τον ίδιο και τον Πρύτανη του Ο.Π.Α.

2. Τα απαιτούμενα δικαιολογητικά περιλαμβάνονται στην προκήρυξη κάθε έτους και είναι τα ακόλουθα:

α) Συμπληρωμένη αίτηση (σε ηλεκτρονική ή/και σε έντυπη μορφή).

β) Βιογραφικό σημείωμα με δύο πρόσφατες φωτογραφίες τύπου διαβατηρίου.

γ) Αντίγραφο πτυχίου με αναλυτική βαθμολογία. Οι τελειόφοιτοι πρέπει να υποβάλουν δήλωση του ν. 1599/1986 ότι η αποδοχή τους γίνεται με την αίρεση της απόκτησης πτυχίου μέχρι και την εξεταστική περίοδο του Σεπτεμβρίου που ακολουθεί.

δ) Δύο συστατικές επιστολές από καθηγητές ή/και εργοδότες.

ε) Αποδεικτικά επαγγελματικής εμπειρίας (υποχρεωτικά για τους υποψήφιους του τμήματος μερικής φοίτησης).

στ) Αποδεικτικά άριστης γνώσης της Αγγλικής γλώσσας επιπέδου C2/G2/CPE (για υποψήφιους των τμημάτων Πλήρους Φοίτησης) και καλής γνώσης της αγγλικής γλώσσας τουλάχιστον επιπέδου C1/G1/Advanced English-Cambridge, για υποψήφιους μερικής φοίτησης.

3. Οι υποψήφιοι με πτυχίο από Ιδρύματα της αλλοδαπής πρέπει να προσκομίσουν πιστοποιητικό ισοτιμίας από το Διεπιστημονικό Οργανισμό Αναγνώρισης Τίτλων Ακαδημαϊκών και Πληροφόρησης - ΔΟΑΤΑΠ, σύμφωνα με το άρθρο 34, παρ. 76 του ν. 4485/2017.

4. Τα κριτήρια επιλογής των υποψηφίων ορίζονται στην προκήρυξη και περιλαμβάνουν ιδίως:

α) Βαθμό πτυχίου ή πτυχίων σε πρωθύτερες προπτυχιακές ή τυχόν μεταπτυχιακές σπουδές.

β) Βαθμολογία στα συναφή με το γνωστικό αντικείμενο του Π.Μ.Σ. προπτυχιακά μαθήματα.

γ) Επίδοση σε διπλωματική εργασία, όπου αυτή προβλέπεται στο προπτυχιακό επίπεδο.

δ) Επίπεδο γνώσης της Αγγλικής γλώσσας.

ε) Διάρκεια και είδος/θέση επαγγελματικής προϋπηρεσίας, υποχρεωτικά για υποψηφίους μερικής φοίτησης.

στ) Άλλες δεξιότητες (βαθμός σε εξετάσεις GMAT/GRE, γνώσεις χρήσης Η/Υ και λογισμικών, συναφή σεμινάρια, κ.λπ.).

καθώς και τα ακόλουθα ποιοτικά κριτήρια:

ζ) Πανεπιστήμιο και Τμήμα προέλευσης.

η) Προσωπική συνέντευξη.

θ) Συστατικές επιστολές από Πανεπιστημιακούς ή/και εργοδότες.

ι) Σχετική επαγγελματική εμπειρία, όπου υπάρχει.

ια) Προηγούμενη σχετική ερευνητική δραστηριότητα.

ιβ) Γνώση άλλων ξένων γλωσσών, εκτός της Αγγλικής.

ιγ) Τυχόν διακρίσεις/βραβεύσεις.

5. Η διαδικασία επιλογής είναι η ακόλουθη:

α) Η Επιτροπή Αξιολόγησης Υποψηφίων καταρτίζει πλήρη κατάλογο όσων έχουν υποβάλει αίτηση και τα απαιτούμενα δικαιολογητικά.

β) Απορρίπτει τους υποψηφίους που δεν πληρούν τα ελάχιστα κριτήρια που έχουν αποφασιστεί από τη Συνέλευση του Τμήματος (π.χ. ελάχιστος βαθμός πτυχίου, άριστη γνώση Αγγλικών, κ.λπ.).

γ) Καλεί σε προσωπική συνέντευξη τους υποψήφιους που πληρούν τα ελάχιστα κριτήρια που έχουν αποφασιστεί από τη Συνέλευση του Τμήματος. Η συνέντευξη γίνεται από τουλάχιστον δύο (2) μέλη της Επιτροπής.

δ) Αξιολογεί τους υποψηφίους και προβαίνει στην τελική επιλογή.

6. Ο τελικός πίνακας των επιτυχόντων και τυχόν επιλαχόντων επικυρώνεται από τη Συνέλευση του Τμήματος.

7. Η επιστολή αποδοχής προς κάθε υποψήφιο που γίνεται δεκτός στο Π.Μ.Σ. συνοδεύεται από τον Κανονισμό Λειτουργίας του Π.Μ.Σ. και δίνει περιθώριο δέκα πέντε (15) ημερών από την αποστολή της, προκειμένου ο υποψήφιος να καταθέσει την προκαταβολή των δίδακτρων που απαιτείται για να κατοχυρώσει τη θέση του στο Π.Μ.Σ. Μετά το πέρας της προκαθορισμένης ημερομηνίας, ο Διευθυντής του Π.Μ.Σ. μπορεί να προχωρήσει στην αποδοχή των επιλαχόντων κατά σειρά επιτυχίας.

Άρθρο 6 ΕΓΓΡΑΦΗ

1. Η εγγραφή των εισακτέων μεταπτυχιακών φοιτητών κάθε έτους γίνεται σε προθεσμίες που ορίζονται από τη Σ.Ε. του Π.Μ.Σ.

2. Ο υποψήφιος, πριν εγγραφεί, λαμβάνει γνώση του Κανονισμού Λειτουργίας και της πράξης επανίδρυσης του Π.Μ.Σ. και δηλώνει εγγράφως ότι αποδέχεται τους κανόνες λειτουργίας του Προγράμματος.

3. Ο κατάλογος των εγγεγραμμένων φοιτητών επικυρώνεται με απόφαση της Συνέλευσης του Τμήματος.

Άρθρο 7 ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΦΟΙΤΗΣΗΣ

1. Η χρονική διάρκεια φοίτησης στο Π.Μ.Σ. ορίζεται στο άρθρο 6 της πράξης επανίδρυσης του Προγράμματος, όπως αυτή έχει δημοσιευθεί και ισχύει.

2. Ο ανώτατος επιτρεπόμενος χρόνος ολοκλήρωσης των σπουδών ορίζεται σε τέσσερα (4) εξάμηνα για τα προγράμματα πλήρους φοίτησης και έξι (6) εξάμηνα για το πρόγραμμα μερικής φοίτησης, συμπεριλαμβανομένης και της ολοκλήρωσης της Διπλωματικής Εργασίας.

3. Το πρόγραμμα μερικής φοίτησης απευθύνεται σε εργαζόμενους και απαιτείται η προσκόμιση της σχετικής βεβαίωσης εργασίας και η εργασιακή προϋπηρεσία τουλάχιστον τριών (3) ετών. Με αιτιολογημένη απόφαση της Συνέλευσης του Τμήματος μπορεί να γίνει δεκτή αίτηση για πρόγραμμα μερικής φοίτησης μη εργαζόμενου υποψήφιου, που αδυνατεί να ανταποκριθεί στις υποχρεώσεις της πλήρους φοίτησης για διάφορους λόγους, όπως ενδεικτικά, υγείας ή οικογενειακούς λόγους. Το πρόγραμμα πλήρους φοίτησης απευθύνεται σε υποψήφιους που οφείλουν να παρακολουθήσουν ένα εντατικό πρόγραμμα μαθημάτων, χωρίς να προβλέπονται φοιτητικές διακοπές, που διεξάγεται κυρίως τις πρωινές και απογευματινές ώρες.

4. Ο μεταπτυχιακός φοιτητής με αίτησή του μπορεί να ζητήσει προσωρινή αναστολή φοίτησης, που δεν μπορεί να υπερβαίνει τα δύο (2) συνεχόμενα εξάμηνα, για λόγους ανωτέρας βίας. Τα εξάμηνα αναστολής της φοιτητικής ιδιότητας δεν προσμετρώνται στην προβλεπόμενη ανώτατη διάρκεια φοίτησης. Οι λόγοι, η δυνατότητα και οι όροι αναστολής εξετάζονται από τη Σ.Ε. του Π.Μ.Σ.

5. Σε κάθε περίπτωση επαναπαρακολούθησης ή οριστικής αποχώρησης δεν επιστρέφονται καταβληθέντα διδάκτρα.

Άρθρο 8 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ

1. Το αναλυτικό Πρόγραμμα Σπουδών του Π.Μ.Σ., στο οποίο περιλαμβάνονται ιδίως ο χαρακτηρισμός των μαθημάτων, οι ειδικεύσεις, και οι αντίστοιχες πιστωτικές μονάδες, ορίζονται στο άρθρο 4 της Πράξης επανίδρυσης του Προγράμματος, όπως αυτή έχει δημοσιευθεί και ισχύει. Σε Παράρτημα του παρόντος κανονισμού παρουσιάζεται το περιεχόμενο των μεταπτυχιακών μαθημάτων, καθώς και οι ελάχιστες διδακτικές ώρες.

2. Όλα τα μαθήματα του Προγράμματος είναι υποχρεωτικά, ενώ οι ελάχιστες διδακτικές ώρες που τους αντιστοιχούν είναι είκοσι μία (21). Με απόφαση της Συνέλευσης του Τμήματος οι διδακτικές ώρες ενός ή περισσότερων μαθημάτων μπορούν να αυξηθούν.

3. Με απόφαση της Συνέλευσης του Τμήματος και έγκριση της Συγκλήτου του Ο.Π.Α. μπορεί να γίνουν προσθήκες ή αφαιρέσεις μαθημάτων από το αναλυτικό πρόγραμμα σπουδών. Ανακατανομή των μαθημάτων μεταξύ των εξαμήνων μπορεί να γίνει με απόφαση της Σ.Ε. του Π.Μ.Σ.

4. Η γλώσσα διδασκαλίας των μαθημάτων ορίζεται στο άρθρο 5 της πράξης ίδρυσης του προγράμματος, όπως αυτή έχει δημοσιευθεί και ισχύει.

5. Η διδασκαλία και οι εξετάσεις του πρώτου διδακτικού εξαμήνου γίνονται από Οκτώβριο έως Ιανουάριο και του δεύτερου διδακτικού εξαμήνου από Φεβρουάριο έως Ιούνιο. Το ωρολόγιο πρόγραμμα των μαθημάτων/ασκήσεων και των εξετάσεων κάθε εξαμήνου καταρτίζεται και ανακοινώνεται τουλάχιστον ένα δεκαήμερο πριν από την έναρξη του εξαμήνου.

6. Σε περίπτωση κωλύματος διεξαγωγής διάλεξης, ο διδάσκων ενημερώνει άμεσα το Διευθυντή του Π.Μ.Σ. και τη Γραμματεία και προγραμματίζεται η αναπλήρωση της διάλεξης. Οι φοιτητές του Π.Μ.Σ. ενημερώνονται με κατάλληλο τρόπο και σε εύλογο χρονικό διάστημα για την ημερομηνία αναπλήρωσης της διάλεξης.

7. Η παρακολούθηση των μαθημάτων είναι υποχρεωτική και τηρείται σχετικό παρουσιολόγιο από τη Γραμματεία του Προγράμματος. Σε περίπτωση που οι απουσίες σε ένα μάθημα ξεπερνούν το ένα τρίτο (1/3) των ωρών φοίτησης, ο φοιτητής θεωρείται αποτυχών στο μάθημα αυτό και το επαναλαμβάνει την αμέσως επόμενη περίοδο που θα διδαχθεί.

Άρθρο 9 ΚΑΝΟΝΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΕΠΙΔΟΣΕΩΝ

1. Η τελική αξιολόγηση κάθε μαθήματος γίνεται με γραπτές ή προφορικές εξετάσεις ή/και εργασίες.

2. Η διαμόρφωση του τελικού βαθμού του κάθε μαθήματος καθορίζεται από τους εκάστοτε διδάσκοντες. Σε αυτόν μπορούν να συμμετέχουν οι ατομικές και ομαδικές εργασίες των φοιτητών. Η συμμετοχή στις εξετάσεις στη συγκεκριμένη ημερομηνία που έχει ανακοινωθεί σύμφωνα με το Πρόγραμμα είναι υποχρεωτική.

3. Η βαθμολογική κλίμακα ορίζεται από μηδέν (0) μέχρι δέκα (10), με διαβαθμίσεις της ακέραιης ή μισής μονάδας. Προβιβασίμοι βαθμοί είναι το πέντε (5) και οι μεγαλύτεροι του.

4. Στην περίπτωση που κάποιος φοιτητής δεν προσέλθει τη συγκεκριμένη ημερομηνία εξέτασης ενός μαθήματος θεωρείται αποτυχών στο μάθημα για τη συγκεκριμένη εξεταστική περίοδο.

5. Σε περίπτωση υπέρβασης του ορίου απουσιών σε μάθημα, ο μεταπτυχιακός φοιτητής είναι υποχρεωμένος να επαναλάβει την παρακολούθησή του, την αμέσως επόμενη περίοδο που θα διδαχθεί το μάθημα.

6. Ο φοιτητής που απέτυχε σε ένα μάθημα δικαιούται να επανεξεταστεί σε αυτό δύο ακόμα φορές σε επόμενες εξεταστικές περιόδους του μαθήματος. Η επανεξέταση ενός μαθήματος δεν προϋποθέτει επανάληψη της φοίτησης σε αυτό. Ειδικότερες ρυθμίσεις και περιπτώσεις εξετάζονται από την Σ.Ε. Ο φοιτητής που αποτυγχάνει και στις δύο επανεξετάσεις ενός μαθήματος διαγράφεται από το Π.Μ.Σ., με απόφαση της Συνέλευσης του Τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας.

7. Η Συνέλευση του Τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας δύναται να αποφασίσει την άμεση διαγραφή μεταπτυχιακών φοιτητών που απέτυχαν σε άνω των δύο μαθημάτων του ιδίου εξαμήνου.

8. Οι γραπτές εξετάσεις εποπτεύονται από τους καθηγητές που διδάσκουν το εκάστοτε μάθημα επικουρούμε-

νοι, όταν αυτό είναι σκόπιμο, από άλλο προσωπικό του Τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας.

9. Οι εξεταζόμενοι φοιτητές οφείλουν να υπακούουν πλήρως στις οδηγίες των διδασκόντων και των επιτηρητών και να συμμορφώνονται απολύτως με τον Οδηγό Διεξαγωγής Εξετάσεων του Ο.Π.Α.

10. Για την απονομή του Δ.Μ.Σ., απαιτείται προαγωγικός βαθμός σε όλα τα μεταπτυχιακά μαθήματα και στη Διπλωματική Εργασία. Αν η εν λόγω προϋπόθεση δεν επιτευχθεί μέσα στην προβλεπόμενη προθεσμία, ο μεταπτυχιακός φοιτητής δικαιούται μόνον πιστοποιητικού επιτυχούς παρακολούθησης των μαθημάτων, όπου έλαβε προαγωγικό βαθμό και η φοίτηση του μεταπτυχιακού φοιτητή στο Πρόγραμμα λήγει.

11. Η Συνέλευση του Τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας, μετά από εισήγηση της Σ.Ε., δύναται να αποφασίσει τη διαγραφή μεταπτυχιακών φοιτητών:

α) Σε περίπτωση μη τήρησης των ακαδημαϊκών, διοικητικών και οικονομικών του υποχρεώσεων, ο φοιτητής διαγράφεται από το Πρόγραμμα.

β) Σε περίπτωση διαπίστωσης παραπτωμάτων π.χ. αντιγραφή σε εξετάσεις, λογοκλοπή, κ.λπ.

γ) Σε περίπτωση όπου ο φοιτητής απέτυχε σε περισσότερα από δύο μαθήματα ανά εξάμηνο.

δ) Σε περίπτωση δεύτερης ανεπιτυχούς εξέτασης της διπλωματικής εργασίας.

12. Σε κάθε περίπτωση διαγραφής του μεταπτυχιακού φοιτητή δεν επιστρέφονται τυχόν καταβληθέντα τέλη φοίτησης, εκτός και εάν συντρέχουν ειδικοί λόγοι και αποφασίσει αιτιολογημένα διαφορετικά η Συνέλευση του Τμήματος, μετά από πρόταση της Σ.Ε. του Π.Μ.Σ.

Άρθρο 10

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

1. Η Σ.Ε., ύστερα από αίτηση του υποψηφίου, στην οποία αναγράφεται ο προτεινόμενος τίτλος της Διπλωματικής Εργασίας (Δ.Ε.), ο προτεινόμενος επιβλέπων και επισυνάπτεται περίληψη της προτεινόμενης εργασίας, ορίζει τον επιβλέποντα της διπλωματικής εργασίας και συγκροτεί την τριμελή εξεταστική επιτροπή για την έγκριση της εργασίας, στην οποία συμμετέχουν ο επιβλέπων και άλλα δύο (2) μέλη Δ.Ε.Π. ή ερευνητές των βαθμίδων Α', Β' ή Γ', οι οποίοι είναι κάτοχοι διδακτορικού διπλώματος και ανήκουν στην ίδια ή συγγενή ειδικότητα με αυτή στην οποία εκπονήθηκε η εργασία.

2. Σε περίπτωση αποτυχίας στην εξέταση της Δ.Ε., ο φοιτητής μπορεί να επανεξετασθεί για μία ακόμη φορά υποβάλλοντάς την εκ νέου και έχοντας λάβει υπόψη τα σχόλια της εξεταστικής επιτροπής. Η επανεξέταση της Δ.Ε. γίνεται μετά την παρέλευση δύο μηνών και πριν την παρέλευση έξι μηνών από την αρχική εξέταση. Σε περίπτωση δεύτερης αποτυχίας ο φοιτητής διαγράφεται από το Πρόγραμμα μετά από απόφαση της Συνέλευσης.

3. Η Δ.Ε. είναι υποχρεωτική. Η εκπόνηση της Δ.Ε. πραγματοποιείται μετά την ολοκλήρωση των μαθημάτων, εντός περιόδου τεσσάρων μηνών για τους φοιτητές πλήρους φοίτησης, ενώ για τους φοιτητές μερικής φοίτησης εντός περιόδου έξι μηνών.

4. Η παρουσίαση της Δ.Ε. γίνεται ενώπιον της εξεταστικής επιτροπής. Μετά την παρουσίαση, η εξεταστική επιτροπή αποφασίζει τον βαθμό της Δ.Ε. και υπογράφει σχετικό έντυπο βαθμολογίας της Δ.Ε. Για την καταχώρηση της βαθμολογίας της Δ.Ε., το υπογεγραμμένο έντυπο με τον βαθμό υποβάλλεται στη Γραμματεία. Σε περίπτωση μη ομοφωνίας των μελών της εξεταστικής επιτροπής ως προς τον βαθμό της Δ.Ε., καταχωρείται ο μέσος όρος των τριών μελών της εξεταστικής επιτροπής.

5. Η Δ.Ε., εφόσον εγκριθεί από την εξεταστική επιτροπή, αναρτάται στον δικτυακό τόπο της Σχολής και κατατίθεται σε ηλεκτρονική μορφή στη Γραμματεία Μεταπτυχιακών και Διδακτορικών Σπουδών της Σχολής Διοίκησης Επιχειρήσεων και τη Βιβλιοθήκη του Ο.Π.Α. με σκοπό να διατεθεί σε σχετικά αποθετήρια συστήματα, μόνον εφόσον δεν περιέχει δεδομένα, τα οποία απαγορεύεται - βάσει νόμου - να δημοσιευθούν.

6. Η εκπόνηση της Διπλωματικής Εργασίας διέπεται από τα ακόλουθα:

α) Την πρώτη εργάσιμη ημέρα του μήνα Μαΐου κάθε έτους, ο φοιτητής αιτείται προς τη Συντονιστική Επιτροπή του Π.Μ.Σ. το θέμα που επιθυμεί να πραγματευθεί, τον επιβλέποντα καθηγητή και επισυνάπτει περίληψη της προτεινόμενης εργασίας. Η Συντονιστική Επιτροπή του Π.Μ.Σ. ορίζει τον επιβλέποντα της Διπλωματικής Εργασίας και συγκροτεί την τριμελή εξεταστική επιτροπή για την έγκριση της εργασίας, ένα από τα μέλη της οποίας είναι και ο επιβλέπων. Ο επιβλέπων καθηγητής είναι υπεύθυνος για την παρακολούθηση της Διπλωματικής Εργασίας.

β) Ο φοιτητής είναι υποχρεωμένος να καταθέσει στον επιβλέποντα καθηγητή συμπληρωμένο το σχετικό έντυπο της Δ.Ε. Σε αυτό αναφέρονται το θέμα, ο στόχος, το περιεχόμενο και η μεθοδολογία της εργασίας. Το έντυπο αυτό υπογράφεται από τον επιβλέποντα καθηγητή.

γ) Η Δ.Ε. πρέπει να διακρίνεται από έκταση και ποιότητα μεταπτυχιακού επιπέδου. Αυτό σημαίνει ότι μέσω αυτής, ο φοιτητής αποδεικνύει ότι κατέχει πλήρως τη γνώση του επιστημονικού πεδίου της εργασίας.

δ) Η Δ.Ε. θα πρέπει να έχει παραδοθεί μέχρι και τέσσερις (4) μήνες για τα τμήματα πλήρους φοίτησης και μέχρι έξι (6) μήνες για τα τμήματα μερικής φοίτησης, μετά την ολοκλήρωση όλων των μαθημάτων.

ε) Ο φοιτητής οφείλει να υποστηρίξει τη Δ.Ε. ενώπιον της εξεταστικής επιτροπής, η οποία την βαθμολογεί.

στ) Αν ο φοιτητής δεν ολοκληρώσει τη Δ.Ε. μέσα στα ανωτέρω προβλεπόμενα χρονικά όρια, δικαιούται παράταση έως και δύο (2) επιπλέον εξαμήνων, μετά από αιτιολογημένη εισήγηση του επιβλέποντα καθηγητή και απόφαση της Σ.Ε.

ζ) Σε περίπτωση μη υποβολής της διπλωματικής μέχρι την τελευταία δοθείσα προθεσμία, ο φοιτητής διαγράφεται από το πρόγραμμα και λαμβάνει πιστοποιητικό παρακολούθησης, το οποίο δεν αντιπροσωπεύει μεταπτυχιακό τίτλο.

η) Τα μέλη της επιτροπής πρέπει να έχουν την ίδια ή συναφή επιστημονική ειδικότητα με το γνωστικό αντικείμενο του προγράμματος.

θ) Η επίβλεψη διπλωματικών εργασιών γίνεται μόνο από τα μέλη Δ.Ε.Π. του τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας και από καθηγητές που διδάσκουν στο πρόγραμμα.

ι) Τα ισχύοντα για την εκπόνηση της Διπλωματικής Εργασίας (χρονοδιαγράμματα, οδηγίες για την μορφή και το περιεχόμενο του κειμένου, κ.λπ.) περιγράφονται στον Οδηγό Εκπόνησης Διπλωματικής Εργασίας, ο οποίος εκδίδεται κάθε έτος με απόφαση της Συνέλευσης μετά από εισήγηση του Διευθυντή.

Άρθρο 11

ΑΠΟΝΟΜΗ ΚΑΙ ΒΑΘΜΟΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΟΣ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

1. Ο μεταπτυχιακός φοιτητής ολοκληρώνει τις σπουδές του και λαμβάνει το Δίπλωμα Μεταπτυχιακών Σπουδών (Δ.Μ.Σ.), όταν εκπληρώσει όλες τις υπό του Προγράμματος προβλεπόμενες υποχρεώσεις, δηλαδή επιτυχή εξέταση στα μαθήματα του προγράμματος, έγκριση της διπλωματικής εργασίας και εξόφληση των τελών φοίτησης.

2. Ο τελικός βαθμός του Διπλώματος Μεταπτυχιακών Σπουδών (Δ.Μ.Σ.) προκύπτει από τον βαθμό των μεταπτυχιακών μαθημάτων και τον βαθμό της Δ.Ε., σύμφωνα με απόφαση της Συνέλευσης του Τμήματος, ως ακολούθως: το άθροισμα του αριθμητικού μέσου όρου των μαθημάτων πολλαπλασιαζόμενου με τον συντελεστή 0,75 και του βαθμού της διπλωματικής εργασίας πολλαπλασιαζόμενου με τον συντελεστή 1,50.

3. Ο βαθμός του Διπλώματος Μεταπτυχιακών Σπουδών (Δ.Μ.Σ.) πιστοποιεί την επιτυχή περάτωση των σπουδών του μεταπτυχιακού φοιτητή. Στα απονεμόμενα Δ.Μ.Σ. αναγράφεται χαρακτηρισμός «Καλώς», «Λίαν Καλώς», «Άριστα», που αντιστοιχεί σε:

- α) «Άριστα» από 8,51 έως 10
- β) «Λίαν Καλώς» από 6,51 έως 8,50
- γ) «Καλώς» από 5 έως 6,50

4. Ο τίτλος του Διπλώματος Μεταπτυχιακών Σπουδών είναι δημόσιο έγγραφο. Ο τύπος, η μορφή, το περιεχόμενό του, καθώς και οι αρμοδιότητες υπογραφών ορίζονται με απόφαση της Συγκλήτου του Ο.Π.Α.

5. Η απονομή των Δ.Μ.Σ. γίνεται σε ειδική δημόσια τελετή, στην οποία παρίστανται ο Πρύτανης ή ο νόμιμος αναπληρωτής του, ο Κοσμήτορας της Σχολής, ο Διευθυντής του Π.Μ.Σ., ο Πρόεδρος του Τμήματος και όλοι οι μεταπτυχιακοί φοιτητές, που έχουν εκπληρώσει τις προϋποθέσεις απονομής Δ.Μ.Σ.

6. Κατά το χρονικό διάστημα, μέχρι της απονομής του διπλώματος, χορηγείται, από τη Γραμματεία του Π.Μ.Σ., πιστοποιητικό ολοκλήρωσης των σπουδών, στο οποίο αναφέρεται η ημερομηνία αποφοίτησης.

7. Η τελετή αποφοίτησης πραγματοποιείται σε χρόνο που ορίζεται από τον Διευθυντή του Π.Μ.Σ. και ανακοινώνεται έγκαιρα σε όλα τα ενδιαφερόμενα όργανα και υπηρεσίες του Ο.Π.Α., στους φοιτητές καθώς και στο λοιπό προσωπικό του Τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας.

8. Δίπλωμα Μεταπτυχιακών Σπουδών δεν απονέμεται σε φοιτητή του οποίου ο τίτλος σπουδών πρώτου κύ-

κλου από ίδρυμα της αλλοδαπής δεν έχει αναγνωρισθεί από το Διεπιστημονικό Οργανισμό Αναγνώρισης Τίτλων Ακαδημαϊκών και Πληροφόρησης (ΔΟΑΤΑΠ), σύμφωνα με το ν. 3328/2005 (Α' 80).

Άρθρο 12

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΔΙΠΛΩΜΑΤΟΣ

1. Επιπλέον του τίτλου του Δ.Μ.Σ., χορηγείται Παράρτημα Διπλώματος, το οποίο είναι επεξηγηματικό έγγραφο και δεν υποκαθιστά τον επίσημο τίτλο σπουδών ή την αναλυτική βαθμολογία των μαθημάτων. Το Παράρτημα Διπλώματος επισυνάπτεται στον τίτλο σπουδών και παρέχει πληροφορίες σχετικά με τη φύση, το επίπεδο, το γενικότερο πλαίσιο εκπαίδευσης, το περιεχόμενο και το καθεστώς των σπουδών, οι οποίες ολοκληρώθηκαν με επιτυχία από το άτομο που αναγράφεται ονομαστικά στο πρωτότυπο του τίτλου.

2. Στο Παράρτημα Διπλώματος δεν γίνονται αξιολογικές κρίσεις και δεν υπάρχουν δηλώσεις ισοτιμίας ή αντιστοιχίας ή προτάσεις σχετικά με την αναγνώριση του τίτλου στο εξωτερικό.

3. Το Παράρτημα Διπλώματος εκδίδεται αυτομάτως και χωρίς καμία οικονομική επιβάρυνση στην ελληνική και στην αγγλική γλώσσα, και πρέπει να πληροί τις προϋποθέσεις γνησιότητας που απαιτούνται για το χορηγούμενο τίτλο σπουδών.

4. Η ημερομηνία έκδοσης του Παραρτήματος Διπλώματος δεν συμπίπτει υποχρεωτικά με την ημερομηνία χορήγησης του τίτλου σπουδών, αλλά δεν μπορεί ποτέ να είναι προγενέστερη από αυτή.

Άρθρο 13

ΑΝΑΘΕΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ/ΔΙΔΑΣΚΟΝΤΕΣ ΣΤΟ Π.Μ.Σ.

1. Τη διδασκαλία των μαθημάτων του Π.Μ.Σ. μπορούν να αναλαμβάνουν οι αναφερόμενοι στις διατάξεις του άρθρου 36 του ν. 4485/2017. Στο Π.Μ.Σ. θα απασχοληθούν μέλη Δ.Ε.Π. και Ε.Ε.Π., Ε.Δι.Π. και Ε.Τ.Ε.Π. ή αφυπηρητήσαντα μέλη Δ.Ε.Π. του Τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας ή διδάσκοντες σύμφωνα με το π.δ. 407/1980 (Α' 112) ή το άρθρο 19 του ν. 1404/1983 (Α' 173) ή την παρ. 7 του άρθρου 29 του ν. 4009/2011, μέλη Δ.Ε.Π. άλλων Τμημάτων του ιδίου Α.Ε.Ι ή άλλων Α.Ε.Ι ή ερευνητών από ερευνητικά κέντρα της ημεδαπής, όπως επίσης καταξιωμένοι επιστήμονες της αλλοδαπής που έχουν θέση ή προσόντα καθηγητή ή ερευνητή σε ερευνητικό κέντρο, καλλιτέχνες ή επιστήμονες αναγνωρισμένου κύρους με εξειδικευμένες γνώσεις ή σχετική εμπειρία στο γνωστικό αντικείμενο του Π.Μ.Σ., για την κάλυψη εκπαιδευτικών αναγκών του Π.Μ.Σ. σύμφωνα με τις διατάξεις του άρθρου 36 του ν. 4485/2017.

2. Η διδασκαλία των μαθημάτων και ασκήσεων του Π.Μ.Σ. ανατίθεται από τη Συνέλευση του Τμήματος, μετά από εισήγηση του Διευθυντή.

3. Οι διδάσκοντες προτείνουν στους φοιτητές, για κάθε μάθημα της αρμοδιότητάς τους, κατάλογο διδακτικών βιβλίων, άρθρων και βοηθημάτων, προς διευκόλυνσή τους. Επίσης, στην αρχή κάθε περιόδου παρέχουν στους φοιτητές περιγραφή του περιεχομένου κάθε μαθήμα-

τος και των ασκήσεων που θα δοθούν κατά τη διάρκεια του μαθήματος. Οι διδάσκοντες ενδείκνυται να χρησιμοποιούν, εάν υπάρχει, την ψηφιακή πλατφόρμα του Πανεπιστημίου ή του Π.Μ.Σ. ή του μαθήματος το οποίο διδάσκουν, στην οποία θα περιλαμβάνουν σημειώσεις, παρουσιάσεις, βοηθήματα κ.λπ.

4. Φροντιστηριακές ασκήσεις, στο πλαίσιο μαθημάτων του Π.Μ.Σ., μπορούν να ανατίθενται, εκτός των ανωτέρω, και σε μέλη του διδακτικού προσωπικού, καθώς και σε υποψηφίους διδάκτορες του Τμήματος που διοργανώνει το ΠΜΣ.

Άρθρο 14

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΔΙΔΑΣΚΟΝΤΩΝ

1. Στο τέλος κάθε εξαμήνου πραγματοποιείται ανώνυμη ηλεκτρονική αξιολόγηση κάθε μαθήματος και κάθε διδάσκοντος από τους μεταπτυχιακούς φοιτητές, υπό την οργάνωση και εποπτεία της Μονάδας Διασφάλισης Ποιότητας (ΜΟ.ΔΙ.Π.) του Πανεπιστημίου.

Άρθρο 15

ΦΟΙΤΗΤΙΚΕΣ ΠΑΡΟΧΕΣ - ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ

1. Οι μεταπτυχιακοί φοιτητές έχουν όλα τα δικαιώματα και τις παροχές που προβλέπονται για τους φοιτητές του πρώτου κύκλου σπουδών, πλην του δικαιώματος παροχής δωρεάν διδακτικών συγγραμμάτων.

2. Οι μεταπτυχιακοί φοιτητές δύνανται να χρησιμοποιούν την υπάρχουσα υλικοτεχνική υποδομή του Ο.Π.Α., η οποία περιλαμβάνει χώρους διδασκαλίας κατάλληλα εξοπλισμένους με σύγχρονα μέσα διδασκαλίας και Η/Υ, τη Βιβλιοθήκη, το Υπολογιστικό Κέντρο και τις εγκαταστάσεις των Εργαστηρίων του Τμήματος, σύμφωνα με τους Κανονισμούς Λειτουργίας τους. Έχουν επίσης τη δυνατότητα χρήσης της πλατφόρμας τηλεκπαίδευσης του Ο.Π.Α., σύνδεσης με ψηφιακές βιβλιοθήκες, σύνδεσης από απόσταση και δωρεάν πρόσβασης στο διαδίκτυο μέσω του Πανεπιστημίου.

3. Η γενική παρουσία και συμπεριφορά του φοιτητή κατά τη διάρκεια των μεταπτυχιακών σπουδών είναι προϋπόθεση για τη συνέχιση της παρακολούθησης. Περιπτώσεις παραπτώματων όπως αντιγραφή, ανάρμοστη συμπεριφορά κ.λπ. συνεπάγονται διαγραφή από το Πρόγραμμα, μετά από απόφαση του αρμοδίου οργάνου, σύμφωνα με τις κείμενες διατάξεις (κατά τον χρόνο σύνταξης του παρόντος Κανονισμού, η σχετική αρμοδιότητα ανήκει στην Κοσμητεία) και τα διαλαμβανόμενα στον Οδηγό Διεξαγωγής Εξετάσεων του Ο.Π.Α.

4. Οι μεταπτυχιακοί φοιτητές υποχρεούνται να αναφέρουν με τον ενδεδειγμένο τρόπο, αν χρησιμοποίησαν το έργο και τις απόψεις άλλων. Η αντιγραφή θεωρείται σοβαρό ακαδημαϊκό παράπτωμα. Λογοκλοπή θεωρείται η αντιγραφή εργασίας κάποιου άλλου, καθώς και η χρησιμοποίηση εργασίας άλλου - δημοσιευμένης ή μη - χωρίς τη δέουσα αναφορά. Η αντιγραφή οποιουδήποτε υλικού τεκμηρίωσης, ακόμη και από μελέτες του ίδιου του υποψηφίου, χωρίς σχετική αναφορά, μπορεί να στοιχειοθετήσει εισήγηση της Συνέλευσης του Τμήματος για διαγραφή του φοιτητή. Στις παραπάνω περιπτώσεις, η Συνέλευση του Τμήματος μπορεί να

εισηγηθεί στην Κοσμητεία τη διαγραφή του φοιτητή, αφού προηγουμένως του δοθεί η δυνατότητα να εκθέσει, προφορικώς ή γραπτώς τις απόψεις του επί του θέματος.

5. Οποιοδήποτε παράπτωμα ή παράβαση ακαδημαϊκής δεοντολογίας παραπέμπεται για αντιμετώπιση του προβλήματος, από τον Πρόεδρο του Τμήματος στην Κοσμητεία της Σχολής. Ως παραβάσεις θεωρούνται και τα παραπτώματα της αντιγραφής ή της λογοκλοπής και γενικότερα κάθε παράβαση των διατάξεων περί πνευματικής ιδιοκτησίας από μεταπτυχιακό φοιτητή κατά τη συγγραφή εργασιών στο πλαίσιο των μαθημάτων ή την εκπόνηση της διπλωματικής εργασίας.

6. Οι σπουδαστές του Π.Μ.Σ. οφείλουν να συμπεριφέρονται κόσμια, με σεβασμό προς τους διδάσκοντες και με ευγένεια προς τους συμφοιτητές τους και προς το διοικητικό προσωπικό του Ο.Π.Α. Οφείλουν να χρησιμοποιούν με επιμέλεια τον εξοπλισμό του πανεπιστημίου και να τηρούν τους κανόνες διεξαγωγής του εκπαιδευτικού έργου και τις προθεσμίες εκτέλεσης των υποχρεώσεών τους. Η ενδεδειγμένη παρουσία και η ορθή συμπεριφορά του φοιτητή κατά τη διάρκεια των μεταπτυχιακών σπουδών είναι προϋπόθεση για την συνέχιση της παρακολούθησης. Περιπτώσεις ανάρμοστης συμπεριφοράς επισύρουν κυρώσεις, συμπεριλαμβανομένης της διαγραφής από το Π.Μ.Σ., μετά από απόφαση των αρμοδίων οργάνων.

Άρθρο 16

ΤΕΛΗ ΦΟΙΤΗΣΗΣ - ΥΠΟΤΡΟΦΙΕΣ

1. Τα τέλη φοίτησης για την παρακολούθηση του Π.Μ.Σ. ορίζονται στο άρθρο 8 της πράξης επανίδρυσης του Προγράμματος όπως αυτή έχει δημοσιευθεί και ισχύει και υπάρχει δυνατότητα τμηματικής καταβολής, η οποία ορίζεται από το Πρόγραμμα.

2. Οι επιλεγμένοι μεταπτυχιακοί φοιτητές προκαταβάλλουν μέρος των συνολικών τελών φοίτησης για την κατοχύρωση της προσφερόμενης θέσης.

3. Τυχόν καταβληθέντα τέλη φοίτησης δεν επιστρέφονται, εάν για οποιονδήποτε λόγο ο φοιτητής θελήσει ή αναγκασθεί να διακόψει την φοίτησή του στο πρόγραμμα.

4. Οι υποψήφιοι που ενδεχομένως δεν θα μπορέσουν να ικανοποιήσουν τις προϋποθέσεις υπό τις οποίες γίνονται δεκτοί ή αποχωρήσουν από το Π.Μ.Σ., οποτεδήποτε μετά την εκ μέρους τους αποδοχή της θέσης που τους προσφέρθηκε, δεν δικαιούνται να ζητήσουν επιστροφή των χρηματικών ποσών που κατέβαλαν.

5. Εκτός από τη συμμετοχή στο κόστος του προγράμματος οι σπουδαστές υποχρεούνται να καλύπτουν τις προσωπικές δαπάνες τους που αφορούν τις σπουδές τους, π.χ. αγορά βιβλίων, εκτυπώσεις, κ.τ.λ.

6. Το Π.Μ.Σ. προβλέπει τη δυνατότητα χορήγησης υποτροφιών που δεν μπορούν να ξεπεράσουν το συνολικό ύψος των τελών φοίτησης, σύμφωνα με απόφαση της Συνέλευσης του Τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας και του Κανονισμού Υποτροφιών του Ο.Π.Α.:

α) Βάσει ακαδημαϊκής επίδοσης, με πλήρη επιστροφή των τελών φοίτησης.

β) Βάσει κοινωνικών κριτηρίων όπως αυτά αναφέρονται στην παρ. 2 του άρθρου 35 του ν. 4485/2017, με πλήρη επιστροφή των τελών φοίτησης.

γ) Βάσει κοινωνικών κριτηρίων, σύμφωνα με το άρθρο 35 του ν. 4485/2017, με απαλλαγή των τελών φοίτησης για οικονομικούς λόγους, έως του 30% των φοιτητών που γίνονται δεκτοί, δηλαδή έως τριάντα (30) φοιτητές επί του συνόλου των ενενήντα εννέα (99) φοιτητών.

Άρθρο 17

ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗ - ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ

1. Το Π.Μ.Σ. υποστηρίζεται από το Τμήμα Γραμματείας Μεταπτυχιακών και Διδακτορικών Σπουδών της Σχολής Διοίκησης Επιχειρήσεων του Ο.Π.Α., κατά τα διαλαμβανόμενα στην αριθμ. 4277/30-6-2016 απόφαση της Συγκλήτου του Ο.Π.Α. (ΦΕΚ 2250 Β').

2. Στο Π.Μ.Σ. λειτουργεί επιπλέον ειδική γραμματεία, η οποία εξυπηρετεί τους φοιτητές και τους διδάσκοντες του Προγράμματος και συνεπικουρεί το έργο της Σ.Ε. και του Διευθυντή.

3. Η οικονομική διαχείριση και εκτέλεση του προϋπολογισμού του Π.Μ.Σ. εκτελείται από τον Ε.Λ.Κ.Ε./Ο.Π.Α., σύμφωνα με τις εκάστοτε ισχύουσες διατάξεις.

Άρθρο 18

ΜΕΤΑΒΑΤΙΚΕΣ ΡΥΘΜΙΣΕΙΣ

1. Οι φοιτητές που έχουν ήδη εγγραφεί στο Π.Μ.Σ. κατά την έναρξη ισχύος του ν. 4485/2017, καθώς και οι φοιτητές που εγγράφονται και αρχίζουν τη φοίτηση το ακαδημαϊκό έτος 2017-2018 σε Π.Μ.Σ. ιδρυθέν έως τη δημοσίευση του ν. 4485/2017, συνεχίζουν και ολοκληρώνουν το πρόγραμμα, σύμφωνα με τις ισχύουσες, έως την έναρξη ισχύος του ν. 4485/2017, διατάξεις (άρθρο 85 παρ. 2 του ν. 4485/2017).

2. Όσα θέματα δεν ρυθμίζονται στον παρόντα Κανονισμό, θα ρυθμίζονται από τα αρμόδια όργανα σύμφωνα με την κείμενη νομοθεσία.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ - ΕΛΑΧΙΣΤΕΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΩΡΕΣ

Τα μαθήματα του Προγράμματος είναι υποχρεωτικά, ενώ οι ελάχιστες διδακτικές ώρες για κάθε μάθημα είναι είκοσι μία (21).

ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ «ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ», Α' Διδακτική Περίοδος

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Σκοπός του μαθήματος είναι η εξοικείωση των φοιτητών με τις βασικές έννοιες, αποφάσεις και εργαλεία του μάρκετινγκ, δίνοντάς τους μια σφαιρική γνώση σε όλο το εύρος των δραστηριοτήτων μάρκετινγκ. Στο μάθημα περιλαμβάνονται τα εξής θέματα: (α) περιεχόμενο, αντικείμενο, εξέλιξη, πεδίο εφαρμογών του μάρκετινγκ, ορισμοί, (β) στρατηγικό μάρκετινγκ, τμηματοποίηση και τοποθέτηση, (γ) έρευνα αγοράς και συμπεριφορά καταναλωτή, (δ) ανάπτυξη μίγματος μάρκετινγκ, δηλαδή των αποφάσεων που αφορούν το προϊόν καθώς και την τιμή του, την προβολή του και τη διάθεσή του, (ε) οργάνωση των πωλήσεων, και στ) ειδικά θέματα του μάρκετινγκ,

όπως βιομηχανικό (B2B) μάρκετινγκ και Διεθνές και Εξαγωγικό Μάρκετινγκ.

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

Σκοπός του μαθήματος είναι η κατανόηση του ρόλου της Επικοινωνίας ως στρατηγικής για την ανάπτυξη, διατήρηση και την ενδυνάμωση των σχέσεων με σημαντικές κοινωνικές ομάδες της επιχείρησης ή του οργανισμού, η ανάπτυξη των ικανοτήτων για τη κατανόηση των επιπτώσεων των νέων μέσων στις αντίστοιχες στρατηγικές και τακτικές μάρκετινγκ της επιχείρησης, η εξοικείωση με τις μεθόδους και τα εργαλεία που προσφέρουν οι ψηφιακές τεχνολογίες και τα κοινωνικά δίκτυα στο μάρκετινγκ και την επικοινωνία. Στο μάθημα αυτό περιλαμβάνονται τα εξής θέματα: α) Ανάλυση των εννοιών της Επιχειρησιακής Επικοινωνίας, της εταιρικής Ταυτότητας, Εικόνας και Φήμης, εταιρικής Κουλτούρας και Ηθικής, β) Επικοινωνιακές Εκστρατείες, γ) Πρόληψη και Διαχείριση των Κρίσεων, δ) Στρατηγική μάρκετινγκ και επιχειρηματικά μοντέλα, ε) Συμπεριφορά καταναλωτή στο διαδίκτυο και τα λοιπά ψηφιακά μέσα.

ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

Σκοπός του μαθήματος είναι να κατανοήσουν οι φοιτητές το αντικείμενο και τις μεθόδους του συγκεκριμένου επιστημονικού κλάδου και να γνωρίσουν τις κλασικές και σύγχρονες θεωρητικές και εμπειρικές προσεγγίσεις στη μελέτη της συμπεριφοράς του καταναλωτή και τη σημασία τους για τη χάραξη αποτελεσματικών στρατηγικών μάρκετινγκ. Στο μάθημα περιλαμβάνονται τα εξής θέματα: (α) εισαγωγή στη συμπεριφορά καταναλωτή, (β) εσωτερικές διαδικασίες: επεξεργασία πληροφοριών, αντίληψη, μάθηση, μνήμη, κίνητρα, αυτο-εικόνα, προσωπικότητα, τρόπος ζωής (lifestyle), στάσεις, συναισθήματα, (γ) εξωτερικές επιδράσεις καταναλωτικής συμπεριφοράς: δημογραφικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά, αξίες, κουλτούρα, ομάδες αναφοράς, καθοδηγητές γνώμης, (δ) διαδικασίες λήψης αγοραστικών αποφάσεων: Στάδια λήψης αγοραστικών αποφάσεων, τύποι αγοραστικών αποφάσεων, ανάμειξη καταναλωτή και διαδικασία λήψης αγοραστικών αποφάσεων και (ε) θεωρία και μέθοδοι τμηματοποίησης της αγοράς καταναλωτών.

ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΕΡΕΥΝΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Σκοπός του μαθήματος είναι η εισαγωγή στην ερευνητική μεθοδολογία και η εμπέδωση των αρχών και των μεθόδων της έρευνας μάρκετινγκ, μέσω της οποίας ερευνώνται με μεθοδικό και εμπειρικό τρόπο ζητήματα του μάρκετινγκ. Στο μάθημα περιλαμβάνονται τα εξής θέματα: Εισαγωγή στην ερευνητική μεθοδολογία, βασικές αρχές έρευνας αγοράς, σχεδιασμός έρευνας, είδη ερευνών, πηγές πρωτογενών και δευτερογενών δεδομένων για έρευνες μάρκετινγκ, σύγχρονοι τρόποι συλλογής δεδομένων, η έννοια της μέτρησης και οι κλίμακες μέτρησης στην έρευνα αγοράς, ανάπτυξη ερωτήσεων σε δημοσκοπήσεις (surveys), σχεδιασμός ερωτηματολογίου, μέθοδοι συλλογής πρωτογενών δεδομένων με δημοσκοπήσεις, η έννοια και οι διαδικασίες της δειγματοληψίας, βασικές αρχές και κύριες μέθοδοι ανάλυσης εμπειρικών δεδομένων, ειδικά θέματα έρευνας αγοράς.

ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ «ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ»,
Β' διδακτική περίοδος

ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ

Σκοπός του μαθήματος είναι η παρουσίαση των βασικών εννοιών για το προϊόν και η ανάλυση των προϊόντικών αποφάσεων που πρέπει να λαμβάνει μία επιχείρηση. Στο μάθημα περιλαμβάνονται τα εξής θέματα: οι βασικές έννοιες για το προϊόν, οι τύποι προϊόντικών αποφάσεων, η περιγραφή των μοντέλων αξιολόγησης του προϊόντικού χαρτοφυλακίου, καθώς και του χαρτοφυλακίου νέων προϊόντων και υπηρεσιών, οι παράγοντες της επιτυχημένης υιοθέτησης και διάχυσης νέων προϊόντων στην αγορά, η διαδικασία κατάργησης προϊόντων και υπηρεσιών, η παρουσίαση των οργανωτικών διευθετήσεων για την ανάπτυξη, διοίκηση και κατάργηση προϊόντων και υπηρεσιών.

ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

Σκοπός του μαθήματος είναι η ανάλυση δεδομένων και η ανάπτυξη περιγραφικών και προβλεπτικών ποσοτικών υποδειγμάτων και μοντέλων βελτιστοποίησης στο ευρύτερο πεδίο του μάρκετινγκ και του διαδικτύου.

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Σκοπός του μαθήματος είναι η εξοικείωση των συμμετεχόντων με τις βασικές μεθόδους διαμόρφωσης και υλοποίησης εταιρικών και ανταγωνιστικών στρατηγικών μάρκετινγκ. Στο μάθημα περιλαμβάνονται τα εξής θέματα: οι διαδικασίες διαμόρφωσης στρατηγικής των επιχειρήσεων καθώς και ο βαθμός στον οποίο οι Ελληνικές επιχειρήσεις ακολουθούν αυτές τις διαδικασίες, οι εναλλακτικές στρατηγικές επιλογές που μπορεί να ακολουθήσει μια επιχείρηση, ο τρόπος με τον οποίο τα στελέχη μπορούν να τοποθετήσουν (position) την επιχείρηση απέναντι στις δυνάμεις της αγοράς και του ανταγωνισμού, ανάλογα με το προϊόντικό τους χαρτοφυλάκιο, ώστε να εκμεταλλευθούν αυτές τις δυνάμεις ή ακόμα και να τις επηρεάσουν προς όφελός τους, οι ενδεικνυόμενες στρατηγικές επίτευξης ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, οι συναφείς στρατηγικές μάρκετινγκ, οι πηγές άντλησης χρηματοδοτικών πιστώσεων για την υλοποίηση της επιλεγείσας στρατηγικής και η υλοποίηση επιχειρησιακού σχεδιασμού.

ΨΗΦΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

Σκοπός του μαθήματος: (α) η ανάπτυξη των ικανοτήτων των φοιτητών για τη κατανόηση των επιπτώσεων των νέων αυτών μέσων στις αντίστοιχες στρατηγικές και τακτικές μάρκετινγκ της επιχείρησης, (β) η εξοικείωση των φοιτητών με τις μεθόδους και τα εργαλεία που προσφέρουν οι ψηφιακές τεχνολογίες και τα κοινωνικά δίκτυα στο μάρκετινγκ και την επικοινωνία. Τα θέματα που καλύπτονται στο μάθημα περιλαμβάνουν: στρατηγική μάρκετινγκ και επιχειρηματικά μοντέλα, συμπεριφορά καταναλωτή στο διαδίκτυο και τα λοιπά ψηφιακά μέσα, δημιουργία αξίας, personalization, content marketing, θέματα τιμολόγησης, επικοινωνία μέσω Google adwords, Ad formats, Search Engine Optimization, e-mailing, affiliation, εναλλακτικά δίκτυα, πολυ-καναλική διανομή, e-retailing, web 2.0, χρήση, οφέλη, δυνατότητες των κοινωνικών δικτύων για επιχειρήσεις, mobile marketing, ιδιωτικότητα, διαχείριση σχέσεων με πελάτες, Web metrics.

ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ «ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ
ΜΕ ΔΙΕΘΝΗ ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟ»,
Α' Διδακτική Περίοδος

Τα μαθήματα του Προγράμματος, που είναι υποχρεωτικά, διδάσκονται στην Αγγλική γλώσσα. Οι ελάχιστες διδακτικές ώρες που τους αντιστοιχούν είναι είκοσι μία (21).

ΔΙΕΘΝΕΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ (INTERNATIONAL MARKETING)

This course will present an overview of marketing practices in a global environment and provide the framework upon which international marketing management can be based. Emphasis will be placed on the scope and challenges of international marketing, the culture, political, legal, and business systems of global markets, the global market opportunities, and the development of global marketing strategies (product planning, promotion, pricing and channels of distribution). The course is designed to provide students with the latest understanding of global issues and the necessary skills in making strategic decisions based on a global perspective through lectures, case studies, and group projects.

ΔΙΕΘΝΗΣ ΕΡΕΥΝΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ (INTERNATIONAL MARKETING RESEARCH)

Marketing research allows marketers to make empirically-determined, well-informed decisions and more so when dealing with the complexities of international markets. This module is intended to introduce the principles of marketing research and familiarize students with the main research methods and techniques. Its syllabus include topics such as research methodology, research design, data sources for international marketing research, measurement and scales, questionnaire design, survey design, sampling, understanding marketing metrics, qualitative studies, and basic analytical techniques.

ΔΙΕΘΝΗΣ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ (INTERNATIONAL CONSUMER BEHAVIOR)

Consumer behavior covers all the decision processes and acts of people involved in buying and using products and services, including the mental and social processes that precede and follow these actions. This field is of utmost importance for marketers' and companies' decisions. This module examines consumption related choices from an international perspective. It focuses on the individual consumer and offers students an accurate picture about a) the process of consumer behavior and impact on consumer decision making; b) how culture clashes and values affect consumer behavior; and c) how international marketers decode and incorporate into their offerings the cultural components of foreign target markets.

ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ (WEB AND MARKETING ANALYTICS)

This course will provide students with the knowledge and skills required to analyze web, social network, social media and other marketing data. This will allow them to generate key insights using various quantitative methods. Initially, focus will be given on how to

access and manage structured and unstructured data. Students will learn how to perform text mining so as to extract useful information from text data (e.g. tweets, Facebook, blog posts, movies, TV, restaurant reviews and newspaper articles) and how to use exploratory and supervised machine learning methods (e.g. Naïve Bayes, Neural Networks, K-Means, Rules, Logistic Regression and Decision Trees) so as to perform sentiment analysis, classification, market basket analysis and segmentation. This will allow them to build recommendation systems. Next, emphasis will be given on key aspects of online advertisement, such as pay per click and search engine optimization. Students will learn how to track and report website traffic, to measure the conversion rates and to calculate the ROI in a multi-channel marketing environment. Finally, students will learn to analyze and describe networks, model the evolution of networks, and apply the network analyses in marketing settings (e.g. for customer profiling, targeting, and trend detection).

ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ «ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ
ΜΕ ΔΙΕΘΝΗ ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟ»,
Β' διδακτική περίοδος

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ (BUSINESS STRATEGY)

The objective of this course is to help students develop the skills for formulating and implementing strategy. It provides an understanding of: A company's operative environment and how to build and sustain competitive advantage; How to make a strategic choice given a number of alternative strategic options; How to create superior customer value by designing the optimum configuration of company resources and capabilities; How to balance the opportunities and risks associated with dynamic and uncertain changes in industry attractiveness and competitive position; How to spot and avoid the most common strategy mistakes taking place and make better strategic decisions; How to direct the company into the future.

ΨΗΦΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΓΚ ΚΑΙ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙ-
ΚΤΥΩΣΗΣ (DIGITAL MARKETING AND SOCIAL MEDIA)

Marketing strategies, practices and frameworks are being radically transformed by the unprecedented growth of the digital economy, the evolving technological capabilities, the emergence of new business models, and the changes in consumer behavioral patterns. The Digital Marketing, Web Analytics and Social Media course aims at developing students' skills in understanding the impact of digital media on marketing strategy and making students familiar with the use of key digital

marketing tools. Topics covered include: digital strategy and e-business models, consumer behavior and digital media, content marketing, omni-channel retailing, social media, e-media mix, using data and analytics.

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ
(ENTREPRENEURSHIP AND INNOVATION)

Innovation is the most important guarantor of sustainable competitive advantage for firms around the world. Entrepreneurship is the principal source of jobs and wealth in the economy. However, shaping an organization so that it successfully and repeatedly brings innovations to market is a daunting managerial challenge. This course examines the basics managers need to organize and commercialize valuable innovation in both entrepreneurial and established firms. Major topics include designing appropriate innovation processes; identifying, building and commercializing innovations; taking advantage of internal and external sources of innovation; and structuring entrepreneurial organizations. The course includes lectures, case analyses, visiting experts, practical exercises and student presentations.

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΚΑΙ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩ-
ΝΙΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ (ADVERTISING AND INTEGRATED
MARKETING COMMUNICATIONS)

This module describes marketing communication in an international context and aims to give both an understanding of international marketing communications practices and advertising in an international setting. Further it focuses on the basic elements of advertising decision making, their underlying conceptual structure and theoretical base, with respect to strategic questions of local versus global formats, standardised versus adapted formats in order to provide a framework and knowledge for making more effective internationally oriented advertising decisions. These include selecting appropriate messages, executions and media in a given cultural setting, and understanding the difference and the importance of major marketing communication tools ranging from classical advertising to special forms of communications such as one to one marketing, interactive communication or consumer incentives.

Η απόφαση αυτή να δημοσιευθεί στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως.

Αθήνα, 27 Ιουλίου 2018

Ο Πρύτανης

ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ ΓΙΑΚΟΥΜΑΚΗΣ



ΕΘΝΙΚΟ ΤΥΠΟΓΡΑΦΕΙΟ

Το Εθνικό Τυπογραφείο αποτελεί δημόσια υπηρεσία υπαγόμενη στο Υπουργείο Διοικητικής Ανασυγκρότησης και έχει την ευθύνη τόσο για τη σύνταξη, διαχείριση, εκτύπωση και κυκλοφορία των Φύλλων της Εφημερίδας της Κυβερνήσεως (ΦΕΚ), όσο και για την κάλυψη των εκτυπωτικών - εκδοτικών αναγκών του δημοσίου και του ευρύτερου δημόσιου τομέα (ν. 3469/2006/Α' 131 και π.δ. 29/2018/Α' 58).

1. ΦΥΛΛΟ ΤΗΣ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΕΩΣ (ΦΕΚ)

- Τα **ΦΕΚ σε ηλεκτρονική μορφή** διατίθενται δωρεάν στο **www.et.gr**, την επίσημη ιστοσελίδα του Εθνικού Τυπογραφείου. Όσα ΦΕΚ δεν έχουν ψηφιοποιηθεί και καταχωριστεί στην ανωτέρω ιστοσελίδα, ψηφιοποιούνται και αποστέλλονται επίσης δωρεάν με την υποβολή αίτησης, για την οποία αρκεί η συμπλήρωση των αναγκαίων στοιχείων σε ειδική φόρμα στον ιστότοπο **www.et.gr**.

- Τα **ΦΕΚ σε έντυπη μορφή** διατίθενται σε μεμονωμένα φύλλα είτε απευθείας από το Τμήμα Πωλήσεων και Συνδρομητών, είτε ταχυδρομικά με την αποστολή αιτήματος παραγγελίας μέσω των ΚΕΠ, είτε με ετήσια συνδρομή μέσω του Τμήματος Πωλήσεων και Συνδρομητών. Το κόστος ενός ασπρόμαυρου ΦΕΚ από 1 έως 16 σελίδες είναι 1,00 €, αλλά για κάθε επιπλέον οκτασέλιδο (ή μέρος αυτού) προσαυξάνεται κατά 0,20 €. Το κόστος ενός έγχρωμου ΦΕΚ από 1 έως 16 σελίδες είναι 1,50 €, αλλά για κάθε επιπλέον οκτασέλιδο (ή μέρος αυτού) προσαυξάνεται κατά 0,30 €. Το τεύχος Α.Σ.Ε.Π. διατίθεται δωρεάν.

• Τρόποι αποστολής κειμένων προς δημοσίευση:

A. Τα κείμενα προς δημοσίευση στο ΦΕΚ, από τις υπηρεσίες και τους φορείς του δημοσίου, αποστέλλονται ηλεκτρονικά στη διεύθυνση **webmaster.et@et.gr** με χρήση προηγμένης ψηφιακής υπογραφής και χρονοσήμανσης.

B. Κατ' εξαίρεση, όσοι πολίτες δεν διαθέτουν προηγμένη ψηφιακή υπογραφή μπορούν είτε να αποστέλλουν ταχυδρομικά, είτε να καταθέτουν με εκπρόσωπό τους κείμενα προς δημοσίευση εκτυπωμένα σε χαρτί στο Τμήμα Παραλαβής και Καταχώρισης Δημοσιευμάτων.

- Πληροφορίες, σχετικά με την αποστολή/κατάθεση εγγράφων προς δημοσίευση, την ημερήσια κυκλοφορία των Φ.Ε.Κ., με την πώληση των τευχών και με τους ισχύοντες τιμοκαταλόγους για όλες τις υπηρεσίες μας, περιλαμβάνονται στον ιστότοπο (**www.et.gr**). Επίσης μέσω του ιστότοπου δίδονται πληροφορίες σχετικά με την πορεία δημοσίευσης των εγγράφων, με βάση τον Κωδικό Αριθμό Δημοσίευματος (ΚΑΔ). Πρόκειται για τον αριθμό που εκδίδει το Εθνικό Τυπογραφείο για όλα τα κείμενα που πληρούν τις προϋποθέσεις δημοσίευσης.

2. ΕΚΤΥΠΩΤΙΚΕΣ - ΕΚΔΟΤΙΚΕΣ ΑΝΑΓΚΕΣ ΤΟΥ ΔΗΜΟΣΙΟΥ

Το Εθνικό Τυπογραφείο ανταποκρινόμενο σε αιτήματα υπηρεσιών και φορέων του δημοσίου αναλαμβάνει να σχεδιάσει και να εκτυπώσει έντυπα, φυλλάδια, βιβλία, αφίσες, μπλοκ, μηχανογραφικά έντυπα, φακέλους για κάθε χρήση, κ.ά.

Επίσης σχεδιάζει ψηφιακές εκδόσεις, λογότυπα και παράγει οπτικοακουστικό υλικό.

Ταχυδρομική Διεύθυνση: Καποδιστρίου 34, τ.κ. 10432, Αθήνα

ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ: 210 5279000 - fax: 210 5279054

ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΚΟΙΝΟΥ

Πωλήσεις - Συνδρομές: (Ισόγειο, τηλ. 210 5279178 - 180)

Πληροφορίες: (Ισόγειο, Γρ. 3 και τηλεφ. κέντρο 210 5279000)

Παραλαβή Δημ. Ύλης: (Ισόγειο, τηλ. 210 5279167, 210 5279139)

Ωράριο για το κοινό: Δευτέρα ως Παρασκευή: 8:00 - 13:30

Ιστότοπος: **www.et.gr**

Πληροφορίες σχετικά με την λειτουργία του ιστότοπου: **helpdesk.et@et.gr**

Αποστολή ψηφιακά υπογεγραμμένων εγγράφων προς δημοσίευση στο ΦΕΚ: **webmaster.et@et.gr**

Πληροφορίες για γενικό πρωτόκολλο και αλληλογραφία: **grammateia@et.gr**

Πείτε μας τη γνώμη σας,

για να βελτιώσουμε τις υπηρεσίες μας, συμπληρώνοντας την ειδική φόρμα στον ιστότοπό μας.

