

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2 - ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Τίτλος Μαθήματος	Επιχειρηματικότητα και Μάρκετινγκ			
Κωδικός Μαθήματος	CNC 0404			
Τύπος μαθήματος	Θεωρητικό			
Επίπεδο	5 (EQF)			
Έτος / Εξάμηνο φοίτησης	Δεύτερο έτος, Δ' Εξάμηνο			
Όνομα Διδάσκοντα				
ECTS	4	Διαλέξεις / εβδομάδα	5	Εργαστήρια / εβδομάδα
Στόχος Μαθήματος	<p>Η ύλη του μαθήματος στοχεύει σε θέματα επιχειρηματικότητας και Μάρκετινγκ, με έμφαση σε Μικρές και Μεσαίες Επιχειρήσεις (ΜΜΕ). Στοχεύει να δώσει στους φοιτητές τις σύγχρονες βασικές επιστημονικές και επαγγελματικές γνώσεις του γνωστικού αντικείμενου που αφορούν τη Δημιουργία Μικρών και Μεσαίων Επιχειρήσεων (ΜΜΕ), καθώς και τις βασικές μεθόδους και πρακτικές ανάπτυξης εργασιών (προβολή, προώθηση, marketing).</p>			
Μαθησιακά Αποτελέσματα	<p>Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές θα είναι σε θέση να:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Αντιλαμβάνονται την έννοια της έρευνας, αναγνωρίζοντας τη σημαντικότητά της.</li> <li>▪ Περιγράφουν το εξειδικευμένο εργαλείο/τεχνική «Ιδεοθύελλα», για την παραγωγή δημιουργικών σκέψεων/ιδεών.</li> <li>▪ Ορίζουν την καινοτομία και τα χαρακτηριστικά της, αναγνωρίζοντάς την ως μέρος της έρευνας, ανάπτυξης και εξέλιξης.</li> <li>▪ Ονομάζουν την επιχειρηματικότητα και τα κύρια είδη της, κατανοώντας τη σημαντικότητα της δραστηριοποίησης στο επιχειρείν.</li> <li>▪ Αναγνωρίζουν την επιχειρηματική ιδέα και την καινοτόμα επιχειρηματική ιδέα.</li> <li>▪ Ορίζουν την επιχειρηματική ευκαιρία και τα στάδιά της.</li> <li>▪ Πειραματίζονται αναπτύσσοντας πολλαπλές επιχειρηματικές ιδέες που παράγουν αξία για τους άλλους.</li> <li>▪ Διερευνούν τα κύρια είδη της επιχειρηματικότητας, παρατηρώντας τις ανάγκες που προέκυψαν για την ανάπτυξή τους</li> <li>▪ Περιγράφουν τα βασικά χαρακτηριστικά, τις απαιτούμενες δεξιότητες και κίνητρα που πρέπει να κατέχει το ανθρώπινο δυναμικό μίας ομάδας συνεργατών και την κατανομή των ρόλων.</li> <li>▪ Χρησιμοποιούν τα μέσα διαφήμισης για την προώθηση της επιχειρηματικής του/της ιδέας/προϊόντος/υπηρεσίας.</li> </ul>			

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Εφαρμόζουν το εξειδικευμένο εργαλείο SWOT εκτελώντας ασκήσεις «ανάλυση SWOT του εαυτού μου», για την προσωπική του/της ανάπτυξη και «ανάλυση SWOT» για την αξιολόγηση και επιλογή της πιο κατάλληλης επιχειρηματικής ιδέας.</li> <li>▪ Προσδιορίζουν τα βασικά μέσα διαφήμισης και τη σημασία της χρήσης μέσων διαφήμισης για την προώθηση προϊόντος/υπηρεσίας.</li> <li>▪ Διαχειρίζονται τις δημιουργικές του/της ικανότητες ενισχύοντας τα δημιουργικά χαρακτηριστικά της προσωπικότητάς του/της</li> </ul>
<p>Προαπαιτούμενα</p>	<p>Συναπαιτούμενα</p>
<p>Περιεχόμενο Μαθήματος</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Δημιουργία Μικρών και Μεσαίων Επιχειρήσεων ΜΜΕ (ίδρυση, εγκατάσταση, εγγραφή σε Επιμελητήριο),</li> <li>2. Οι νομικές υποχρεώσεις των Μικρών και Μεσαίων Επιχειρήσεων (ΜΜΕ) (φορολογία, τήρηση κανονισμών, οικονομικοί έλεγχοι),</li> <li>3. Στοιχεία διαχείρισης των βασικών πόρων της ΜΜΕ (προσωπικό, εξοπλισμός, χώρος, κεφάλαιο),</li> <li>4. Βασικές μεθόδους και πρακτικές ανάπτυξης εργασιών (προβολή, προώθηση, marketing).</li> <li>5. <b>Η Επιχειρηματικότητα</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Δημιουργική σκέψη / κριτική σκέψη</li> <li>▪ Επιχειρηματικότητα. Ορισμός, Έννοιες</li> <li>▪ Είδη επιχειρηματικότητας (παραδοσιακή, κοινωνική, πράσινη, πολιτισμική, τεχνολογική, νεοφυής, ενδοεπιχειρηματικότητα κ.ά)</li> <li>▪ Επιχειρηματικότητα και καινοτομία</li> <li>▪ Επιχειρηματική ιδέα, επιχειρηματική δραστηριοποίηση</li> <li>▪ Επιχειρηματική ευκαιρία, περιγραφή επιχειρηματικής ιδέας</li> <li>▪ Εντοπισμός ευκαιριών, καθορισμός προβλήματος προς επίλυση</li> <li>▪ Συλλογή και επεξεργασία των σχετικών πληροφοριών και στοιχείων/μελέτη</li> <li>▪ Ανάλυση όλων των πλευρών του προβλήματος</li> <li>▪ Κατάθεση πολλαπλών λύσεων (τεχνικές: ιδεοθύελλα, κατάλογος χαρακτηριστικών)</li> <li>▪ Επιλογή της κατάλληλης ιδέας / προτεινόμενης – λύση – ηθική συλλογιστική</li> </ul> </li> <li>▪ Αξιολόγηση ιδέας / SWOT Analysis</li> <li>▪ Η μετατροπή μιας επιχειρηματικής ιδέας σε επιχειρηματική πράξη</li> <li>▪ Έρευνα αγοράς και ανάπτυξη επιχειρηματικής ιδέας</li> <li>▪ Σχεδιασμός και διαχείριση</li> <li>▪ Κίνδυνοι – Διαχείριση αβεβαιότητας, ασάφειας και κινδύνου</li> <li>▪ Πόροι / κινητοποίηση πόρων (ανθρώπινοι, υλικοί, οικονομικοί), κίνητρα, συνεργασίες</li> <li>▪ Επιλογή ανθρωπίνου δυναμικού (ομάδα συνεργατών, κατανομή</li> </ol>

	<p>ρόλων και απαιτούμενες δεξιότητες), επιχειρησιακό περιβάλλον</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Οικονομική ανάπτυξη επιχειρηματικής ιδέας – κοστολόγηση, βιωσιμότητα</li> <li>▪ Προώθηση προϊόντος/υπηρεσίας. Βασικές αρχές *Παραδείγματα καλών πρακτικών, όπως και μάθηση μέσω εμπειρίας και πρακτικής</li> </ul> <p><b>6. Μάρκετινγκ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Εισαγωγή <ul style="list-style-type: none"> <li>i. Σύστημα Μάρκετινγκ</li> <li>ii. Ενδοεπιχειρησιακό περιβάλλον</li> <li>iii. Εξωεπιχειρησιακό περιβάλλον</li> </ul> </li> <li>▪ Κύρια στοιχεία μάρκετινγκ <ul style="list-style-type: none"> <li>i. Προϊόν-Product</li> <li>ii. Τιμή- Price</li> <li>iii. Τόπος- Place</li> <li>iv. Προώθηση- Promotion</li> </ul> </li> <li>▪ Προβολή και προώθηση Μάρκετινγκ</li> <li>▪ Πληροφόρηση και έρευνα Μάρκετινγκ</li> <li>▪ Στρατηγική Μάρκετινγκ</li> <li>▪ Το μοντέλο PEST <ul style="list-style-type: none"> <li>i. Το οικονομικό περιβάλλον</li> <li>ii. Το πολιτικό / ρυθμιστικό περιβάλλον</li> <li>iii. Το κοινωνικό /δημογραφικό /πολιτιστικό περιβάλλον</li> <li>iv. Το τεχνολογικό περιβάλλον</li> </ul> </li> <li>▪ Προγραμματισμός μάρκετινγκ (Marketing Plan)</li> </ul> <p><b>Εργασία: Προσομοίωση εργασιών από την ίδρυση και λειτουργία Μικρές και Μεσαίες Επιχειρήσεις (ΜΜΕ) στον κλάδο των κατεργασιών ή της βιοτεχνίας ξύλου και επίπλου.</b></p>
Μεθοδολογία Διδασκαλίας	Διάλεξη - Μετωπική – Μαιευτική – Συνεργατική – Επίδειξη
Βιβλιογραφία	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Marketing Management, Εκδόσεις: Prentice Hall, ISBN-13: 9780130497154</li> <li>▪ Διοίκηση ανθρωπίνων πόρων, Κωνσταντίνος Π. Τερζίδης - Κώστας Τζωρτζάκης, ISBN-13: 9789607745118</li> <li>▪ Παπαδόπουλος, Ι. (2010), «Μάρκετινγκ επίπλων και προϊόντων ξύλου,» Εκδόσεις Αθ. Σταμούλη, ISBN 978-960-351-848-8</li> </ul>
Αξιολόγηση	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Παρακολούθηση 10% (του 85% του χρόνου διδασκαλίας)</li> <li>2. Συνεχής αξιολόγηση 20%</li> <li>3. Ενδιάμεση εξέταση 30%</li> <li>4. Τελική εξέταση 40%</li> </ol>
Γλώσσα	Ελληνικά