

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ (ΠΑΤΡΑ)

**Μελετώντας το νέο πρόγραμμα του τμήματος διοίκησης επιχειρήσεων
δημιουργήστε ένα σύνολο χαρακτηριστικών που θα πρέπει να έχει ο φοιτητής που θα
θέλει να ακολουθήσει την Κατεύθυνση “Διοίκηση Επιχειρήσεων”.**

Πτυχιακή εργασία των:

Καλογεροπούλου Αναστασία

Μαυραειδή Σταυρούλα

Επιβλέπων: Ντεμίρης Κώστας

ΠΑΤΡΑ, 2015

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε θερμά τον επιβλέποντα καθηγητή μας, κύριο Ντεμίρη, για την πολύτιμη βοήθειά του και την καθοδήγηση που μας έδωσε κατά τη διάρκεια εκπόνησης της παρούσας πτυχιακής εργασίας.

Επίσης, θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε τις οικογένειές μας, αλλά και το φιλικό μας περιβάλλον για την κατανόηση και την υποστήριξή τους όλο αυτό το χρονικό διάστημα.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στην παρούσα πτυχιακή εργασία πραγματοποιείται μία μελέτη του νέου προγράμματος σπουδών της Διοίκησης Επιχειρήσεων του Ανώτατου Τεχνολογικού Ιδρύματος Πάτρας. Πολλοί είναι οι φοιτητές που επιλέγουν κάθε χρόνο να φοιτήσουν στο συγκεκριμένο τμήμα και στην πορεία χρειάζεται να επιλέξουν μία από τις τρεις κατευθύνσεις του τμήματος, εκ των οποίων η καθεμία έχει εντελώς διαφορετικά μαθήματα. Πρόκειται για τις κατευθύνσεις: “Διοίκηση Επιχειρήσεων”, “Μάρκετινγκ” και “Διοίκηση Πληροφοριακών Συστημάτων”.

Σκοπός της παρούσας πτυχιακής είναι να αναφερθούν τα χαρακτηριστικά που θα πρέπει να έχει ένας φοιτητής που θέλει να ακολουθήσει την κατεύθυνση της “Διοίκησης Επιχειρήσεων”. Δημιουργώντας ένα ερωτηματολόγιο και μελετώντας προσεχτικά τις απαντήσεις που θα δώσουν οι φοιτητές, μπορούμε να συμπεράνουμε ότι στην περίπτωση που ένας φοιτητής έχει συγκεντρώσει πάνω από μια ορισμένη βαθμολογία έχει τη δυνατότητα να ακολουθήσει την κατεύθυνση της “Διοίκησης Επιχειρήσεων”, αλλά αν το ποσοστό είναι κάτω από το όριο δεν είναι δυνατό να την ακολουθήσει και θα πρέπει να επιλέξει κάτι άλλο.

Στο πρώτο κεφάλαιο της πτυχιακής αυτής εργασίας που αποτελεί και την εισαγωγή πραγματοποιείται μια γενική αναφορά στη Διοικητική Επιστήμη και στις λειτουργίες της.

Στο δεύτερο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στο Τμήμα της Διοίκησης Επιχειρήσεων. Αρχικά αναλύεται με συντομία ο οδηγός σπουδών του τμήματος και στη συνέχεια ακολουθεί παρουσίαση των μαθημάτων κορμού ανά εξάμηνο και κατόπιν παρουσίαση των μαθημάτων ειδικότητας ανά εξάμηνο. Τέλος πραγματοποιείται αναφορά και στα μαθήματα ειδικότητας που απαιτούνται για πρακτική άσκηση.

Στο τρίτο κεφάλαιο της πτυχιακής εργασίας πραγματοποιείται εν συντομία η ανάλυση των μαθημάτων του Τμήματος της Διοίκησης Επιχειρήσεων, πρώτου, δεύτερου, τρίτου και τέταρτου εξαμήνου, δηλαδή τι γνώσεις μπορούν να αποκτήσουν οι φοιτητές από τη διδασκαλία αυτών των μαθημάτων.

Στο τέταρτο κεφάλαιο μελετώνται καθεμία ξεχωριστά οι τρεις κατευθύνσεις του Τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων, τα μαθήματα κατεύθυνσης “Διοίκησης Επιχειρήσεων”, τα μαθήματα κατεύθυνσης “Μάρκετινγκ”, καθώς και τα μαθήματα κατεύθυνσης “Διοίκησης Πληροφοριακών Συστημάτων”.

Στο πέμπτο κεφάλαιο καταγράφονται ποια χαρακτηριστικά θα ήταν καλό να έχουν οι φοιτητές που επιλέγουν την κατεύθυνση της Διοίκησης των Επιχειρήσεων. Σημαντικό ρόλο παίζουν τα στερεότυπα ως προς το φύλο, η προσωπικότητα και τα ενδιαφέροντα του φοιτητή, η τάση των φοιτητών για ανάπτυξη επιχειρηματικότητας και τη δημιουργία καριέρας, καθώς και άλλα πολλά χαρακτηριστικά φοιτητών για την επιλογή του τμήματος κι έπειτα της κατεύθυνσης της “Διοίκησης Επιχειρήσεων”.

Στο έκτο και τελευταίο κεφάλαιο της παρούσας πτυχιακής εργασίας πραγματοποιείται ο σχεδιασμός των σετ ερωτήσεων για το ερωτηματολόγιο. Πρώτα απ’ όλα, αναφέρονται γενικά τα είδη της έρευνας και στη συνέχεια διαμορφώνεται το ερωτηματολόγιο με τις ερωτήσεις σε καθεμία από τις οποίες αλλάζει η βάση. Η συμπλήρωση του ερωτηματολογίου μπορεί να αποδείξει, λοιπόν, εάν ένας φοιτητής σύμφωνα με τη βαθμολογία που θα συγκεντρώσει είναι ή όχι κατάλληλος για την επιλογή της κατεύθυνσης της “Διοίκησης Επιχειρήσεων”.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ.....	2
ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	3
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 - ΕΙΣΑΓΩΓΗ	
1.1 Η έννοια της Διοικητικής Επιστήμης.....	7
1.2 Λειτουργίες της Διοικητικής Επιστήμης.....	10
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 - ΤΟ ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	
2.1 Οδηγός σπουδών του Τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων.....	14
2.2 Αναλυτική παρουσίαση μαθημάτων κορμού ανά εξάμηνο.....	14
2.3 Αναλυτική παρουσίαση μαθημάτων ειδικότητας ανά εξάμηνο.....	17
2.4 Μαθήματα ειδικότητας που απαιτούνται για πρακτική άσκηση.....	22
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 - ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ ΤΩΝ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	
3.1 Μαθήματα Α΄ εξαμήνου.....	25
3.2 Μαθήματα Β΄ εξαμήνου.....	28
3.3 Μαθήματα Γ΄ εξαμήνου.....	30
3.4 Μαθήματα Δ΄ εξαμήνου.....	32
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 - ΜΕΛΕΤΗ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΩΝ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	
4.1 Μαθήματα κατεύθυνσης “Διοίκησης Επιχειρήσεων”.....	36

4.2 Μαθήματα κατεύθυνσης “Μάρκετινγκ”.....	41
4.3 Μαθήματα κατεύθυνσης “Διοίκησης Πληροφοριακών Συστημάτων”.....	46

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 - ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΦΟΙΤΗΤΩΝ ΤΗΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗΣ ΤΗΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

5.1 Τα στερεότυπα ως προς το φύλο.....	53
5.2 Η προσωπικότητα και τα ενδιαφέροντα του φοιτητή.....	55
5.3 Η τάση των φοιτητών για ανάπτυξη επιχειρηματικότητας και τη δημιουργία καριέρας.....	58
5.4 Άλλα χαρακτηριστικά φοιτητών για την επιλογή του τμήματος της “Διοίκησης Επιχειρήσεων”.....	61

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 - ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΩΝ ΣΕΤ ΕΡΩΤΗΣΕΩΝ

6.1 Τα είδη της έρευνας.....	64
6.2 Δείγμα ερωτηματολογίου για τους φοιτητές.....	65
6.3 Διαμόρφωση ερωτηματολογίου.....	75

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7 – ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....79

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....81

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1.1 Η έννοια της Διοικητικής Επιστήμης

Η Διοικητική Επιστήμη έχει καλλιεργηθεί συστηματικά από τον 20ό αιώνα και κατά κύριο λόγο μετά τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο. Αναφέρεται όχι μόνο στον ιδιωτικό, αλλά και στο δημόσιο τομέα συνήθως ως “Οργάνωση και Διοίκηση Επιχειρήσεων” και “Δημόσια Διοίκηση”.

Ο όρος Διοικητική Επιστήμη συνδέεται όσο το δυνατό περισσότερο με το Διοικητικό Δίκαιο, αλλά και την οργάνωση της πολιτείας. Στα αγγλικά, ο όρος management περιέχει αυτό που περιλαμβάνουν οι όροι οργάνωση και διοίκηση. Περιλαμβάνει τις έννοιες του προγραμματισμού, της οργάνωσης, της διεύθυνσης και του ελέγχου.

Στην εποχή μας η Διοικητική Επιστήμη έχει αναδειχθεί ως ένας βασικός συντελεστής για την ανάπτυξη του μάνατζμεντ. Αντικείμενό της είναι η δημιουργία και η ανάπτυξη μοντέλων και τεχνικών που βοηθούν στη λήψη αποφάσεων στο χώρο των επιχειρήσεων. Στοχεύει στη διασύνδεση της ικανότητας με τις ανθρώπινες και διοικητικές ικανότητες, αλλά και στη γνώση της τεχνολογίας. Η Διοικητική Επιστήμη, επομένως, συντελεί σημαντικά στην αποτελεσματικότητα της λειτουργίας των επιχειρήσεων και τις βοηθάει μέσα στο σύγχρονο περιβάλλον που συνεχώς εξελίσσεται αναλύοντας τις αγορές και τις ανάγκες των πελατών αξιοποιώντας όσο το δυνατό καλύτερα τους διαθέσιμους πόρους, βελτιώνοντας τις σχέσεις εργαζόμενων, εργαζόμενων και διοίκησης, επιχείρησης και προμηθευτών και προσφέροντας εναλλακτικά σενάρια στη διαχείριση του κινδύνου. (Πραστάκος, 2002)

Ο σκοπός της Διοικητικής Επιστήμης είναι η παροχή πληροφόρησης και η εξήγηση των σχέσεων που προσδιορίζουν την αποτελεσματικότητα στην επίτευξη των στόχων μιας επιχειρηματικής μονάδας. Άρα, δίνει την ευκαιρία στα στελέχη των επιχειρήσεων να έχουν μια βάση που μπορεί να στηρίξει αποφάσεις και να οδηγήσει στη βελτίωση της αποτελεσματικότητας τους. Βασικό εργαλείο για τη λήψη αποτελεσματικών αποφάσεων είναι η χρήση μοντέλων. Στη Διοικητική Επιστήμη ένα μοντέλο αποφάσεων βάζει τους επιθυμητούς στόχους, εντοπίζει εναλλακτικές δράσεις που είναι δυνατό να αναπτυχθούν για να οριστούν οι περιορισμοί και να περιοριστεί η στρατηγική που θα εφαρμοστεί για να καθοριστούν οι στόχοι.

Η λήψη αποφάσεων αποτελεί διαδικασία που αποτελείται από σειρά βημάτων που συντελούν στην εφαρμογή ενεργειών για να αντιμετωπιστούν περίπλοκα προβλήματα και να ληφθούν υπόψη όλοι οι περιορισμοί και τα εναλλακτικά σχέδια δράσης. Πρώτα, εντοπίζεται το πρόβλημα, στη συνέχεια αποτυπώνεται και αναλύεται το σύστημα, διατυπώνονται οι στόχοι και το μοντέλο, επιλύεται το μοντέλο, αναλύεται και υλοποιείται η λύση, παρακολουθείται και ελέγχεται το σύστημα. (Πραστάκος, 2000)

Ο όρος Διοικητική Επιστήμη σχετίζεται έντονα με την αρμονική διάταξη, το συνδυασμό προσώπων και άλλων χαρακτηριστικών στοιχείων, αλλά και τις δραστηριότητες των ανθρώπων που θα αποφέρουν καλύτερα αποτελέσματα. Στη Διοικητική Επιστήμη ο όρος “Διοίκηση” έχει δίπλευρη έννοια. Από τη μια μεριά η διοίκηση αποτελεί ένα σύστημα δράσης, το οποίο συνίσταται στην ορθολογική χρήση των πόρων που διατίθενται προκειμένου να πραγματοποιηθούν οι επιδιωκόμενοι στόχοι.

Το έργο της διοίκησης αποβλέπει στον ακριβή καθορισμό των στόχων, στο να προσδιοριστεί το εσωτερικό πλαίσιο της επιχείρησης με τέτοιο τρόπο που να αναδεικνύεται η ομαδική εργασία με το συντονισμό και τη συνεργασία όλων των

ατομικών δραστηριοτήτων για να συνδυαστούν κατάλληλα οι πόροι, να αξιοποιηθούν οι ήδη υπάρχουσες ευκαιρίες και να επανεξεταστούν όλοι οι στόχοι που έχουν τεθεί.

Με βάση την άλλη πλευρά, η διοίκηση σχετίζεται με τα άτομα που εκτελούν το διοικητικό έργο και τη διοικητική ιεραρχία. Σύμφωνα με τη σπουδαιότητα του έργου που εκτελείται κατανέμεται η ευθύνη και η εξουσία για συγκεκριμένη αρμοδιότητα.

Με την επιστημονική μελέτη των προβλημάτων που συνδέονται με την οργάνωση και διοίκηση έχουν διατυπωθεί διάφορες ιδέες, θεωρίες, αρχές και τεχνικές, που έχουν ως κοινό στόχο την αποτελεσματικότητα, αλλά με το μικρότερο κόστος. Οι αρχές είναι θεμελιώδεις αλήθειες που δίνουν εξηγήσεις στις σχέσεις ανάμεσα σε δύο ή περισσότερες μεταβλητές.

Σύμφωνα με τον Taylor, για παράδειγμα, οι θεμελιώδεις αρχές της επιστημονικής διοίκησης είναι δυνατό να συνοψισθούν ως εξής:

- Στην ομαδική δράση και καλή επικοινωνία.
- Στη συνεργασία.
- Στη μεγαλύτερη απόδοση της εργασίας.
- Στην ανταμοιβή σε προσωπικό επίπεδο, αλλά και στη συμβολή της προόδου της επιχειρήσεως.

Σύμφωνα με τον Fayol, οι αρχές μπορούν να συνοψισθούν ως εξής:

- Στο ομαδικό πνεύμα.
- Στον καταμερισμό της εργασίας.
- Στην ανάληψη ευθύνης.

- Στον καθορισμό ενός κοινού στόχου.
- Στην ενότητα διοικήσεως.
- Στις ανταμοιβές.
- Στην τάξη που αναφέρεται στα πρόσωπα και στα πράγματα.

1.2 Λειτουργίες της Διοικητικής Επιστήμης

Ανεξάρτητα από το επίπεδο της διοικητικής πυραμίδας, η διοίκηση προκειμένου να οδηγηθεί στην εκπλήρωση των υποχρεώσεων της, είναι δυνατό να καταφύγει σε κάποιες δραστηριότητες, οι οποίες ονομάζονται λειτουργίες. Αυτό οφείλεται στην προσπάθεια που γίνεται από τη μεριά διαφόρων μελετητών να ερμηνεύσουν την πολυσύνθετη λειτουργία της με στόχο την καλύτερη κατανόηση.

Οι λειτουργίες, λοιπόν, της διοίκησης είναι:

- Ο προγραμματισμός (Planning)
- Η οργάνωση (Organizing)
- Η διεύθυνση (Directing)
- Ο έλεγχος (Controlling)

Σε αυτές τις λειτουργίες, είναι δυνατό να προστεθούν σύμφωνα με μερικούς:

- Η στρατηγική
- Ο καθορισμός αντικειμενικών σκοπών
- Ο καθορισμός προτύπων

- Η λήψη αποφάσεων
- Η υποκίνηση των εργαζόμενων

Σχετικά με τη λήψη αποφάσεων πολλοί θεωρούν ότι αποτελεί μια ξεχωριστή λειτουργία. Όμως, είναι καλύτερο να θεωρούμε ότι εμπλέκεται σε όλες τις άλλες δραστηριότητες, επειδή η αρμονία που διακατέχει τις ατομικές προσπάθειες αποτελεί και το σκοπό της διοικήσεως.

Ο προγραμματισμός είναι η διαδικασία που καθορίζονται ένας ένας οι στόχοι της επιχείρησης και προβλέπεται η εξέλιξη στο μέλλον των μεταβλητών του εσωτερικού, αλλά και του εξωτερικού περιβάλλοντος της και καθορίζονται οι τρόποι, οι ενέργειες και τα μέσα που θα επιτευχθούν οι σκοποί. Δηλαδή, συνδέεται με το “τι” θα γίνει, “για ποιο λόγο”, “ποια μέσα θα χρησιμοποιηθούν”, “πότε” θα γίνει και “ποιος” θα αναλάβει να το κάνει. Αποτελεί τη “σκέψη πριν τη δράση”, αλλά και προβλέπει ποιες θα είναι οι οικονομικές επιπτώσεις στην επιχείρηση. Άρα, ο προγραμματισμός περιλαμβάνει: (Μπουραντάς, 1999)

- τον προσδιορισμό των στόχων.
- τη διαμόρφωση και εφαρμογή στρατηγικών και πολιτικών.
- τα λειτουργικά προγράμματα δράσης.

Η οργάνωση είναι ο συνδυασμός των θέσεων εργασίας, των τμημάτων, των διαδικασιών και των κανόνων λειτουργίας, προκειμένου να εξασφαλίζεται η αποτελεσματικότητα σε μια επιχειρηματική μονάδα. Είναι η λειτουργία της Διοικητικής Επιστήμης με την οποία είναι κατανοητό ποιος ευθύνεται για να εφαρμοστεί μια δράση, να ληφθεί μια απόφαση, να γίνουν κάποιες διαδικασίες και να οριστούν κανόνες, με τους

οποίους επιλύονται διάφορα προβλήματα σε έναν οργανισμό, όπως είναι λόγου χάρη, η επιχείρηση, το σχολείο κ.λ.π. Επομένως, με την οργάνωση πραγματοποιούνται εργασίες για να επιτευχθούν οι στόχοι της επιχείρησης, να κατανεμηθούν οι ρόλοι και τα καθήκοντα στα στελέχη και να διαθέτονται οι κατάλληλοι πόροι. Η λειτουργία της οργάνωσης κάνει απαραίτητη την ύπαρξη μιας επιχείρησης που ασχολείται με παραγωγικές δραστηριότητες και σκοπεύει στην επίτευξη του κέρδους. Επομένως, η οργάνωση εκφράζεται κατά κύριο λόγο με:

Το οργανόγραμμα

Τον καταμερισμό των εργασιών

Την εκχώρηση εξουσίας σε χαμηλότερα κλιμάκια διοίκησης

Την τμηματοποίηση των λειτουργιών

Η διεύθυνση σχετίζεται με τη σωστή διοίκηση του ανθρώπινου παράγοντα. Αναφέρεται στην καθοδήγηση, την ενθάρρυνση, αλλά και την ενεργοποίηση των εργαζόμενων της επιχείρησης προκειμένου να επιτευχθούν καλύτερα οι στόχοι μακροπρόθεσμα και βραχυπρόθεσμα. Η λειτουργία της διεύθυνσης ξεπερνά την απλή έκδοση των οδηγιών και των εντολών από τους ανώτερους προς τους κατώτερους μέσα σε έναν οργανισμό. (Μπουραντάς, 1999)

Η καλή διεύθυνση σημαίνει αποτελεσματικότητα στην επικοινωνία ανάμεσα στα μέλη μιας επιχείρησης. Πολλά είναι τα προβλήματα μέσα στην επιχείρηση που δημιουργούνται από την έλλειψη επικοινωνίας. Καθημερινά χρειάζεται πληροφόρηση προκειμένου να εκτελεστούν βασικές δραστηριότητες μιας επιχείρησης που καθιστούν την επικοινωνία ένα βασικό και απαραίτητο εργαλείο της αποτελεσματικής διεύθυνσης.

Επιπλέον, είναι πάρα πολύ σημαντικό να διαμορφωθεί κλίμα συνεργασίας και κατανόησης ανάμεσα στα διοικητικά στελέχη, έτσι ώστε να λειτουργεί εύρυθμα η επιχείρηση και να μπορεί να επιβιώσει στα πλαίσια του σκληρού ανταγωνισμού. Είναι ευθύνη της διεύθυνσης η ενεργοποίηση όλων των ικανοτήτων των ανθρώπινων πόρων για το όφελος της ίδιας της επιχείρησης, αλλά και των στελεχών.

Η τελευταία λειτουργία του μάνατζμεντ είναι ο έλεγχος, δηλαδή η συστηματική παρακολούθηση των ενεργειών των διάφορων μελών της επιχείρησης, προκειμένου να εξακριβωθούν και στη συνέχεια να διορθωθούν όποιες αποκλίσεις υπάρχουν από τους στόχους που έχουν τεθεί αρχικά. Υπάρχουν αρκετοί τρόποι με τους οποίους είναι δυνατό να γίνει ο έλεγχος και να σχεδιαστεί το κατάλληλο σύστημα ελέγχου. Ο έλεγχος είναι μια λειτουργία που δεν είναι ανεξάρτητη από τον προγραμματισμό. Η μία λειτουργία συνδέεται άμεσα με την άλλη, οι δύο λειτουργίες είναι οργανικά δεμένες. Η ανάπτυξη κριτηρίων ελέγχου δεν είναι αποκομμένη από τους στόχους που τέθηκαν κατά τη διαδικασία. (Μπουραντάς, 1999)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΤΟ ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

2.1 Οδηγός σπουδών του Τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων

Ο οδηγός σπουδών του τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων περιλαμβάνει συνολικά πενήντα ένα μαθήματα εκ των οποίων τα εικοσιτέσσερα είναι μαθήματα κορμού. Τα μαθήματα κορμού είναι υποχρεωτικά για όλους τους φοιτητές του τμήματος και η διδασκαλία τους πραγματοποιείται κατά τη διάρκεια των τεσσάρων πρώτων εξαμήνων και μάλιστα αντιστοιχεί ίσος αριθμός μαθημάτων (6 μαθήματα) σε κάθε εξάμηνο.

Στο τμήμα της Διοίκησης Επιχειρήσεων υπάρχουν τρεις κατευθύνσεις στις οποίες αναλογούν εικοσιεπτά μαθήματα, με άλλα λόγια εννέα μαθήματα σε κάθε κατεύθυνση και η διδασκαλία τους πραγματοποιείται κατά τη διάρκεια των Ε', ΣΤ', Ζ' εξαμήνων. Κάθε φοιτητής του τμήματος είναι υποχρεωμένος να παρακολουθεί τα τρία μαθήματα της κατεύθυνσής του σε κάθε εξάμηνο και επιλέγει δύο επιπλέον μαθήματα από τις άλλες δύο κατευθύνσεις.

Ορισμένα μαθήματα του νέου προγράμματος σπουδών της Διοίκησης Επιχειρήσεων περιλαμβάνουν εκτός από θεωρητικό μέρος και την παρακολούθηση εργαστηρίων που είναι υποχρεωτικά. Εργαστήρια πραγματοποιούνται σε κάποια μαθήματα κορμού κατά τη διάρκεια των πρώτων τεσσάρων εξαμήνων (Α', Β', Γ', Δ'), αλλά και σε κάποια μαθήματα ειδικότητας στα μετέπειτα εξάμηνα (Ε', ΣΤ', Ζ'), όταν κάθε φοιτητής έχει επιλέξει ανάμεσα στις τρεις κατευθύνσεις που υπάρχουν.

2.2 Αναλυτική παρουσίαση μαθημάτων κορμού ανά εξάμηνο

Πιο αναλυτικά τα μαθήματα κορμού που διδάσκονται σε κάθε εξάμηνο παρουσιάζονται αναλυτικά παρακάτω.

Α' εξάμηνο

- Αρχές Διοίκησης Επιχειρήσεων – Μάνατζμεντ
- Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ
- Εισαγωγή στο Δίκαιο
- Γενική Λογιστική
- Στοιχεία Υπολογιστικών και Πληροφοριακών Συστημάτων
- Γενικά Μαθηματικά

Τα έξι αυτά μαθήματα αυτά αντιστοιχούν σε εικοσιμία διδακτικές ώρες. Τα μαθήματα Αρχές Διοίκησης Επιχειρήσεων – Μάνατζμεντ, Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ, Εισαγωγή στο Δίκαιο και Γενικά Μαθηματικά διδάσκονται τέσσερις ώρες, τρεις ώρες το μάθημα Γενική Λογιστική και δύο ώρες το μάθημα Στοιχεία Υπολογιστικών και Πληροφοριακών Συστημάτων. Ταυτόχρονα προστίθενται στο πρώτο εξάμηνο και τέσσερις ώρες εργαστηρίων, δύο ώρες για τη Γενική Λογιστική και άλλες δύο ώρες για τα Στοιχεία Υπολογιστικών και Πληροφοριακών Συστημάτων.

Β' εξάμηνο

- Στοιχεία Εμπορικού Δικαίου
- Μικροοικονομική Ανάλυση
- Λογιστική Εταιρειών
- Ανάπτυξη αλγορίθμων - Διαδικαστικός Προγραμματισμός Η/Υ

- Οικονομικά Μαθηματικά
- Εισαγωγή στη Στατιστική των Επιχειρήσεων

Οι διδακτικές ώρες των μαθημάτων του Β΄ εξαμήνου είναι είκοσι, τρεις διδακτικές ώρες αντιστοιχούν στα πρώτα τέσσερα μαθήματα και τέσσερις στα δύο τελευταία. Επίσης, προστίθενται σε αυτές τέσσερις ώρες εργαστηρίων, δύο ώρες για το μάθημα Ανάπτυξη αλγορίθμων - Διαδικαστικός Προγραμματισμός Η/Υ και άλλες δύο ώρες στο μάθημα Εισαγωγή στη Στατιστική των Επιχειρήσεων.

Γ΄ εξάμηνο

- Διοίκηση Ολικής Ποιότητας
- Επιχειρησιακή Έρευνα
- Διοίκηση Ανθρωπίνων Πόρων
- Μακροοικονομική Ανάλυση
- Δομές Δεδομένων και Οργάνωση Αρχείων
- Ειδικά θέματα στη Στατιστική

Τα παραπάνω μαθήματα του Γ΄ εξαμήνου διδάσκονται τρεις ώρες το καθένα, ενώ αυξάνονται οι ώρες των εργαστηρίων, από τέσσερις που ήταν τα δύο προηγούμενα εξάμηνα σε οκτώ. Τρεις διδακτικές ώρες αντιστοιχούν στο εργαστήριο του μαθήματος Δομές Δεδομένων και Οργάνωση Αρχείων, δύο ώρες στα μαθήματα Επιχειρησιακή Έρευνα και Ειδικά θέματα στη Στατιστική και μία ώρα στο εργαστήριο του μαθήματος Διοίκηση Ολικής Ποιότητας.

Δ΄ εξάμηνο

- Επιχειρησιακά Παίγνια
- Επιχειρηματικός Σχεδιασμός
- Χρηματοοικονομική Διοίκηση
- Οικονομική της Διοίκησης
- Επιχειρηματικές Δικτυακές Εφαρμογές και Ίντερνετ
- Συστήματα Διαχείρισης Βάσεων Δεδομένων

Οι διδακτικές ώρες των μαθημάτων του Δ΄ εξαμήνου είναι δεκαοκτώ και μάλιστα αντιστοιχούν τρεις ώρες στο κάθε μάθημα. Σχετικά με τα εργαστήρια είναι δίωρα στα μαθήματα Επιχειρηματικός Σχεδιασμός, Επιχειρηματικές Δικτυακές Εφαρμογές και Ίντερνετ και Συστήματα Διαχείρισης Βάσεων Δεδομένων και μία ώρα πραγματοποιείται το εργαστήριο του μαθήματος Επιχειρησιακά Παίγνια.

2.3 Αναλυτική παρουσίαση μαθημάτων ειδικότητας ανά εξάμηνο

Οι φοιτητές του τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων καλούνται **να επιλέξουν κατεύθυνση στο Ε΄ εξάμηνο** της φοίτησής τους. Οι **τρεις κατευθύνσεις** είναι:

- Ø Διοίκηση Επιχειρήσεων
- Ø Μάρκετινγκ
- Ø Διοίκηση Πληροφοριακών Συστημάτων

Τα μαθήματα Ε΄ εξαμήνου σε καθεμία από αυτές είναι λοιπόν τα εξής:

Ε΄ εξάμηνο, μαθήματα κατεύθυνσης “Διοίκηση Επιχειρήσεων”

- Διοίκηση Λειτουργιών
- Λήψη Επιχειρηματικών Αποφάσεων
- Τεχνικές Προβλέψεων και Ελέγχου

Καθένα από αυτά τα μαθήματα διδάσκεται τρεις ώρες και μάλιστα όλα τα μαθήματα συμπεριλαμβάνουν διδακτικές ώρες εργαστηρίου, για την ακρίβεια δύο ώρες το καθένα.

Ε΄ εξάμηνο, μαθήματα κατεύθυνσης “Μάρκετινγκ”

- Διαφήμιση και Δημόσιες Σχέσεις
- Μάρκετινγκ Υπηρεσιών
- Συμπεριφορά Καταναλωτή

Τα παραπάνω μαθήματα αντιστοιχούν συνολικά σε δώδεκα διδακτικές ώρες, δηλαδή τέσσερις στο καθένα, ενώ οι ώρες των εργαστηρίων είναι μόνο δύο την εβδομάδα, μία για το μάθημα Διαφήμιση και Δημόσιες Σχέσεις και μία για το μάθημα Συμπεριφορά Καταναλωτή.

Ε΄ εξάμηνο, μαθήματα κατεύθυνσης “Διοίκησης Πληροφοριακών Συστημάτων”

- Επιχειρηματικά Δίκτυα Η/Υ
- Τεχνολογία Πληροφοριακών Συστημάτων
- Ειδικά Θέματα Βάσεων Δεδομένων

Όπως και στην πρώτη κατεύθυνση “Διοίκηση Επιχειρήσεων” έτσι και σε αυτήν οι ώρες διδασκαλίας κάθε μαθήματος είναι τρεις, άρα συνολικά εννέα και οι φοιτητές είναι υποχρεωμένοι να παρακολουθούν δίωρο εργαστήριο εβδομαδιαία για το κάθε μάθημα, δηλαδή άλλες έξι ώρες εργαστηρίων.

Πέρα από τα μαθήματα που αναλογούν σε καθεμία από τις τρεις κατευθύνσεις, στο **Ε΄ εξάμηνο** του οδηγού σπουδών στο Τμήμα της Διοίκησης των Επιχειρήσεων περιλαμβάνεται το προαιρετικό μάθημα “**Ξένη Γλώσσα – Ορολογία**”, το οποίο και είναι Μάθημα Ειδικής Υποδομής που δεν περιλαμβάνει εργαστήρια, αλλά μόνο θεωρητικό μέρος και διδάσκεται τέσσερις ώρες ανά εβδομάδα. Το μάθημα αυτό δεν υπολογίζεται καθόλου στο βαθμό για τη λήψη πτυχίου, κατά συνέπεια, δεν προσφέρει διδακτικές μονάδες στους φοιτητές που έχουν επιλέξει να το παρακολουθήσουν.

Τα μαθήματα **ΣΤ΄ εξαμήνου** για τις τρεις κατευθύνσεις που προαναφέρθηκαν παρουσιάζονται στη συνέχεια ανά κατεύθυνση:

ΣΤ΄ εξάμηνο, μαθήματα κατεύθυνσης “Διοίκησης Επιχειρήσεων”

- Καινοτομία και Επιχειρηματικότητα
- Επιχειρησιακή Έρευνα – Ειδικά Θέματα
- Διαχείριση Εφοδιαστικής Αλυσίδας

Οι ώρες διδασκαλίας των παραπάνω μαθημάτων είναι δέκα, τέσσερις ώρες για το μάθημα Καινοτομία και Επιχειρηματικότητα και τρεις για τα άλλα δύο μαθήματα, Επιχειρησιακή Έρευνα – Ειδικά Θέματα και Διαχείριση Εφοδιαστικής Αλυσίδας, στα οποία πραγματοποιούνται και εργαστήρια διάρκειας δύο ωρών το καθένα την εβδομάδα.

ΣΤ΄ εξάμηνο, μαθήματα κατεύθυνσης “Μάρκετινγκ”

- Μάρκετινγκ – Διοίκηση Επώνυμου Προϊόντος
- Σχεδιασμός και Οργάνωση Διαφημιστικής εκστρατείας / Επικοινωνιακή Πολιτική
- Μεθοδολογία Έρευνας – Έρευνα Αγοράς

Στην κατεύθυνση Μάρκετινγκ τα παραπάνω μαθήματα του ΣΤ΄ εξαμήνου αντιστοιχούν σε δώδεκα διδακτικές ώρες, τέσσερις ώρες αναλογούν στο καθένα και μία ώρα εργαστηρίου την εβδομάδα για τα μαθήματα Σχεδιασμός και Οργάνωση Διαφημιστικής εκστρατείας / Επικοινωνιακή Πολιτική καθώς και Μεθοδολογία Έρευνας – Έρευνα Αγοράς.

ΣΤ΄ εξάμηνο, μαθήματα κατεύθυνσης “Διοίκησης Πληροφοριακών Συστημάτων”

- Αντικειμενοστρεφής Προγραμματισμός
- Τεχνολογίες Παγκόσμιου Ιστού
- Ηλεκτρονικό Επιχειρείν

Τα μαθήματα της κατεύθυνσης αυτής έχουν διάρκεια διδασκαλίας τρεις ώρες το καθένα σε εβδομαδιαία βάση και πραγματοποιούνται και δίωρα εργαστήρια σε καθένα από αυτά.

Τα μαθήματα Ζ΄ εξαμήνου για τις τρεις κατευθύνσεις είναι:

Ζ' εξάμηνο, μαθήματα κατεύθυνσης “Διοίκησης Επιχειρήσεων”

- Στρατηγική Επιχειρήσεων
- Ποσοτικές Μέθοδοι στη Λήψη Επιχειρηματικών Αποφάσεων
- Διεθνείς Σχέσεις και Θεσμοί

Από τα μαθήματα αυτά διδάσκονται η Στρατηγική Επιχειρήσεων και οι Διεθνείς Σχέσεις και Θεσμοί από τέσσερις διδακτικές ώρες και το μάθημα Ποσοτικές Μέθοδοι στη Λήψη Επιχειρηματικών Αποφάσεων, ενώ το τελευταίο περιλαμβάνει και εργαστήριο διάρκειας τριών διδακτικών ωρών.

Ζ' εξάμηνο, μαθήματα κατεύθυνσης “Μάρκετινγκ”

- Στρατηγικό Μάρκετινγκ
- Οργάνωση και Διοίκηση Πωλήσεων
- Μάρκετινγκ στο διαδίκτυο – Διαχείριση σχέσεων πελατών (e – CRM)

Αναφορικά με τη διδασκαλία των τριών αυτών μαθημάτων, τα πρώτα δύο δηλαδή το Στρατηγικό Μάρκετινγκ και η Οργάνωση και Διοίκηση Πωλήσεων διδάσκονται εβδομαδιαία τέσσερις ώρες το καθένα και το τελευταίο τρεις ώρες. Επιπλέον, τα εργαστήρια των μαθημάτων Οργάνωση και Διοίκηση Πωλήσεων και Μάρκετινγκ στο διαδίκτυο – Διαχείριση σχέσεων πελατών (e – CRM) έχουν διάρκεια μία και δύο ώρες αντίστοιχα το καθένα.

Ζ' εξάμηνο, μαθήματα κατεύθυνσης “Διοίκηση Πληροφοριακών Συστημάτων”

- Διαχείριση Έργων

- Προγραμματισμός και Διαχείριση Επιχειρηματικών Πόρων (ERP)
- Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης

Συνολικά οι ώρες διδασκαλίας των μαθημάτων του Ζ' εξαμήνου στην κατεύθυνση “Διοίκηση Πληροφοριακών Συστημάτων” ανέρχονται στις δέκα. Τα μαθήματα Διαχείριση Έργων και Προγραμματισμός και Διαχείριση Επιχειρηματικών Πόρων (ERP) διδάσκονται από τρεις ώρες το καθένα, ενώ τα Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης τέσσερις ώρες. Όλα τα μαθήματα έχουν εργαστήριο, στα δύο πρώτα οι ώρες εβδομαδιαία είναι δύο για το καθένα από αυτά και το εργαστήριο στο μάθημα Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης διαρκεί μία ώρα.

2.4 Μαθήματα ειδικότητας που απαιτούνται για πρακτική άσκηση

Προκειμένου να είναι σε θέση οι φοιτητές να ξεκινήσουν την πρακτική τους άσκηση, θα πρέπει οπωσδήποτε να έχουν ολοκληρώσει με επιτυχία την παρακολούθηση των ακόλουθων μαθημάτων Ειδικότητας ανά κατεύθυνση.

Απαραίτητα μαθήματα από την κατεύθυνση “Διοίκησης Επιχειρήσεων” είναι τα εξής:

Επιχειρησιακή Έρευνα

Επιχειρηματικός Σχεδιασμός

Διοίκηση Λειτουργιών

Λήψη Επιχειρηματικών Αποφάσεων

Τεχνικές Προβλέψεων και Ελέγχου

Επιχειρησιακή Έρευνα – Ειδικά Θέματα

Διαχείριση Εφοδιαστικής Αλυσίδας

Στρατηγική Επιχειρήσεων

Ποσοτικές Μέθοδοι στη Λήψη Επιχειρηματικών Αποφάσεων

Προαπαιτούμενα μαθήματα από την κατεύθυνση **“Μάρκετινγκ”** είναι τα παρακάτω:

Επιχειρησιακή Έρευνα

Επιχειρηματικός Σχεδιασμός

Διαφήμιση και Δημόσιες Σχέσεις

Συμπεριφορά Καταναλωτή

Σχεδιασμός και Οργάνωση Διαφημιστικής εκστρατείας / Επικοινωνιακή Πολιτική

Μεθοδολογία Έρευνας – Έρευνα Αγοράς

Στρατηγικό Μάρκετινγκ

Οργάνωση και Διοίκηση Πωλήσεων

Μάρκετινγκ στο διαδίκτυο – Διαχείριση Σχέσεων Πελατών (e – CRM)

Τέλος, οι φοιτητές που έχουν επιλέξει την κατεύθυνση **“Διοίκησης Πληροφοριακών Συστημάτων”** υποχρεούνται να έχουν παρακολουθήσει τα μαθήματα:

Επιχειρησιακή Έρευνα

Επιχειρηματικός Σχεδιασμός

Επιχειρηματικές Δικτυακές Εφαρμογές και Ίντερνετ

Τεχνολογία Πληροφοριακών Συστημάτων

Ειδικά Θέματα Βάσεων Δεδομένων

Τεχνολογίες Παγκόσμιου Ιστού

Ηλεκτρονικό Επιχειρείν

Προγραμματισμός και Διαχείριση Επιχειρηματικών Πόρων – ERP

Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ ΤΩΝ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

3.1 Μαθήματα Α΄ εξαμήνου

Το μάθημα **Αρχές Διοίκησης Επιχειρήσεων** έχει ως περιεχόμενο πρώτα απ' όλα την έννοια του Μάνατζμεντ, τον προγραμματισμό και τη λήψη αποφάσεων μέσα στην επιχειρηματική μονάδα. Ασχολείται με τον οργανωτικό σχεδιασμό μέσα στις επιχειρήσεις, τις οργανωτικές δομές καθώς επίσης και τα στοιχεία οργανωσιακής συμπεριφοράς. Η παρακίνηση και η εμπύχωση των εργαζομένων από τον ηγέτη, αλλά και τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα που απορρέουν από τη δημιουργία των ομάδων συντελούν στη σωστή λειτουργία τους.

Η επικοινωνία ανάμεσα στους εργαζόμενους για τη σωστή διοίκηση των επιχειρήσεων, η μαθησιακή οργάνωση, η διοίκηση της γνώσης είναι έννοιες που εξετάζονται εκτενέστερα κατά τη διδασκαλία του μαθήματος. Επίσης, οι φοιτητές μαθαίνουν για τη σημασία της Διοίκησης Ολικής Ποιότητας, την οργανωσιακή κουλτούρα και τις εφαρμογές που βρίσκουν όλα τα προαναφερόμενα στο περιβάλλον της σύγχρονης επιχείρησης.

Το μάθημα του **Μάρκετινγκ** αναφέρεται στην οργανωμένη προσπάθεια μιας επιχείρησης να ικανοποιήσει τις ανάγκες και τις επιθυμίες που έχουν οι καταναλωτές. Στο μάθημα πραγματοποιείται μια εισαγωγή στη διαδικασία που γίνεται όσο αναφορά στο περιβάλλον, στη συμπεριφορά και στη διαδικασία λήψης αποφάσεων των καταναλωτών. Οι φοιτητές μπορούν να επεκτείνουν τις γνώσεις τους σχετικά με την αγοραστική συμπεριφορά, την τμηματοποίηση του καταναλωτικού κοινού με βάση κάποια κριτήρια,

με άλλα λόγια προσπαθεί να αντιστοιχίσει τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που παράγει με τον πελάτη-στόχο που τα επιθυμεί ή ακόμα καλύτερα αφού πρώτα έχει κατανοήσει τις ανάγκες και τις επιθυμίες του, είναι σε θέση να κατασκευάσει τα αντίστοιχα προϊόντα ή υπηρεσίες με τα χαρακτηριστικά και τις ιδιότητες που ο πελάτης επιθυμεί.

Στο πρώτο εξάμηνο οι φοιτητές διδάσκονται και το μάθημα του **Αστικού Δικαίου**. Μαθαίνουν έννοιες της επιστήμης του Δικαίου που σχετίζονται άμεσα με την Οικονομική Επιστήμη, όπως είναι λόγου χάρη το Ιδιωτικό και το Δημόσιο Δίκαιο, το δικαίωμα και την προστασία του, τις έννοιες της δικαιοπραξίας, της αντιπροσώπευσης και της παραγραφής, αλλά και τη σύσταση και κατόπιν την κατάργηση των ενοχικών σχέσεων. Επιπλέον, μαθαίνουν για την αδικοπραξία και τον αδικαιολόγητο πλουτισμό, όπως επίσης και για την κυριότητα, το ενέχυρο, την αποθήκη, τα αξιόγραφα, τις εταιρίες Ο.Ε., Α.Ε., Ε.Ε. καθώς και τη διαδικασία πτώχευσης.

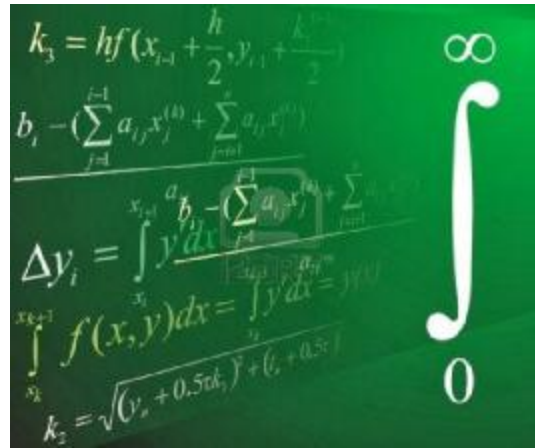
Στο μάθημα της **Γενικής Λογιστικής** οι φοιτητές έχουν τη δυνατότητα να έρθουν σε επαφή με τη γνώση της περιουσιακής κατάστασης μιας επιχείρησης. Το μάθημα έχει ως αντικείμενο τις περιουσιακές μεταβολές καθώς και την παρακολούθησή τους με διαδοχικούς ισολογισμούς, την κατανόηση σημαντικών εννοιών του Ισολογισμού, όπως το Ενεργητικό και το Παθητικό, το Πάγιο και το Κυκλοφορούν Ενεργητικό, τα Ίδια Κεφάλαια και τις Υποχρεώσεις. Ακόμα, μαθαίνουν τη σύνταξη του Ισολογισμού, αλλά και την Κατάσταση των Αποτελεσμάτων Χρήσης (ΚΑΧ), του πίνακα Διάθεσης Αποτελεσμάτων, την τήρηση του Ελληνικού Γενικού Λογιστικού Σχεδίου καθώς και ορισμένες εφαρμογές της Μηχανογραφημένης Λογιστικής.



Στο μάθημα **Στοιχεία Υπολογιστικών και Πληροφοριακών Συστημάτων** οι φοιτητές διδάσκονται το ρόλο που παίζει η Πληροφορική στη σύγχρονη επιχείρηση και την επίδραση που έχει η εφαρμογή της στο προσωπικό και σε όλες τις επιχειρησιακές διαδικασίες, και διάφορες βασικές έννοιες, όπως είναι για παράδειγμα η έννοια και τα είδη του λογισμικού, η χρήση του λογισμικού στην επιχείρηση, αλλά και τα λειτουργικά συστήματα, η ιστορική τους εξέλιξη, τα είδη τους.

Στα μαθήματα του Α΄ εξαμήνου περιλαμβάνονται και τα **Γενικά Μαθηματικά**, με τη διδασκαλία των οποίων οι φοιτητές διδάσκονται για τις πραγματικές συναρτήσεις μιας μεταβλητής, τα όρια των συναρτήσεων και τη συνέχεια. Επίσης, μαθαίνουν στοιχεία διαφορικού λογισμού, όπως είναι για παράδειγμα η παράγωγος, το διαφορικό, τα ακρότατα, τα σημεία καμπής συνάρτησης, η εφαπτομένη γραφικής παράστασης και οι ασύμπτωτες. Στην ύλη των Γενικών Μαθηματικών περιλαμβάνονται και οι εφαρμογές σε προβλήματα επιχειρηματικού σχεδιασμού, αλλά και οι εφαρμογές σε οικονομικά θέματα. Επιπλέον, διδάσκονται στοιχεία συνδυαστικής ανάλυσης, όπως λόγου χάρη οι διωνυμικοί συντελεστές, ενώ πραγματοποιείται και μια εισαγωγή στη γραμμική άλγεβρα με τα είδη πινάκων και διάφορες πράξεις μεταξύ τους, τον υπολογισμό των οριζουσών, τον αντίστροφο πίνακα καθώς και την επίλυση γραμμικών συστημάτων εξισώσεων. Τα βασικά

θεωρήματα του διαφορικού λογισμού και ο κανόνας De l' Hospital αποτελούν ακριβώς αυτά ύλη των Γενικών Μαθηματικών που διδάσκονται οι φοιτητές του Α' εξαμήνου του τμήματος της Διοίκησης Επιχειρήσεων.



3.2 Μαθήματα Β' εξαμήνου

Από τα πιο σημαντικά οικονομικά μαθήματα του Β' εξαμήνου είναι η **Μικροοικονομική Ανάλυση**. Σε αυτή διδάσκονται η θεωρία της ζήτησης από την πλευρά του καταναλωτή και της προσφοράς από την πλευρά του παραγωγού. Επίσης, αναφέρονται οι έννοιες της ελαστικότητας, του κόστους και της παραγωγής. Στο μάθημα αυτό διδάσκονται και οι διάφορες μορφές αγοράς, δηλαδή ο πλήρης ανταγωνισμός, το μονοπώλιο, ο μονοπωλιακός ανταγωνισμός και το ολιγοπώλιο, αλλά και η ζήτηση των παραγωγικών συντελεστών, οι αμοιβές εισροών, η πρόσοδος, οι τόκοι και τα κέρδη.

Στη **Λογιστική των Εταιρειών** οι φοιτητές έχουν τη δυνατότητα να μάθουν ορισμένα βασικά στοιχεία για την Ομόρρυθμη Εταιρεία (Ο.Ε.) και την Ετερόρρυθμη Εταιρεία (Ε.Ε.), την Ανώνυμη Εταιρεία (Α.Ε.) και την Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης (Ε.Π.Ε.). Επιπλέον, πραγματοποιείται ο προσδιορισμός των Καθαρών Αποτελεσμάτων Εκμετάλλευσης, των καθαρών Αποτελεσμάτων Χρήσης. Διδάσκεται ακόμα η φορολογία των νομικών προσώπων, η συμπλήρωση εντύπων εφορίας για διάφορα νομικά πρόσωπα

και η εκκαθάριση των φόρων. Στο περιεχόμενο του συγκεκριμένου μαθήματος υπάρχει και η σύνταξη και ανάλυση οικονομικών καταστάσεων, η ανάλυση με αριθμοδείκτες, όπως αυτούς της ρευστότητας, της αποδοτικότητας, της δραστηριότητας και της διάρθρωσης κεφαλαίων. Τέλος, γίνεται αναφορά στην κάθετη και στην οριζόντια ανάλυση των επιχειρήσεων, στην αποτίμηση εταιρειών και μετοχών εισηγμένων και μη εισηγμένων στο Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών (Χ.Α.Α.) καθώς και στη χρησιμότητα της κατάστασης των ταμειακών ροών και των προϋπολογισμών.

Στο μάθημα **Στοιχεία Εμπορικού Δικαίου** γίνεται λόγος για τον κλάδο του Εμπορικού Δικαίου και τις διακρίσεις του και για τις εμπορικές πράξεις. Επίσης συζητάται η απόκτηση και η απώλεια της εμπορικής ιδιότητας κι η βιομηχανική ιδιοκτησία, το εμπορικό σήμα, η επωνυμία και οι συγχωνεύσεις των επιχειρήσεων. Στη συνέχεια εξετάζεται η ίδρυση, η λειτουργία και η λύση της Ομόρρυθμης, της Ετερόρρυθμης, της Ανώνυμης και Εταιρίας Περιορισμένης Ευθύνης. Επί πρόσθετα, πραγματοποιείται μια μικρή αναφορά στο Δίκαιο των αξιογράφων, δηλαδή στις συναλλαγματικές, στις επιταγές, στα γραμμάτια και στα στοιχεία του πτωχευτικού Δικαίου.

Η **Ανάπτυξη Αλγορίθμων** είναι ένα μάθημα στο οποίο αφού τονιστούν οι βασικές έννοιες και οι τεχνικές σχεδίασης αλγορίθμων, στη συνέχεια πραγματοποιείται εκτενέστερη αναφορά στις προγραμματιστικές δομές, στην ακολουθία, στον έλεγχο και στην επανάληψη. Επίσης, διδάσκονται εργαλεία ανάπτυξης αλγορίθμων, όπως είναι παραδείγματος χάρη, τα διαγράμματα ροής προγράμματος, οι γλώσσες προγραμματισμού, ο ψευδοκώδικας κ.λ.π. Ακόμα, διδάσκεται η γλώσσα προγραμματισμού C και η δομή του προγράμματος και η ανάπτυξη προγραμμάτων και συναρτήσεων σε αυτήν.

Στα **Οικονομικά Μαθηματικά** οι φοιτητές μαθαίνουν τα στοιχεία της Γραμμικής Άλγεβρας, τις σειρές, τις ακολουθίες και τις πραγματικές συναρτήσεις μέχρι και δύο μεταβλητών, τη μερική παράγωγο, το ολικό διαφορικό και τα τοπικά ακρότατα, όπως και

η εφαρμογή αυτών σε θέματα οικονομίας. Επίσης διδάσκονται η μεγιστοποίηση και η ελαχιστοποίηση συναρτήσεων, ο διαφορικός και ολοκληρωτικός λογισμός και γίνεται εισαγωγή στις διαφορικές εξισώσεις ομογενείς και γραμμικές. Τέλος, τα ολοκληρώματα και οι εκθετικές και λογαριθμικές συναρτήσεις βρίσκουν εφαρμογή σε προβλήματα οικονομικά και χρηματοοικονομικής.

$$x^2 + 1 \quad 1 + x^2$$

Λύση

Η (1) είναι γραμμική δ.ε. με

$$f(x) = \frac{x}{x^2 + 1} \text{ και } g(x) = \frac{x}{1 + x^2}$$

Η γενική λύση της (1) δίνεται από τον τύπο

$$y = e^{-\int f(x) dx} \left[c + \int g(x) e^{\int f(x) dx} dx \right] \quad (2)$$

Είναι:

$$\int f(x) dx = \int \frac{x}{x^2 + 1} dx = \frac{1}{2} \int \frac{(x^2 + 1)'}{x^2 + 1} dx = \ln \sqrt{x^2 + 1} + c_1$$

οπότε:

Η **Στατιστική των Επιχειρήσεων** είναι ένα μάθημα, το οποίο ασχολείται με τις στοιχειώδης δειγματοληπτικές μεθόδους, την περιγραφή, την αποτύπωση και την οργάνωση δεδομένων. Επιπλέον, γίνεται μια εισαγωγή στις πιθανότητες, στις διακριτές και στις τυχαίες μεταβλητές και στις κατανομές των πιθανοτήτων τους, στις συνεχείς τυχαίες μεταβλητές και στην κανονική κατανομή, την κατανομή του δείγματος καθώς και σε αριθμητικά περιγραφικά μέσα.

3.3 Μαθήματα Γ' εξαμήνου

Η **Διοίκηση Ολικής Ποιότητας** αποτελεί ένα μάθημα, το οποίο σχετίζεται με την τα εργαλεία ελέγχου ποιότητας. Πραγματοποιείται πρώτα απ' όλα μια εισαγωγή στη

διασφάλιση ποιότητας και δίνεται έμφαση στους ορισμούς, στη φιλοσοφία, στα αξιώματα και στις αρχές της Διοίκησης Ολικής Ποιότητας. Οι φοιτητές αποκτούν γνώσεις για την ανάπτυξη της σειράς ISO για τον έλεγχο και τη διασφάλιση της ποιότητας των ενεργειών και των έργων. Επίσης, μαθαίνουν να συντάσσουν εγχειρίδια ποιότητας και να κάνουν διάφορες εφαρμογές στο εργαστήριο του μαθήματος με τη χρήση ειδικών πακέτων λογισμικού.

Στο μάθημα της **Επιχειρησιακής Έρευνας**, αρχικά, πραγματοποιείται μια εισαγωγή σε βασικές έννοιες κι έπειτα αναλύονται τα είδη των επιχειρησιακών υποδειγμάτων. Διδάσκονται ο Γραμμικός Προγραμματισμός, ο Ακέραιος Προγραμματισμός, τα προβλήματα μεταφοράς και πραγματοποιούνται εφαρμογές σε ηλεκτρονικό υπολογιστή.

Η **Διοίκηση Ανθρώπινων Πόρων** είναι ένα μάθημα, το οποίο έχει ως στόχο τη διευκόλυνση της κατανόησης της Διοίκησης του ανθρώπινου δυναμικού που είναι πολύ βασική προϋπόθεση για την αποδοτική λειτουργία των επιχειρηματικών μονάδων, την αποτελεσματικότητα και την ανταγωνιστικότητά τους. Πιο συγκεκριμένα, επικεντρώνεται στην εξέταση, αλλά και στην ανάλυση της αναζήτησης, προσέλκυσης και της επιλογής προσωπικού, στην εκπαίδευσή του καθώς και στην ανάπτυξη των ανθρώπινων πόρων και της αξιολόγησής τους.

Η **Μακροοικονομική Ανάλυση** που διδάσκεται στο Γ' εξάμηνο θεωρείται ίσως ένα από τα βασικότερα μαθήματα του τμήματος της Διοίκησης των Επιχειρήσεων. Μελετάται η συνολική ζήτηση, αλλά και η συνολική προσφορά και υπολογίζεται η εθνική παραγωγή. Οι φοιτητές μαθαίνουν σχετικά με το κενσινανό υπόδειγμα, το μονεταριστικό, τη δημοσιονομική και τη νομισματική πολιτική καθώς και τους παράγοντες που τις επηρεάζουν. Επίσης, πραγματοποιείται αναφορά σε πολύ σημαντικά στοιχεία, όπως είναι λόγου χάρι η συνεχής αύξηση του γενικού επιπέδου των τιμών, δηλαδή ο πληθωρισμός

και η ανεργία, η διαμόρφωση του μισθού, η αγορά εργασίας και στοιχεία που έχουν σχέση με το Διεθνές Εμπόριο.

Οι **Δομές Δεδομένων και η Οργάνωση Αρχείων** είναι ένα μάθημα, το οποίο έχει να κάνει με δομές δεδομένων. Στα πρώτα μαθήματα εισάγονται έννοιες όπως είναι οι πίνακες, οι λίστες, οι ουρές και τα δένδρα. Στη συνέχεια, πραγματοποιείται η εισαγωγή, η ανάκτηση, η επεξεργασία και η διαγραφή δομών δεδομένων. Οι φοιτητές του Τμήματος μαθαίνουν να επεξεργάζονται αρχεία, αφού πρώτα τα έχουν αναζητήσει και έχουν προχωρήσει στην ταξινόμησή τους. Κατά τη διάρκεια του μαθήματος γίνεται η επεξεργασία αρχείων μεγάλου μεγέθους, παρουσιάζονται τρόποι αποθήκευσης αυτών, ποιοι τρόποι υπάρχουν για την καλύτερευση της απόδοσης στην επεξεργασία των αρχείων και εφαρμόζεται η διαχείριση δομών δεδομένων με τη γλώσσα προγραμματισμού C.

Τα **Ειδικά Θέματα στη Στατιστική** είναι ένα μάθημα στο οποίο διδάσκονται κατά τη διάρκεια του εξαμήνου τα διαστήματα εμπιστοσύνης μεγάλων και μικρών δειγμάτων, γίνεται εκτίμηση των μέσων και καθορίζεται το δείγμα. Ακόμα, περιεχόμενο του μαθήματος αποτελούν οι έλεγχοι υποθέσεων, οι έλεγχοι ανεξαρτησίας και καλής προσαρμογής. Αναλύεται η διασπορά (ANOVA), η απλή παλινδρόμηση και η συσχέτιση δύο μεταβλητών. Για όλα τα παραπάνω πραγματοποιούνται εφαρμογές σε ηλεκτρονικούς υπολογιστές.

3.4 Μαθήματα Δ΄ εξαμήνου

Ένα από τα μαθήματα του Δ΄ εξαμήνου είναι τα **Επιχειρησιακά Παίγνια**, στο οποίο αναλύονται δεδομένα με επιχειρησιακά δεδομένα. Περιλαμβάνει τυπικά μοντέλα αντιδράσεων, τον αυτοματισμό, την αξιολόγηση, τον έλεγχο και την τεκμηρίωση των μοντέλων. Επιπλέον, στο μάθημα διδάσκονται επιχειρηματικά σενάρια, η μέθοδος Monte

Carlo, ο έλεγχος των ανταγωνιστικών αντιδράσεων, η αριστοποίηση και οι στόχοι, καθώς επίσης και η προσομοίωση ως εργαλείο του επιχειρησιακού προγραμματισμού και οι μηχανισμοί αυτής.

Το μάθημα του **Επιχειρηματικού Σχεδιασμού** είναι ένα από τα σημαντικότερα μαθήματα του Δ' εξαμήνου. Έχει σχέση με τη διαδικασία σχεδιασμού, τη φύση των οργανωσιακών στόχων, τον έλεγχο ως λειτουργία του μάνατζμεντ και τους τρόπους προσέγγισης εφαρμογής ελέγχου. Επιπλέον, εξετάζεται η αποτελεσματικότητα στη λήψη αποφάσεων και η προώθηση της δημιουργικότητας και της καινοτομίας. Στη διδασκαλία του μαθήματος χρησιμοποιούνται τυποποιημένοι πίνακες και διάφορα διαγράμματα.

Σε μια καινούρια επιχειρηματική μονάδα, υπολογίζονται τα ρεαλιστικά επίπεδα κόστους και κατανοούνται οι κίνδυνοι, άρα χρειάζεται στρατηγική σκέψη για να αναλυθεί ο ανταγωνισμός και η ανταγωνιστικότητα, η τεχνολογία και προκειμένου να προωθηθούν οι πωλήσεις. Το μάθημα συμβάλλει στον εντοπισμό πληροφοριακού υλικού και στην έρευνα αγοράς, στη συσχέτιση προϋπολογισμού με επιχειρηματικούς αριθμοδείκτες, στο μακροπρόθεσμο σχεδιασμό και στην τελική υποβολή του σχεδίου.

Η **Χρηματοοικονομική Διοίκηση** σχετίζεται με τη χρηματοοικονομική λειτουργία και το περιβάλλον μιας επιχείρησης. Στο μάθημα αναλύεται η χρονική αξία του χρήματος καθώς και αρκετοί χρηματοοικονομικοί δείκτες. Επίσης, περιγράφονται οι επιπτώσεις που προκύπτουν από τη μεταβολή του επιπέδου των τιμών, προβλέπονται οι χρηματοδοτικές ανάγκες, πραγματοποιείται ο χρηματοοικονομικός προγραμματισμός και γίνεται η αναθεώρηση ή μη αυτού και περιγράφεται η πολιτική κεφαλαίων κίνησης και των πιστώσεων.

Η **Οικονομική της Διοίκησης** σχετίζεται με τις αποφάσεις βελτιστοποίησης, διαχείρισης κινδύνου και των επιμέρους επιχειρησιακών λειτουργιών. Επίσης, στο συγκεκριμένο μάθημα αναφέρονται οι προσδιοριστικοί παράγοντες της ζήτησης,

καθορίζονται οι τιμές στην αγορά, τονίζεται η αποτελεσματικότητα της παραγωγής, προγραμματίζονται οι επενδύσεις, προβλέπεται το κόστος, λαμβάνονται αποφάσεις σύμφωνα με την ανάλυση του ισολογισμού και βάσει του οφέλους και του κόστους που προκύπτει.

Στο μάθημα **Επιχειρηματικές Δικτυακές Εφαρμογές και Ίντερνετ** διδάσκονται οι τύποι δικτύων στην επιχειρηματική μονάδα, οι επιχειρηματικές εφαρμογές, σημαντικές έννοιες για την κατανεμημένη επεξεργασία και άλλα θέματα κατανεμημένων συστημάτων και ελέγχου. Επίσης, γίνεται αναφορά σε εφαρμογές του διαδικτύου στην επιχείρηση, στο ηλεκτρονικό εμπόριο, στην προώθηση και διαφήμιση μέσω του διαδικτύου. Επί πρόσθετα, οι φοιτητές έχουν την ευκαιρία να εξοικειωθούν με τα κατανεμημένα συστήματα, το διαδίκτυο, τις βάσεις δεδομένων, τα υπολογιστικά φύλλα και άλλες ολοκληρωμένες επιχειρηματικές εφαρμογές, την HTML, αλλά και την υλοποίηση και δημοσίευση σελίδας στον παγκόσμιο ιστό.

Στο μάθημα **Συστήματα Διαχείρισης Βάσεων Δεδομένων** αφού ο διδάσκων καθηγητής αναφέρει τις βασικές έννοιες που αφορούν στη χρήση των Βάσεων Δεδομένων στην επιχειρηματική μονάδα και στα είδη τους προχωράει στη διδασκαλία της σχεσιακής άλγεβρας και των λειτουργικών εξαρτήσεων με πίνακες, διαγράμματα οντοτήτων-σχέσεων κ.λ.π. Επίσης, περιλαμβάνονται οι πιο σημαντικές λειτουργίες συστημάτων διαχείρισης βάσεων δεδομένων, όπως η διαγραφή, η ενημέρωση, η εισαγωγή και η βελτιστοποίηση, αλλά και τα συστήματα διαχείρισης κειμένων, τα μοντέλα δεδομένων, η μέτρηση απόδοσης και η χρήση τους στην επιχειρηματική οντότητα.

Επιπλέον, οι φοιτητές έχουν τη δυνατότητα να εξοικειωθούν με τις αντικειμενοστρεφείς βάσεις δεδομένων και τη χρήση τους στην επιχείρηση, αλλά και με τις πολυδιάστατες βάσεις δεδομένων, τις μεθόδους υλοποίησής τους και το ρόλο που

έχουν στην ανάλυση των δεδομένων των εταιριών. Ακόμα, είναι σε θέση να μάθουν τη γλώσσα SQL που είναι μια γλώσσα διαχείρισης βάσεων δεδομένων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΜΕΛΕΤΗ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΩΝ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ

ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

4.1 Μαθήματα κατεύθυνσης “Διοίκησης Επιχειρήσεων”

Τα μαθήματα κατεύθυνσης “Διοίκησης Επιχειρήσεων” του τμήματος που διδάσκονται στο Ε΄ Εξάμηνο έχουν άμεση σχέση με τις λειτουργίες της επιχείρησης, τον τρόπο και τις μεθόδους που λαμβάνονται οι αποφάσεις μέσα σε ένα περιβάλλον έντονης αβεβαιότητας και τις τεχνικές που απαιτούνται για την πραγματοποίηση προβλέψεων και για τον έλεγχο διάφορων οικονομικών μεγεθών.

Η **Διοίκηση Λειτουργιών** είναι το μάθημα εκείνο, το οποίο αναφέρεται στις λειτουργίες των επιχειρήσεων και των οργανισμών και αντικείμενο μελέτης της αποτελεί η διάκριση αγαθών και υπηρεσιών, ο στρατηγικός ρόλος που έχει στο παγκοσμιοποιημένο ανταγωνιστικό περιβάλλον και οι προβλέψεις της ζήτησης. Εκτός των άλλων, ασχολείται με την επιλογή για το μέρος που θα τοποθετηθεί μια εγκατάσταση, τη στρατηγική επιλογή χωροταξίας, το σχεδιασμό της παραγωγικότητας, τη διαχείριση αποθεμάτων και τα συστήματα JIT.

Η **Λήψη Επιχειρηματικών Αποφάσεων** αποτελεί ένα πολύ ενδιαφέρον μάθημα, στο οποίο διδάσκονται τα είδη επιχειρηματικών αποφάσεων και το περιβάλλον μέσα στο οποίο θα πρέπει να ληφθούν, όπως οι συνθήκες αβεβαιότητας, βεβαιότητας και κινδύνου. Η ορθολογική σκέψη στη λήψη επιχειρηματικών αποφάσεων είναι πάρα πολύ σημαντική, γι’ αυτό το λόγο οι μαθητές πρέπει να μαθαίνουν μεθόδους δημιουργικής σκέψης, όπως οι αναλογίες και η μέθοδος Delphi και να χρησιμοποιούνται οι συναρτήσεις ευημερίας και

χρησιμότητας, η προσέγγιση Bayes, οι εφαρμογές σε H/Y και διάφορες ποιοτικές μέθοδοι, όπως λόγω χάρη τα δένδρα και οι πίνακες αποφάσεων.

Οι **Τεχνικές Προβλέψεων και Ελέγχου** αποτελεί ένα μάθημα το οποίο σχετίζεται άμεσα με οικονομετρικά υποδείγματα. Οι φοιτητές του τμήματος της Διοίκησης Επιχειρήσεων έχουν την ευκαιρία μέσα από αυτό το μάθημα να αποκτήσουν ορισμένες γνώσεις αναφορικά με τις μεθόδους πρόβλεψης και τα πιο γνωστά υποδείγματα χρονολογικών σειρών. Επίσης, μπορούν να προσεγγίσουν γραμμικά δεδομένα σύμφωνα με τη μέθοδο ελαχίστων τετραγώνων και την εποχιακή μεταβλητότητα. Τέλος, στο συγκεκριμένο μάθημα διδάσκονται και οι μέθοδοι Box-Jenkins και GAF.

Στην κατεύθυνση της “Διοίκησης Επιχειρήσεων” τα μαθήματα του **Στ’ εξαμήνου** είναι η Καινοτομία και Επιχειρηματικότητα, η Επιχειρησιακή Έρευνα καθώς και η Διαχείριση Εφοδιαστικής Αλυσίδας.

Στο μάθημα **Καινοτομία και Επιχειρηματικότητα** οι φοιτητές έχουν την ευκαιρία να διδαχθούν την υιοθέτηση και την εφαρμογή καινοτόμων ιδεών από μια επιχείρηση, τα είδη της καινοτομίας και τις νέες προκλήσεις τους και να μάθουν σχετικά με τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα που της προσφέρει. Η καινοτομία ως θεμελιώδης διαδικασία του μανάτζμεντ συνδέεται με πολλές στρατηγικές έρευνας και ανάπτυξης, με τη δημιουργικότητα, την επιλογή και χρηματοοικονομική αξιολόγηση έργων σχετικών με έρευνα και ανάπτυξη και τις τεχνολογικές προβλέψεις.



Στην **Επιχειρησιακή Έρευνα-Ειδικά Θέματα** οι φοιτητές διδάσκονται τη θεωρία αναμονής, δηλαδή τα στοιχεία που συνθέτουν το τυπικό υπόδειγμα αναμονής, τους νόμους αφίξεων και προτεραιοτήτων, τις συνήθειες κατανομής, την παράλληλη ή σειριακή δημιουργία ουρών, τη δυναμικότητα σταθμών εξυπηρέτησης, τη συλλογή δεδομένων και τον έλεγχό τους. Επίσης, μαθαίνουν για τη θεωρία αποθεμάτων, δηλαδή τον καθορισμό του γενικού προβλήματος, τα καθορισμένα και πιθανολογικά υποδείγματα και τις εφαρμογές σε H/Y. Μέσα στην ύλη του μαθήματος είναι και η προσομοίωση, δηλαδή οι στόχοι και ο τρόπος με τον οποίο σχεδιάζονται οι εφαρμογές προσομοίωσης, τα διάφορα είδη σε υποδείγματα και οι διακριτοί τρόποι προσέγγισης προσομοίωσης, οι τυχαίοι αριθμοί και οι μέθοδοι Monte Carlo, αλλά και η συγκέντρωση παρατηρήσεων και η βελτιστοποίηση.

Η **Διαχείριση Εφοδιαστικής Αλυσίδας** είναι το μάθημα εκείνο με το οποίο οι φοιτητές του τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων που έχουν επιλέξει την κατεύθυνση της “Διοίκησης Επιχειρήσεων” μπορούν να αναλύουν τις μεθόδους και τις τεχνικές που έχουν ως αντικείμενο να σχεδιάζονται, να ελέγχονται και να εκτελούνται οι ροές αγαθών και υπηρεσιών σε σύστημα που περιλαμβάνει τη διαδικασία παραγωγής, τους προμηθευτές, τα δίκτυα διανομής για να φτάσει το προϊόν στον τελικό καταναλωτή. Η Διαχείριση

Εφοδιαστικής Αλυσίδας συνδέεται άμεσα με το μάθημα της Επιχειρησιακής Έρευνας, διότι διδάσκονται και εδώ οι φοιτητές καθορισμένα και πιθανολογικά υποδείγματα, αλλά και πώς να καθορίζουν κάποιο πρόβλημα.

Τα μαθήματα του **Z' εξαμήνου** που διδάσκονται οι φοιτητές στην κατεύθυνση της “Διοίκησης Επιχειρήσεων” είναι η Στρατηγική των Επιχειρήσεων, οι Ποσοτικές Μέθοδοι στη Λήψη Επιχειρηματικών Αποφάσεων και οι Διεθνείς Σχέσεις και Θεσμοί.

Το πρώτο από αυτά τα μαθήματα, η **Στρατηγική των Επιχειρήσεων** δίνει την ευκαιρία στους μαθητές να διδαχθούν τη διαδικασία της στρατηγικής μεταβολής, για το εσωτερικό και εξωτερικό περιβάλλον των επιχειρηματικών μονάδων, τον τρόπο προσέγγισης όταν σχεδιάζεται μια στρατηγική, τους στόχους που θέτει μια επιχείρηση, διάφορες τεχνικές ανάλυσης, όπως είναι για παράδειγμα η ανάλυση SWOT που περιγράφει τα δυνατά σημεία, τις αδυναμίες, τις ευκαιρίες και τις απειλές που δέχεται μια επιχείρηση.



Επιπλέον, στο συγκεκριμένο μάθημα, οι φοιτητές μαθαίνουν για διάφορες στρατηγικές που μια εταιρία μπορεί να επεκταθεί ή αν δεν είναι η κατάλληλη να συρρικνωθεί, για την οριζόντια και κάθετη ολοκλήρωση. Επίσης, καθορίζονται τα πρότυπα απόδοσης, μετράται και αξιολογείται η απόδοση, πραγματοποιούνται

προκαταρκτικοί έλεγχοι εισροών και έλεγχοι κατά τη διεργασία, όπως και έλεγχοι διαχείρισης των εκροών. Τέλος, τονίζεται η σημασία της υιοθέτησης και εφαρμογής καινοτομιών και η σύνδεση αυτών με την επιχειρηματικότητα, έννοιες που έχει διδαχθεί ο φοιτητής και στο μάθημα Καινοτομία και Επιχειρηματικότητα του Στ' εξαμήνου.

Στο μάθημα **Ποσοτικές Μέθοδοι στη Λήψη Επιχειρηματικών Αποφάσεων** διδάσκονται οι εφαρμοσμένες ποσοτικές μέθοδοι, διάφορες μελέτες περίπτωσης με τη χρήση τεχνικών στρατηγικής, όπου λαμβάνονται οι αποφάσεις με πρωτογενείς πληροφορίες και πιθανότητες για να λαμβάνονται αποφάσεις με πληροφοριακό υλικό που είναι γνωστό εκ των υστέρων. Ακόμα, συνδέεται και με το μάθημα της Επιχειρησιακής Έρευνας προκειμένου ο φοιτητής να διδαχθεί το γραμμικό προγραμματισμό και την προσομοίωση, τα βέλτιστα πρότυπα αποδοτικότητας και την πολυκριτηριακή λήψη αποφάσεων. Κάποιες από αυτές τις τεχνικές και μεθόδους υπάρχει η δυνατότητα να τις δουν οι φοιτητές της κατεύθυνσης “Διοίκησης των Επιχειρήσεων” σε εφαρμογές στον υπολογιστή.

Οι **Διεθνείς Σχέσεις και Θεσμοί** είναι ένα θεωρητικό μάθημα, στο οποίο και διδάσκεται το δημόσιο Διεθνές Δίκαιο. Γίνεται λόγος για τις διεθνείς συμβάσεις, για τους διεθνείς οργανισμούς, για το πώς δημιουργήθηκαν και πώς εξελίχθηκαν διαχρονικά η Ευρωπαϊκή Ένωση (Ε.Ε.), η Ευρωπαϊκή Οικονομική Κοινότητα (Ε.Ο.Κ.), η Ευρωπαϊκή Κοινότητα Άνθρακα και Χάλυβα (Ε.Κ.Α.Χ.) και η Ευρωπαϊκή Κοινότητα Ατομικής Ενέργειας (Ε.Κ.Α.Ε.). Επιπλέον, πραγματοποιείται αναφορά στα θεσμικά όργανα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο, το Συμβούλιο των Υπουργών, το Ευρωπαϊκό Δικαστήριο, το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Ευρωπαϊκό Δίκαιο, το Ελεγκτικό Συνέδριο και τα δευτερεύοντα κοινοτικά όργανα, αλλά και στην Οικονομική Νομισματική Ένωση (Ο.Ν.Ε.).

4.2 Μαθήματα κατεύθυνσης “Μάρκετινγκ”

Κάποιοι από τους φοιτητές του τμήματος της Διοίκησης των Επιχειρήσεων επιλέγουν την κατεύθυνση “Μάρκετινγκ”. Στο **Ε΄ εξάμηνο**, οι φοιτητές παρακολουθούν τα μαθήματα Διαφήμιση και Δημόσιες Σχέσεις, Μάρκετινγκ Υπηρεσιών, Συμπεριφορά Καταναλωτή.

Καταρχήν, στο μάθημα **Διαφήμιση και Δημόσιες Σχέσεις** προσδιορίζονται οι σκοποί της διαφήμισης, η έννοια της, η εξέλιξή της καθώς και η ένταξή της στην επιστήμη του Μάρκετινγκ. Η έρευνα αναγκών των καταναλωτών κρίνεται απαραίτητη για το σχεδιασμό ενός διαφημιστικού μηνύματος και την οργάνωση των διαφημιστικών προτάσεων. Επίσης, οι φοιτητές μαθαίνουν για την επιρροή που έχει μια διαφήμιση στο κόστος των αγαθών, στον οικονομικό και στον κοινωνικό τομέα μιας χώρας, αλλά και τον τρόπο που αντλούνται πληροφορίες Μάρκετινγκ για τα τμήματα εξυπηρέτησης του καταναλωτικού κοινού. Στο μάθημα αυτό διδάσκονται τα πλεονεκτήματα, αλλά και τα μειονεκτήματα της διαφήμισης, οι διαφημιστικοί στόχοι και οι στρατηγικές του διαφημιστικού μηνύματος.



Επίσης, προσεγγίζονται τρόποι διαφήμισης, ελέγχονται οι δημιουργικές ιδέες, προγραμματίζονται τα μέσα με τα οποία θα παραχθούν τα διαφημιστικά μηνύματα από μια επιχειρηματική μονάδα και κατανέμεται ο προϋπολογισμός των διαφημίσεων. Στο μάθημα αυτό περιγράφονται και οι γενικές αρχές Δημοσίων Σχέσεων, κάποια σχετικά προγράμματα, οι τεχνικές και τα μέσα για την εφαρμογή των Δημοσίων Σχέσεων, η δημοσιογραφική έρευνα, η επικοινωνία με το κοινό, η κοινή γνώμη και η χρήση των μέσων ενημέρωσης.

Το **Μάρκετινγκ Υπηρεσιών** περιγράφει τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους. Κατανοεί τις αντιλήψεις και τις προσδοκίες των καταναλωτών υπηρεσιών από έρευνες μάρκετινγκ που πραγματοποιούνται. Επιπλέον, γίνεται αναφορά στον τρόπο που σχεδιάζεται και τοποθετείται μια υπηρεσία, αλλά και τονίζεται ο ρόλος των υπαλλήλων και των καταναλωτών στη δημιουργία και στην παράδοση της υπηρεσίας. Παράλληλα, τονίζεται η σημαντικότητα της προώθησης, αλλά και το κόστος της ποιότητας, όπως και του Μάρκετινγκ των σχέσεων.

Ένα από τα πιο ενδιαφέροντα μαθήματα της κατεύθυνσης Μάρκετινγκ είναι η **Συμπεριφορά Καταναλωτή**. Σε αυτό, λοιπόν, περιγράφεται η διαδικασία λήψης καταναλωτικών αποφάσεων, η ψυχολογία της συμπεριφοράς του καταναλωτή και τα μέσα που μπορούν να τον υποκινήσουν. Η προσωπικότητα και ο κοινωνικός περίγυρος του ατόμου παίζουν πολύ σημαντικό ρόλο στη συμπεριφορά του ως καταναλωτή. Οι προτιμήσεις των καταναλωτών, το κοινωνικό περιβάλλον, οι ομάδες αναφοράς, οι πολιτισμικές και κοινωνικές επιδράσεις που δέχεται συντελούν καθοριστικά στη διαμόρφωση της συμπεριφοράς καταναλωτή, αλλά και στην τμηματοποίηση των καταναλωτικών αγορών.

Επίσης, στο μάθημα αυτό πραγματοποιείται η σύγχρονη ανάλυση των επιλογών που κάνει ο καταναλωτής καθώς και των προϊόντων και υπηρεσιών που επιλέγει. Σημαντική

είναι και η αναφορά στον καταναλωτή έναντι της καινοτομίας, στα θέματα προστασίας του καταναλωτή, όπως και στα ειδικά θέματα συμπεριφοράς καταναλωτή.

Στο επόμενο εξάμηνο, **στο Στ'**, διδάσκονται τα μαθήματα Μάρκετινγκ-Διοίκηση Επώνυμου Προϊόντος, Σχεδιασμός και Οργάνωση Διαφημιστικής Εκστρατείας/Επικοινωνιακή Πολιτική και η Μεθοδολογία Έρευνας- Έρευνα Αγοράς.

Στο μάθημα **Μάρκετινγκ-Διοίκηση Επώνυμου Προϊόντος** δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στην έννοια της επωνυμίας (brand name), στον τρόπο που επιλέγεται το όνομα της επωνυμίας, η κατοχύρωσή του και η επιλογή του λογότυπου. Επίσης, γίνεται λόγος για το πόσο καθοριστικός είναι ο ρόλος του διαδικτύου στη διοίκηση της επωνυμίας του προϊόντος, το ρόλο που παίζουν οι διεθνείς επωνυμίες, τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματά τους.



Επιπλέον, κατά τη διάρκεια του Στ' εξαμήνου διδάσκονται στο μάθημα αυτό η στρατηγική τυποποίησης και η στρατηγική προσαρμογής, αλλά και οι βασικοί κανόνες που υπάρχουν για τη διοίκηση του επώνυμου προϊόντος σε διεθνές επίπεδο. Οι φοιτητές έχουν τη δυνατότητα να μάθουν για την ανάπτυξη και τη διατήρηση ισχυρών επωνυμιών διαχρονικά, αλλά και για το πώς ο καταναλωτής στρέφεται στο επώνυμο προϊόν, πώς μια

επιχείρηση αναπτύσσει τη φιλοσοφία της επωνυμίας και ποιος είναι ο τρόπος με τον οποίο αναπτύσσονται και σχεδιάζονται οι επιτυχημένες επωνυμίες.

Ο Σχεδιασμός και η Οργάνωση Διαφημιστικής Εκστρατείας ή αλλιώς Επικοινωνιακή Πολιτική είναι το μάθημα που σχετίζεται με την προβολή του προϊόντος ή της υπηρεσίας μέσω των μέσων μαζικής ενημέρωσης. Γίνεται λόγος για τον Ελληνικό Κώδικα Διαφήμισης, τη Διαφήμιση και την Ευρωπαϊκή νομοθεσία και τη δεοντολογία της διαφημιστικής λειτουργίας. Επίσης, ο φοιτητής μαθαίνει πώς μπορεί κανείς να μάθει για τα χαρακτηριστικά του κοινού στόχου και των διαφημιστικών μέσων, αλλά και πώς τίθενται οι στόχοι στρατηγικής και πώς προγραμματίζονται τα διαφημιστικά μέσα.

Στο εν λόγω μάθημα προσδιορίζονται οι μορφές και τα είδη της διαφημιστικής εκστρατείας, ο προϋπολογισμός των διαφημιστικών κονδυλίων, αλλά και η επιλογή του κατάλληλου διαφημιστικού μέσου κάθε φορά, ανάλογα με το κόστος του. Ακόμα, αναφορικά με τη διαφημιστική εκστρατεία, γίνεται λόγος για την αγορά χώρου, χρόνου, των δικαιωμάτων και της αποτελεσματικότητας που έχει.

Η Μεθοδολογία Έρευνας εισάγει αυτόματα τους φοιτητές που παρακολουθούν το μάθημα στη μεθοδολογία της έρευνας. Αναλύονται οι βασικές αρχές της έρευνας αγοράς, σχεδιάζεται η έρευνα, αναφέρονται τα είδη ερευνών αγοράς, ποιοτική και ποσοτική, αλλά και η προέλευση των πηγών, δηλαδή αν πρόκειται για πρωτογενή ή δευτερογενή δεδομένα. Επίσης, αναφέρονται οι σύγχρονοι τρόποι με τους οποίους είναι δυνατό να συλλεχθούν τα δεδομένα, αλλά οι κλίμακες που υπάρχουν για τη μέτρηση στην έρευνα αγοράς. Οι φοιτητές μαθαίνουν ότι όταν μια επιχείρηση πρόκειται να πραγματοποιήσει μια έρευνα, αναπτύσσονται ερωτήσεις για να γίνει έπειτα η δημοσκόπηση στο κοινό, σχεδιάζεται το ερωτηματολόγιο, γνωστοποιούνται οι μέθοδοι συλλογής πρωτογενών δεδομένων, η διαδικασία της δειγματοληψίας καθώς και οι τεχνικές ανάλυσης των εμπειρικών δεδομένων.

Στο επόμενο **εξάμηνο, το Ζ΄**, τα μαθήματα που διδάσκονται στο Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων στην κατεύθυνση του “Μάρκετινγκ” είναι το Στρατηγικό Μάρκετινγκ, η Οργάνωση και η Διοίκηση Πωλήσεων, αλλά και το μάθημα Μάρκετινγκ στο διαδίκτυο- Διαχείριση Σχέσεων πελατών (e-CRM).

Το **Στρατηγικό Μάρκετινγκ** αποτελεί και αυτό ένα από τα πιο βασικά μαθήματα της κατεύθυνσης “Μάρκετινγκ” του τμήματος. Οι φοιτητές μπορούν να πληροφορηθούν σχετικά με τις αντιλήψεις, αλλά και με την αποστολή που έχουν οι επιχειρήσεις διαχρονικά και ανάλογα με τους στόχους που έχουν θέσει. Επίσης, διδάσκεται η Διοίκηση Μάρκετινγκ στο υποσύστημα Μάρκετινγκ, δηλαδή το Μάρκετινγκ με τη βοήθεια βάσεων δεδομένων, το ηλεκτρονικό εμπόριο, η διαχείριση εφοδιαστικής αλυσίδας και οι ολοκληρωμένες επικοινωνίες Μάρκετινγκ.

Δίνεται ιδιαίτερη βαρύτητα στις μεθόδους και στα κριτήρια λήψης αποφάσεων καθώς και στα στάδια της διαδικασίας της Διοίκησης Μάρκετινγκ, στις νέες μορφές επικοινωνίας, όπως είναι λόγου χάρη, το μάρκετινγκ εμπειριών, το ψυχαγωγικό και το μεταδοτικό. Επίσης, ο κάθε φοιτητής που παρακολουθεί το μάθημα διδάσκεται την έννοια του επιχειρηματικού σχεδίου, αλλά και πώς μπορεί να φτιάξει ένα business plan.

Στο μάθημα **Οργάνωση και Διοίκηση Πωλήσεων** πραγματοποιείται μια εισαγωγή στις δύο αυτές έννοιες και στη συνέχεια καθορίζονται οι αρμοδιότητες που έχει ο διευθυντής πωλήσεων. Γίνεται η διδασκαλία του σχεδιασμού στρατηγικής και του προϋπολογισμού, αλλά και του τρόπου οργάνωσης του προσωπικού πωλήσεων. Επίσης, εκτιμώνται οι δυνατότητες και προβλέπονται οι πωλήσεις. Ο φοιτητής μαθαίνει πώς επιλέγεται το ανθρώπινο δυναμικό, με ποια κριτήρια, πώς εκπαιδεύεται, πώς αποκτά κίνητρα και με ποιον τρόπο αποζημιώνονται οι πωλητές. Επί πρόσθετα, αποκτά γνώσεις για το σχεδιασμό των πωλήσεων, για το πώς καθορίζονται τα μέτρα αποδοτικότητας και πώς ελέγχονται οι καταστάσεις που αφορούν στις πωλήσεις.

Με την παρακολούθηση του μαθήματος **Μάρκετινγκ στο διαδίκτυο - Διαχείριση Σχέσεων πελατών (e-CRM)**, οι φοιτητές αποκτούν τις θεωρητικές βάσεις του πληροφοριακού συστήματος CRM. Αναλύεται το μάρκετινγκ των σχέσεων, ο πελατοκεντρικός προσανατολισμός της επιχείρησης, η ικανοποίηση του πελάτη, ο τρόπος προσαρμογής της επιχείρησης στο περιβάλλον.



Η κυριότερη λειτουργία του CRM που διδάσκεται στο συγκεκριμένο μάθημα είναι η αμφίδρομη επικοινωνία που υπάρχει με τους πελάτες για να αποσπαστούν δεδομένα που αφορούν στις προτιμήσεις τους. Επίσης, σημαντικά στοιχεία είναι τα στάδια εφαρμογής του, οι παράγοντες που προσδιορίζουν την επιτυχία του, ο ρόλος της στρατηγικής του σε σχέση με ολόκληρη τη στρατηγική της επιχειρηματικής μονάδας και οι εφαρμογές με κατάλληλο λογισμικό από τις επιχειρήσεις.

4.3 Μαθήματα κατεύθυνσης “Διοίκησης Πληροφοριακών Συστημάτων”

Στην κατεύθυνση του μαθήματος “Διοίκηση Πληροφοριακών Συστημάτων” τα μαθήματα που διδάσκονται οι φοιτητές του τμήματος που την επέλεξαν είναι τα εξής:

Επιχειρηματικά Δίκτυα Η/Υ, Τεχνολογία Πληροφοριακών Συστημάτων και Ειδικά Θέματα Βάσεων Δεδομένων.

Στο μάθημα **Επιχειρηματικά Δίκτυα Η/Υ** περιγράφονται οι βασικές έννοιες δικτύων, η εξέλιξή τους και ο ρόλος τους στην επιχειρηματική μονάδα. Περιγράφονται τα μέσα μετάδοσης και τα είδη δικτύων που είναι τοπικά, ευρείας περιοχής και μητροπολιτικά, όπως επίσης και τα είδη γραμμών και συσκευών δικτύων. Οι φοιτητές μαθαίνουν για την τηλεματική και τις υπηρεσίες της στην επιχείρηση, τη μεταφορά αρχείων, το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, τις νέες υπηρεσίες τηλεματικής και την απομακρυνσμένη σύνδεση. Επίσης, πραγματοποιείται αναφορά στα δημόσια δίκτυα στον ελλαδικό χώρο, στα χαρακτηριστικά τους, την ιστορική τους εξέλιξη, αλλά και τη διάδοση του παγκόσμιου ιστού. Στην ύλη του μαθήματος περιέχεται και η σύνδεση προσωπικών Η/Υ, οι κύριες λειτουργίες στα τοπικά δίκτυα, οι υπηρεσίες e-mail κ.λ.π.

Η **Τεχνολογία Πληροφοριακών Συστημάτων** αποτελεί το μάθημα στο οποίο διδάσκεται η δομημένη ανάλυση, αλλά και ο σχεδιασμός του λογισμικού. Περιγράφονται τα διαγράμματα ροής και ροής δεδομένων, τα δομικά τους στοιχεία και τα συνήθη λάθη που γίνονται κατά το σχεδιασμό τους.

Εκτός από τη δομημένη, διδάσκεται και η πολυεπίπεδη ανάλυση, τα διαγράμματα ανάθεσης διαδικασιών, η αντικειμενοστρεφής ανάλυση και ο σχεδιασμός καθώς και η γλώσσα UML. Επιπλέον, αναλύονται τα διαγράμματα ακολουθίας, καταστάσεων και δραστηριοτήτων και ο τρόπος σχεδιασμού διαλογικών εφαρμογών με τη μεθοδολογία ICONIX, της οποίας αναλύονται οι απαιτήσεις, η δομή της, ο αρχικός σχεδιασμός και η εφαρμογή της.

Το μάθημα **Ειδικά Θέματα Βάσεων Δεδομένων** αναφέρεται στη σχεδίαση των Βάσεων Δεδομένων και τη μετάβαση από το μοντέλο οντοτήτων συσχετίσεων στο σχεσιακό. Ακόμα, τονίζεται ο ρόλος του διαχειριστή βάσεων δεδομένων, αλλά και τα

καθήκοντα που έχει. Γίνεται λόγος για την ασφάλεια και δικαιοδοσία σε βάσεις δεδομένων, για τα αντίγραφα της βάσης δεδομένων και την επαναλειτουργία της βάσης. Στην ύλη του μαθήματος είναι και ο συγχρονισμός προσπέλασης σε περιβάλλον που υπάρχουν πολλοί χρήστες, αλλά και η βελτιστοποίηση των αιτημάτων προσπέλασης.

Επιπλέον, γίνεται αναφορά στα επίκαιρα θέματα βάσεων δεδομένων, όπως είναι οι βάσεις δεδομένων στο διαδίκτυο, οι βάσεις πολυμέσων, η διαχείριση γνώσης, η ασφάλεια βάσεων δεδομένων και η τεχνολογία oracle. Ακόμα, αναπτύσσονται τα συστήματα διαχείρισης βάσεων δεδομένων ανοιχτού κώδικα και εφαρμογές πάνω από διεπαφές επικοινωνίας με κατανεμημένες βάσεις και αρχιτεκτονική τριών επιπέδων.

Στο **επόμενο εξάμηνο, το Στ'** τα μαθήματα που διδάσκονται οι φοιτητές που έχουν επιλέξει την κατεύθυνση “Διοίκηση Πληροφοριακών Συστημάτων” είναι ο Αντικειμενοστρεφής Προγραμματισμός, οι Τεχνολογίες Παγκόσμιου Ιστού και το Ηλεκτρονικό Επιχειρείν.

Στο μάθημα **Αντικειμενοστρεφής Προγραμματισμός** γίνεται αυτό που ορίζει και η λέξη, αντικειμενοστρεφής προσέγγιση, περιγράφονται το ιστορικό και οι εφαρμογές της καθώς και το τι είναι αντικειμενοστρεφής φιλοσοφία. Αναλύονται οι μεθοδολογίες για αντικειμενοστρεφή ανάλυση και το σχεδιασμό πληροφοριακών συστημάτων, καθώς και τα στοιχεία αντικειμενοστρεφών γλωσσών προγραμματισμού, η υλοποίηση διεπαφών χρήστη, η διαχείριση αρχείων, καθώς και ο προγραμματισμός με γλώσσα Java.

Στο μάθημα **Τεχνολογίες Παγκόσμιου Ιστού** αναφέρονται οι ορισμοί, αλλά και τα θεμελιώδη συστατικά, από τα οποία δομείται το διαδίκτυο. Περιγράφεται το μοντέλο πελάτη-διακομιστή (client-server), η αρχιτεκτονική web browser, τα είδη web servers και δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στον πελάτη του ιστού. Επίσης, περιγράφονται οι τύποι των ιστοσελίδων, ο τρόπος και η φιλοσοφία που μπορούν να σχεδιαστούν, ο ρόλος και τα κριτήρια της ευχρηστίας τους. Επίσης, εξηγείται πιο είναι το αρχικό πλάνο, αλλά ο λόγος

που που θα πρέπει να αναπτυχθεί ένας ιστότοπος, καθώς επίσης και τα λειτουργικά, τα στρατηγικά και τα περιστασιακά οφέλη του.

Τονίζονται οι απαιτήσεις και τα σημεία επικέντρωσης του σχεδιασμού, αλλά εξετάζεται και η υπάρχουσα κατάσταση και τα προβλήματα που προκαλούνται από τη χρήση του παγκόσμιου ιστού. Αναφορικά με την εφαρμογή CSS δίνεται ο ορισμός της μορφοποίησης και γίνεται η σύγκριση με τη γλώσσα προγραμματισμού Java. Αναλύονται οι μεταβλητές, οι εντολές επιλογής, οι δομές επανάληψης, οι τεχνολογίες και γλώσσες αναπαράστασης μεταδεδομένων και γίνεται λόγος για τους ευφυείς πράκτορες και γενικότερα τις υπηρεσίες του παγκόσμιου ιστού για την υλοποίησή τους και την παρουσίαση της εξαγωγής συμπερασμάτων με λογική στο σημασιολογικό ιστό.

Με το μάθημα **Ηλεκτρονικό Επιχειρείν** οι φοιτητές μπορούν να εισαχθούν στην έννοια της e-Επιχειρηματικότητας, του ηλεκτρονικού επιχειρείν και του ηλεκτρονικού εμπορίου. Αναφορικά με το ηλεκτρονικό εμπόριο καταγράφονται οι βασικές του κατηγορίες, τα επιχειρηματικά μοντέλα του. Επίσης, οι φοιτητές είναι σε θέση να μάθουν για το ηλεκτρονικό κατάστημα (e-shop) και την ασφάλεια των συναλλαγών, τις ψηφιακές υπογραφές και την κρυπτογραφία.



Στην ύλη του μαθήματος εμπεριέχονται οι τεχνικές εξατομίκευσης, οι υπηρεσίες και τεχνολογίες εξατομίκευσης κι άλλες τεχνικές και αλγόριθμοι, όπως και ο τρόπος πληρωμής μέσω του διαδικτύου, δηλαδή οι ηλεκτρονικές πληρωμές, οι ηλεκτρονικές και έξυπνες κάρτες, οι ηλεκτρονικές επιταγές και η ασφάλεια των συναλλαγών. Πολύ βασικό, λοιπόν, είναι να γίνει κατανοητή η υλοποίηση εφαρμογών ηλεκτρονικού εμπορίου και ηλεκτρονικού επιχειρείν μέσω των εργαλείων ανάπτυξης και τους δικτυακούς τόπους ολοκληρωμένων λύσεων, αλλά και των γλώσσων προγραμματισμού για τη δημιουργία συστημάτων ηλεκτρονικού εμπορίου και ηλεκτρονικού επιχειρείν.

Στο επόμενο εξάμηνο, **το Ζ΄**, οι μαθητές διδάσκονται τα μαθήματα Διαχείριση Έργων, Προγραμματισμός και Διαχείριση Επιχειρηματικών Πόρων (ERP) και Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης.

Στο μάθημα **Διαχείριση Έργων** οι φοιτητές εξεικοιώνονται κατά κύριο λόγο με τις βασικές έννοιες που αναφέρονται σε στοιχεία σχετικά με το πώς να μάθουν να διαχειρίζονται λειτουργίες, δεδομένα για το χρονικό προγραμματισμό των έργων και να βρουν τρόπους προκειμένου να αντιμετωπίσουν τα προβλήματα που είναι σχετικά με τον τρόπο που θα υλοποιηθούν οι επιχειρησιακές αποφάσεις, αλλά και δυσκολίες. Επιπλέον, παρουσιάζονται πολύ αναλυτικά οι μεθοδολογίες χρονικού προγραμματισμού και σωστής οργάνωσης των εργασιών ή δραστηριοτήτων για κατασκευή έργων με κριτήριο να καλυτερεύσει η ταχύτητα με την οποία εκτελούνται οι εργασίες, αλλά και να γίνει άριστη η διάθεση ανθρώπινων καθώς και οικονομικών πόρων.

Επίσης, οι σπουδαστές διδάσκονται το δικτυωτό προγραμματισμό, αλλά και την τεχνική κατασκευή του δικτυωτού διαγράμματος, όπως επίσης και τα διαγράμματα Gantt που έχουν να κάνουν με την αριστοποίηση του χρόνου, του δυναμικού και του κόστους. Τέλος, πραγματοποιείται μια εισαγωγή στον όρο Project Management, δηλαδή οι φοιτητές μαθαίνουν πώς οργανώνεται ένα έργο, πώς εκτιμάται το κόστος, αλλά και πώς ελέγχεται,

επιχειρηματικές μονάδες διαφορετικών μεγεθών και άλλων κλάδων και λειτουργούν κανονικά.

Τέλος, στο τρίτο μάθημα της κατεύθυνσης “Διοίκησης Πληροφοριακών Συστημάτων”, του τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων, **Διοίκηση Πληροφοριακών Συστημάτων**, διδάσκεται η έννοια των πληροφοριακών συστημάτων στη σύγχρονη επιχείρηση, η δομή και το πλαίσιο μέσα στο οποίο αναλύονται. Τονίζεται ιδιαίτερα η σχέση πληροφοριακών συστημάτων και management και αναλύονται τα στοιχεία τεχνολογίας για την επεξεργασία δεδομένων, την οργάνωσή τους, τη σχεδίαση και ανάλυση συστημάτων καθώς και κάποιες εφαρμογές.

Επί πρόσθετα, αξιολογείται ο στρατηγικός σχεδιασμός των πληροφοριακών συστημάτων. Αφενός όλες οι βασικές έννοιες και αφετέρου η δομή, το περιβάλλον και η διαδικασία και μεθοδολογία με την οποία αναπτύσσονται τα Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης. Ακόμα, αναλύονται περιπτώσεις, αλλά και καταστάσεις που εμφανίζεται κίνδυνος, ελέγχονται και αξιολογούνται τα Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης. Τέλος, αναλύονται ζητήματα επικοινωνίας και ανθρώπινων σχέσεων, ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα και περιπτώσεις από την ελληνική πραγματικότητα του στρατηγικού προγραμματισμού και των Πληροφοριακών Συστημάτων των επιχειρήσεων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΦΟΙΤΗΤΩΝ ΤΗΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗΣ ΤΗΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

5.1 Τα στερεότυπα ως προς το φύλο

Τα στερεότυπα αποτελούν αντιλήψεις που κατέχουν οι άνθρωποι για ορισμένες ομάδες. Τα στερεότυπα είναι είτε θετικά είτε αρνητικά και πρόκειται για χαρακτηριστικές, αλλά και συχνά κάποιες αυθαίρετες γενικεύσεις που στηρίζονται στην ελάχιστη γνώση για μια ομάδα ατόμων. Τέτοιες αντιλήψεις και απόψεις οδηγούν σε διακρίσεις και φυσικά υπάρχουν στερεότυπα, τα οποία ασκούν θετική ή αρνητική επιρροή στο κάθε φύλο. Από μελέτες που έχουν πραγματοποιηθεί σχετικά με το θέμα των στερεοτύπων ως προς το φύλο, έχει προκύψει ότι υπάρχουν χαρακτηριστικά γνωρίσματα της προσωπικότητας του ατόμου ή ιδιότητες που αποδίδονται στους ανθρώπους ανάλογα με το γένος τους. (Zewdie, Reichard, 2008)

Κατά συνέπεια, το ανδρικό στερεότυπο παρουσιάζει ορισμένα χαρακτηριστικά προσωπικότητας, όπως είναι λόγου χάρη, η επιθετικότητα, η ανεξαρτησία, η ανταγωνιστικότητα, η τόλμη, η αποφασιστικότητα, η γενναιότητα, η ψυχραιμία, η εξυπνάδα, κ.λ.π. Από την άλλη μεριά, στο γυναικείο φύλο εντοπίζονται πιο εύκολα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας που σχετίζονται κατά κύριο λόγο με την εξάρτηση, την ευγένεια, την παθητικότητα, την υποχωρητικότητα κ.λ.π.

Οι κοινωνικές αντιλήψεις αναφορικά με τα φύλα δεν περιορίζονται μόνο στα χαρακτηριστικά της προσωπικότητάς τους, αλλά και στο ρόλο που οι άνδρες και οι γυναίκες εκτελούν στην οικογένεια, αλλά και στα επαγγέλματα που θεωρείται ότι είναι περισσότερο κατάλληλοι. Παλαιότερα, οι κοινωνικές αντιλήψεις που κυριαρχούσαν για τα

δύο φύλα ήταν μεροληπτικές υπερ των ανδρών. Τέτοιες απόψεις και αντιλήψεις για το ανδρικό φύλο έχουμε παρατηρήσει σε αρκετές έρευνες. Συνήθως, οι άνθρωποι αντιλαμβάνονται τους άνδρες ως πιο αποτελεσματικούς ηγέτες. (Johnosn et al, 2008) Οι γυναίκες μάνατζερς θα πρέπει να παρουσιάζουν καλύτερες επιδόσεις από τους άνδρες σε ανάλογη θέση για να αναλάβουν δράση. Πρέπει, με άλλα λόγια, να έχουν διοικητικό χαρακτήρα.

Παρατηρούμε, λοιπόν, ότι κατά καιρούς έχουν πραγματοποιηθεί διάφορες μελέτες για τις αντιλήψεις των δύο φύλων σε σχέση με τις ομοιότητες που μπορεί να παρουσιάσουν τα χαρακτηριστικά των στελεχών με τα γυναικεία χαρακτηριστικά. Αρκετές φορές, τα χαρακτηριστικά που έχουν σχέση με τυπικές αντρικές συμπεριφορές περιγράφουν έναν καλό μάνατζερ, όμως, αυτό δεν ισχύει πάντα.

Με βάση μια άλλη έρευνα που πραγματοποιήθηκε, αναφέρεται μία διαφορετική στάση στο ζήτημα αυτό αναφορικά με τις γυναίκες. Πιο, συγκεκριμένα οι άντρες φοιτητές του management επιμένουν στο αρσενικό διευθυντικό στερεότυπο. Στη σύγχρονη εποχή, οι γυναίκες φοιτήτριες του management δεν έρχονται πλέον αντιμέτωπες με τα σεξιστικά στερεότυπα στον εργασιακό χώρο. (Schein, Mueller, Jacobson, 1989)

Η ανάπτυξη του ατόμου στον επαγγελματικό τομέα και οι επιλογές του συνδέονται με την κοινωνικοποίησή του. Πολλοί μελετητές θεωρούν ότι οι διαφορές που υπάρχουν όταν επιλέγεται επάγγελμα από το γυναικείο ή από το ανδρικό φύλο, συνδέονται με τη διαδικασία και τις αντιλήψεις για τους ρόλους των δύο φύλων. Με το φύλο προσδιορίζονται οι κλίσεις, αλλά και οι επιθυμίες που έχει το άτομο, ενώ παράλληλα δημιουργούνται και εμπόδια για επαγγελματικές ευκαιρίες.

Με κριτήριο το φύλο παρατηρούνται διαφορές από την παιδική ακόμα ηλικία σχετικά με τα ενδιαφέροντα. Οι διαφορές συνδέονται και με το ρόλο που καλούνται να

παίζουν στο μέλλον καθώς και τις επαγγελματικές τους προτιμήσεις. Κάθε παιδί έχει εντελώς διαφορετικά πρότυπα και με αυτά θα πρέπει να ταυτιστεί.

5.2 Η προσωπικότητα και τα ενδιαφέροντα του φοιτητή

Η προσωπικότητα ενός ατόμου έχει άμεση σχέση με όλες τις πτυχές των δραστηριοτήτων του ανθρώπου, άρα και με την επιλογή κατεύθυνσης ενός φοιτητή του τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων. Η προσωπικότητα κάθε φοιτητή είναι εντελώς διαφορετική από των υπολοίπων, δηλαδή είναι μοναδική, διότι εξαρτάται από την κληρονομικότητα και από τις περιβαλλοντικές επιδράσεις. Η σταθερότητα και η μοναδικότητα της προσωπικότητας αποτελούν δύο χαρακτηριστικά γνωρίσματα που έχουν άμεση σχέση με το θέμα της επιλογής κατεύθυνσης. (Αποσπόρη, 2008)

Με τη μελέτη των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών της προσωπικότητας ενός φοιτητή (χαρακτήρα, νοημοσύνη, σωματική διάπλαση κ.λ.π.), είναι δυνατό να παρατηρήσει κανείς ότι ασκείται σημαντική επιρροή στην επιλογή κατεύθυνσης. Τα κίνητρα είναι δυνατό να ωθήσουν ένα άτομο στην επίτευξη ορισμένων επαγγελματικών στόχων. Επιπλέον, πολύ σημαντικό ρόλο παίζει και η εικόνα που έχει σχηματίσει ο φοιτητής για τον εαυτό του, τις ικανότητες του, τα χαρακτηριστικά του στην επιλογή κατεύθυνσης που θα κάνει στο τμήμα του.

Η επιλογή της κατεύθυνσης της “Διοίκησης Επιχειρήσεων” από ένα φοιτητή προϋποθέτει να έχει κάποια χαρακτηριστικά όπως είναι για παράδειγμα: (Λιάντας, 1996)

- Η ενεργητικότητα
- Η συνεργασία
- Η κοινωνικότητα
- Η σύνεση και η προσεχτικότητα

- Η αξιοπιστία και η εγκυρότητα
- Η επιρροή από άλλους
- Η ανάληψη πρωτοβουλιών και ευθυνών

Η συσχέτιση της προσωπικότητας με την επιλογή κατεύθυνσης στη σχολή φοίτησης φαίνεται να αποκτά όλο και μεγαλύτερη σημασία τα τελευταία χρόνια. Στη σύγχρονη εποχή υποστηρίζεται ότι απαιτείται η ωριμότητα του φοιτητή για να γίνουν τέτοιου είδους επιλογές και ότι για να γίνουν είναι πολύ βασικό να ληφθούν υπόψη ιδιαίτερα η προσωπικότητά του, αλλά και οι ανάγκες του.

Γενικότερα, η προσωπικότητα του φοιτητή είναι βασική προϋπόθεση όταν επιλέγεται η κατεύθυνση που θέλει να ακολουθήσει στη σχολή φοίτησής του. Η έννοια της προσωπικότητας αναφέρεται στο σύνολο των χαρακτηριστικών που σχετίζονται άμεσα με την ιδιοσυγκρασία, τη συνήθη συμπεριφορά και το χαρακτήρα που συνδέεται με συνήθειες και συμπεριφορές. Η προσωπικότητα περικλείει κάποιες βασικές τάσεις καθώς και ένα συνδυασμό χαρακτηριστικών που ωθούν κάποιον να αντιδράσει με ορισμένους τρόπους όταν έρχονται αντιμέτωποι με κάποιες συγκεκριμένες καταστάσεις. (Λιάντας, 1996)

Μερικά από τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας ενός φοιτητή που επιλέγει την κατεύθυνση της “Διοίκησης Επιχειρήσεων” μπορεί να είναι η κοινωνικότητα, αλλά παράλληλα και η απομόνωση, η εσωστρέφεια και η εξωστρέφεια, η εξάρτηση και η ανεξαρτησία, η λογική και το συναίσθημα. Τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας επηρεάζουν τη συμπεριφορά στην εργασία, αλλά κατά κύριο λόγο τις επιλογές που κάνει ένας φοιτητής στα επαγγελματικά του. Υπάρχουν, παραδείγματος χάρη, περιπτώσεις στις οποίες κάποιος φοιτητής δεν έχει την κοινωνικότητα που απαιτείται για τα επαγγέλματα που είναι σχετικά με το μάρκετινγκ και τις πωλήσεις. Αναμφίβολα, η προσωπικότητα επιδρά καθοριστικά στην επιλογή κατεύθυνσης και κατά συνέπεια στην επιτυχία.

Είναι σίγουρο ότι η προσωπικότητα ενός φοιτητή έχει άμεση σχέση όχι μόνο με τους τρόπους επιλογής του επαγγέλματος, αλλά και με οποιαδήποτε πτυχή της ανθρώπινης δραστηριότητας. Η προσωπικότητα του φοιτητή είναι μοναδική και αυτό είναι κάτι, το οποίο προκύπτει από τις επιδράσεις που δέχεται κανείς και είναι διαφορετικές. Μελετώντας τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που αποτελούν την προσωπικότητα ενός φοιτητή, δηλαδή το χαρακτήρα, τα κίνητρα, τη νοημοσύνη, κ.λ.π. είναι δυνατό να παρατηρήσει κανείς ότι επιδρούν στην επιλογή κατεύθυνσης πολύ σημαντικά. (Παπαδόπουλος, 2001)

Αναμφίβολα, τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας ενός φοιτητή στην προτίμηση κατεύθυνσης συνδέονται άμεσα με τις ανάγκες του. Η διάσταση της προσωπικότητας, η οποία σχετίζεται με τη λογική ή τη συναισθηματική αντιμετώπιση των καταστάσεων, ασκεί επιρροή στην επιλογή κατεύθυνσης.

Η επιλογή κατεύθυνσης που στηρίζεται και στις ιδιαίτερες ικανότητες ενός φοιτητή είναι δυνατό να του ανοίξει το δρόμο για μια επιτυχημένη επαγγελματική σταδιοδρομία, εφόσον βέβαια συντρέχουν και άλλοι εξίσου σημαντικοί παράγοντες. Ανάμεσα στις δεξιότητες και στις ικανότητες υπάρχει πολύ σημαντική σχέση. (Παπαδόπουλος, 2001) Τα ενδιαφέροντα είναι κάποιες συνειδητές και παράλληλα συναισθηματικά φορτισμένες κινήσεις που κάνει ο φοιτητής προκειμένου να καλυφθούν οι ανάγκες του. Με την επιλογή κατεύθυνσης αναφέρονται οι παρακάτω τύποι ενδιαφερόντων:

Ο πρώτος τύπος είναι τα εκδηλωμένα ενδιαφέροντα που δηλώνουν οι φοιτητές ότι έχουν όταν ρωτώνται τι είναι αυτό που τους αρέσει.

Ο δεύτερος τύπος είναι τα εξωτερικευμένα ενδιαφέροντα που είναι μέρος του τρόπου ζωής του φοιτητή.

Ο τρίτος τύπος είναι τα ενδιαφέροντα που έχουν καταγραφεί και αποκαλύπτονται όταν ο φοιτητής συμπληρώσει ένα ερωτηματολόγιο ενδιαφερόντων.

5.3 Η τάση των φοιτητών για ανάπτυξη επιχειρηματικότητας και τη δημιουργία καριέρας

Κάποιοι φοιτητές επιλέγοντας την κατεύθυνση της Διοίκησης των Επιχειρήσεων ενδεχομένως να έχουν βλέψεις να γίνουν στελέχη μεγάλων επιχειρηματικών μονάδων και να πρέπει να έχουν επιχειρηματικό πνεύμα.

Υπάρχουν πολλοί ορισμοί, οι οποίοι μπορούν να περιγράψουν την έννοια της επιχειρηματικότητας. Επιχειρηματικότητα είναι το κινήγι μιας ευκαιρίας και η μετατροπή μιας ιδέας σε κάτι χειροπιαστό. Παράλληλα, επιχειρηματίας είναι το άτομο εκείνο, το οποίο συλλαμβάνει μια ιδέα και συγκεντρώνει τους πόρους που είναι απαραίτητοι προκειμένου να υλοποιηθεί και να γίνει η προσαρμογή στην αγορά έχοντας ως στόχο την αποκόμιση οικονομικού οφέλους. (Αποσπόρη, 2008)

Αρκετοί είναι οι φοιτητές που διαθέτουν επιχειρηματικές ιδέες, όμως, δε βρίσκονται όλοι στην ίδια θέση να κυνηγήσουν ακριβώς τις ίδιες ευκαιρίες. Επομένως, στον ορισμό της έννοιας της επιχειρηματικότητας είναι πολύ σημαντικό το στοιχείο της διαφοροποίησης του ατόμου. Το άτομο που διακατέχεται από επιχειρηματικό πνεύμα έχει τη δυνατότητα να αναπτύσσει τις δυνατότητες της επιχείρησης, να παράγει και να προσφέρει αξία και παράλληλα να δημιουργεί κέρδος, όπως και να συντηρεί το κέρδος για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα κι έπειτα να το επεκτείνει.

Κάποιοι φοιτητές διακατέχονται από επιχειρηματικότητα, δηλαδή θέλουν και προσπαθούν να κάνουν κάτι καινούριο. Επομένως, πολλοί επιλέγουν να φοιτήσουν σε

σχολές, όπως είναι η Διοίκηση Επιχειρήσεων και επιλέγουν μάλιστα και τη συγκεκριμένη κατεύθυνση προκειμένου να διευρύνουν τους ορίζοντές τους και να ασχοληθούν μελλοντικά με κάτι που πραγματικά τους ενδιαφέρει κι έχουν μεγάλη έφεση σε αυτό. Η επιχειρηματικότητα είναι μια έννοια που αναφέρεται στη διαδικασία, η οποία περικλείει όλες τις λειτουργίες, τις δραστηριότητες και φυσικά τις ενέργειες που συνδυάζονται με άμεσο τρόπο με τον εντοπισμό των ευκαιριών και την αξιοποίησή τους. (Μπουραντάς, 1999)

Πολλοί οικονομολόγοι θεωρούν ότι η επιχειρηματικότητα αποτελεί έναν τέταρτο παραγωγικό συντελεστή. Επικρατεί η άποψη ότι επιχειρηματικότητα είναι η ικανότητα που έχουν ορισμένοι να διαβλέπουν το κέρδος και να κάνουν συνδυασμό των υπόλοιπων τριών συντελεστών παραγωγής, της εργασίας, της γης και του κεφαλαίου προκειμένου να παραχθούν τα προϊόντα ή υπηρεσίες. (Γεωργιάδης, 2008)

Οι φοιτητές που έχουν ήδη επιχειρηματικό πνεύμα και επιλέγουν αυτή την κατεύθυνση για να μάθουν να συμπεριφέρονται περισσότερο ως επιχειρηματίες, εμπλουτίζουν τις γνώσεις τους με:

- Το συνδυασμό παραγωγικών συντελεστών που είναι απαραίτητος για να παραχθούν προϊόντα ή υπηρεσίες.
- Την εισαγωγή και εφαρμογή καινοτομιών.
- Την ανάληψη επιχειρηματικού κινδύνου.
- Τη σωστή χρήση των στοιχείων παραγωγής.
- Τη συμβολή των συνδυασμών παραγωγικών συντελεστών στην οικονομική ανάπτυξη της επιχειρηματικής μονάδας.

Είναι βέβαιο ότι υπάρχουν χαρισματικά άτομα που γεννιούνται επιχειρηματίες. Όμως, ακόμα και αυτοί που δεν έχουν έμφυτο το ταλέντο της επιχειρηματικότητας, είναι

δυνατό να είναι δημιουργικοί, να έχουν όραμα, να είναι αισιόδοξοι και να εμφανίσουν στην πορεία χαρακτηριστικά που θα του επιτρέψουν να γίνουν επιτυχημένοι επιχειρηματίες και να σπουδάσουν αυτό που τους ενδιαφέρει για να αποκτήσουν γνώσεις και να αναπτύξουν ακόμα περισσότερο τις γνώσεις και τις δεξιότητές τους.

Η έννοια της καριέρας είναι συνώνυμη με τη λέξη σταδιοδρομία. Πολλοί φοιτητές, οι οποίοι ακολουθούν την κατεύθυνση της Διοίκησης Επιχειρήσεων επιθυμούν να κάνουν τη δική τους καριέρα στο μέλλον. Η επιλογή σχολής φοίτησης και της κατεύθυνσης που ακολουθείται από τους φοιτητές παίζει σημαντικό ρόλο στην εκπαίδευσή τους, στην απόκτηση γνώσεων, επιπλέον ικανοτήτων και δραστηριοτήτων, προκειμένου να βγουν με τα κατάλληλα προσόντα στην αγορά εργασίας και να κκυνηγήσουν το όνειρό τους, δηλαδή να ασχοληθούν με το επάγγελμα που θέλουν πραγματικά. (Dessler, 2005)

Οι σημαντικότεροι στόχοι διαχείρισης καριέρας είναι: (Larsen, 2004)

- Η διερεύνηση των γνώσεων καθώς και εμπειριών των ατόμων.
- Η αναγνώριση των ανθρώπινων δυνατοτήτων.
- Η παροχή ανταμοιβών και αξιοκρατικών κριτηρίων.
- Η καθοδήγηση και το κίνητρο να φτάσουν στις μέγιστες δυνατότητες που μπορούν να προσφέρουν.
- Η εξασφάλιση και η ικανοποίηση των αναγκών σε συνδυασμό με τη συνεχή εξέλιξη των ατόμων.

Η ανάπτυξη ικανών στελεχών είναι μια διαδικασία συνεχούς ελέγχου ανάπτυξης των ανθρώπων μιας επιχείρησης προκειμένου να επιτευχθούν οι στόχοι καθώς και οι στρατηγικές της. Η ανάπτυξη των στελεχών είναι πάρα πολύ χρήσιμη για να βελτιώνεται η

συνολική αποτελεσματικότητα τους και να έχουν μεγαλύτερο μερίδιο ευθύνης. Στη σημερινή εποχή, λόγω της πολυπλοκότητας των επιχειρηματικών μονάδων είναι λογικό να είναι απαραίτητα τα προγράμματα για την ανάπτυξη των στελεχών, αλλά απαραίτητη προϋπόθεση είναι να υπάρχει η κατάλληλη εκπαίδευση. (Παπαλεξανδρή, Μπουραντάς, 2002)

5.4 Άλλα χαρακτηριστικά φοιτητών για την επιλογή του τμήματος της “Διοίκησης Επιχειρήσεων”

Τα μαθήματα της κατεύθυνσης “Διοίκησης Επιχειρήσεων” του τμήματος έχουν άμεση σχέση με τις λειτουργίες της επιχείρησης, τον τρόπο και τις μεθόδους που λαμβάνονται οι αποφάσεις μέσα σε ένα περιβάλλον έντονης αβεβαιότητας και τις τεχνικές που απαιτούνται για την πραγματοποίηση προβλέψεων και για τον έλεγχο διάφορων οικονομικών μεγεθών. Κατά συνέπεια, πολλοί είναι οι φοιτητές, οι οποίοι την επιλέγουν, διότι ταιριάζει καλύτερα στη προσωπικότητά τους και με αυτό το οποίο θέλουν να ασχοληθούν πραγματικά στο μέλλον.

Επιθυμούν να διευρύνουν τις γνώσεις τους σχετικά με τις λειτουργίες των επιχειρήσεων και των οργανισμών, τη διάκριση αγαθών και υπηρεσιών, το στρατηγικό ρόλο που έχει μια εταιρία στο παγκοσμιοποιημένο ανταγωνιστικό περιβάλλον. Η επιλογή του μέρους που θα τοποθετηθεί μια εγκατάσταση, η στρατηγική επιλογή χωροταξίας, ο σχεδιασμός της παραγωγικότητας και η διαχείριση αποθεμάτων είναι σημαντικά ζητήματα με τα οποία ασχολούνται οι φοιτητές που επιλέγουν την κατεύθυνση αυτή.

Πολλοί φοιτητές είναι δυναμικοί και αποφασιστικοί κι επιλέγουν την κατεύθυνση της “Διοίκησης Επιχειρήσεων” για το λόγο ότι επιθυμούν να μάθουν περισσότερα για τη

λήψη επιχειρηματικών αποφάσεων. Δηλαδή, επιδιώκουν να μάθουν για τα είδη των επιχειρηματικών αποφάσεων, αλλά και το περιβάλλον μέσα στο οποίο θα πρέπει να ληφθούν αυτές, όπως είναι παραδείγματος χάρη, οι συνθήκες αβεβαιότητας, οι συνθήκες βεβαιότητας και κινδύνου. Οι φοιτητές θα πρέπει να σκέφτονται ορθολογικά αναφορικά με τη λήψη επιχειρηματικών αποφάσεων και γι' αυτό θα πρέπει να μαθαίνουν μεθόδους δημιουργικής σκέψης, όπως είναι λόγου χάρη, οι αναλογίες.

Οι φοιτητές του τμήματος της Διοίκησης Επιχειρήσεων έχουν την ευκαιρία να αποκτήσουν ορισμένες γνώσεις σχετικά με τις μεθόδους πρόβλεψης και τα πιο γνωστά υποδείγματα χρονολογικών σειρών. Η καινοτομία και επιχειρηματικότητα, η επιχειρησιακή έρευνα, καθώς και η διαχείριση εφοδιαστικής αλυσίδας αποτελούν ενδιαφέροντα ζητήματα με τα οποία θέλει να ασχοληθεί η πλειονότητα των φοιτητών και να αποκτήσει πιο πολλές γνώσεις, διότι καθένα από αυτά είναι σημαντικό κομμάτι της διοίκησης μιας επιχείρησης.

Η καινοτομία αποτελεί μία έννοια, η οποία τα τελευταία χρόνια συνδέεται όλο και περισσότερο με την έννοια της επιχειρηματικότητας και πολλοί φοιτητές, οι οποίοι διακατέχονται από επιχειρηματικό πνεύμα, έχουν τη φιλοδοξία ότι μελλοντικά θα ανοίξουν τη δική τους επιχειρηματική μονάδα ή ακόμα ότι μπορεί να τους δοθεί η ευκαιρία να είναι ένα από τα διοικητικά στελέχη μιας επιχείρησης.

Γι' αυτό με την επιλογή της κατεύθυνσης της “Διοίκησης Επιχειρήσεων” επιδιώκουν να διδαχθούν την υιοθέτηση, αλλά και την εφαρμογή καινοτόμων ιδεών από μια επιχείρηση, τα είδη της καινοτομίας και τις νέες προκλήσεις τους και να μάθουν σχετικά με τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα που της προσφέρει. Αναμφίβολα, η καινοτομία ως θεμελιώδης διαδικασία του μάνατζμεντ μπορεί να συνδέεται με πολλές στρατηγικές έρευνας και ανάπτυξης, με τη δημιουργικότητα, την επιλογή και χρηματοοικονομική αξιολόγηση έργων σχετικών με έρευνα και ανάπτυξη και τις τεχνολογικές προβλέψεις.

Οι φοιτητές του τμήματος που επιλέγουν την κατεύθυνση της “Διοίκησης Επιχειρήσεων” επιθυμούν να αναλάβουν πρωτοβουλίες και ευθύνες και επιθυμούν να διδαχθούν μέσω του μαθήματος της Επιχειρησιακής Έρευνας τα στοιχεία που συνθέτουν το τυπικό υπόδειγμα αναμονής, τους νόμους αρίξεων και προτεραιοτήτων, τις συνήθειες κατανομές, την παράλληλη ή σειριακή δημιουργία ουρών, τη δυναμικότητα σταθμών εξυπηρέτησης, τη συλλογή δεδομένων και τον έλεγχό τους.

Οι φοιτητές που επιθυμούν να ασχοληθούν με όλους τους τομείς διοίκησης σε μια επιχείρηση επιλέγουν την κατεύθυνση της “Διοίκησης Επιχειρήσεων”, επειδή είναι αποφασισμένοι να μάθουν και για τη διαχείριση εφοδιαστικής αλυσίδας, προκειμένου να αναλύουν τις μεθόδους, αλλά και τις τεχνικές που έχουν ως αντικείμενο να σχεδιάζονται, να ελέγχονται και να εκτελούνται οι ροές αγαθών και υπηρεσιών σε σύστημα που περιλαμβάνει τη διαδικασία παραγωγής, τους προμηθευτές, τα δίκτυα διανομής για να φτάσει το προϊόν στον τελικό καταναλωτή.

Οι αποφασισμένοι φοιτητές του τμήματος να επιλέξουν την κατεύθυνση της “Διοίκησης Επιχειρήσεων” επιθυμούν να μάθουν περισσότερα πράγματα για τη στρατηγική των επιχειρήσεων, τις ποσοτικές μεθόδους στη λήψη επιχειρηματικών αποφάσεων και τις διεθνείς σχέσεις και τους θεσμούς.

Οι φοιτητές έχουν το ενδιαφέρον να μάθουν για το εσωτερικό και το εξωτερικό περιβάλλον των επιχειρηματικών μονάδων, τον τρόπο προσέγγισης όταν σχεδιάζεται μια στρατηγική, τους στόχους τους οποίους θέτει μια επιχείρηση και τις διάφορες τεχνικές ανάλυσης, όπως είναι για παράδειγμα η ανάλυση SWOT που περιγράφει τα δυνατά σημεία, τις αδυναμίες, τις ευκαιρίες και τις απειλές που δέχεται μια επιχείρηση. Επίσης, έχουν το ενδιαφέρον να μάθουν τί ισχύει σε παρόμοιες επιχειρήσεις στο διεθνές περιβάλλον αναφορικά με τον τρόπο διοίκησής τους, αλλά και τί ισχύει σύμφωνα με τους θεσμούς καθώς και τί αλλαγές μπορεί να έχουν αυτοί υποστεί.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΩΝ ΣΕΤ ΕΡΩΤΗΣΕΩΝ

6.1 Τα είδη της έρευνας

Τα δεδομένα στην έρευνα αγοράς συλλέγονται με τη χρήση πρωτογενών, αλλά και δευτερογενών στοιχείων. Τα δευτερογενή στοιχεία είναι εκείνα που ήδη υπάρχουν και η συλλογή τους συνέβη κάποια στιγμή στο παρελθόν για να δοθεί λύση σε κάποιο άλλο πρόβλημα. Τα πρωτογενή στοιχεία συλλέγονται όταν δεν υπάρχουν δεδομένα ή ακόμα κι αν υπάρχουν δε μπορούμε να τα χρησιμοποιήσουμε στη μορφή που βρίσκονται, συνεπώς, θα πρέπει να συγκεντρωθεί το πληροφοριακό υλικό που χρειάζεται για να επιλυθεί το συγκεκριμένο πρόβλημα. (Σταθακόπουλος, 2005)

Τα είδη της έρευνας είναι ποιοτική και η ποσοτική έρευνα. Η ποιοτική έρευνα χρησιμοποιείται για να γίνει η αξιολόγηση διάφορων ιδεών χωρίς την πραγματοποίηση αριθμητικών και στατιστικών μετρήσεων και αναλύσεων. Αποτελεί το εργαλείο για τη διεξαγωγή των προσωπικών συνεντεύξεων ή συζητήσεων αναφορικά με κάποιο συγκεκριμένο προϊόν ή υπηρεσία. (Κυριαζόπουλος-Σιαμαντά, 2009)

Από την άλλη πλευρά, η ποσοτική έρευνα στηρίζεται σε αξιόπιστες, αριθμητικές και στατιστικές μετρήσεις που γίνονται και σχετίζονται με ένα συνολικό πληθυσμό. Υπάρχουν ορισμένες διαφορές μεταξύ της ποιοτικής και της ποσοτικής έρευνας. Στις ποιοτικές έρευνες δε γίνεται η χρήση αριθμητικών δεδομένων. Επιπλέον, η ποιοτική έρευνα έχει μια υποκειμενική ερμηνεία, ενώ η ποσοτική χαρακτηρίζεται από αντικειμενικές περιγραφές. Ακόμα, οι ποσοτικές έρευνες προβλέπουν κάποιο πρόβλημα, πριν την εμφάνισή του, ενώ οι ποιοτικές είναι πιο ευέλικτες και υπάρχει σε αυτές το

απροσδόκητο. Τέλος, οι ποσοτικές έρευνες είναι πιο γενικευμένες και βοηθούν να ελέγχεται η θεωρία, ενώ οι ποιοτικές έρευνες συμβάλλουν στη δημιουργία της θεωρίας.

6.2 Δείγμα ερωτηματολογίου για τους φοιτητές

ΕΝΟΤΗΤΑ Α

ΕΠΙΡΡΟΗ ΑΠΟ ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΛΟΓΗ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗΣ

1) Ασχολείται κάποιος στην οικογένεια με τη διοίκηση των επιχειρήσεων;

Ναι (0,5 βαθμοί)

Όχι (1 βαθμός)

Μπορεί να επιλέξει την κατεύθυνση, αν δεν ασχολείται κάποιος στην οικογένεια, ο φοιτητής φαίνεται να είναι πιο συνειδητοποιημένος για την επιλογή του.

2) Επηρεάστηκες από κάποιο συγγενικό, φιλικό πρόσωπο στην επιλογή της κατεύθυνσης της “Διοίκησης των Επιχειρήσεων” ή ήταν καθαρά δική σου επιλογή;

Επιρροή από συγγενικό πρόσωπο (0,5 βαθμοί)

Επιρροή από φιλικό πρόσωπο(0,5 βαθμοί)

Προσωπική επιλογή (1 βαθμός)

Μπορεί να επιλέξει την κατεύθυνση, αν δε δέχεται επιρροή από άλλο πρόσωπο και είναι δική του επιλογή, θεωρείται ακόμα πιο κατάλληλος για να την επιλέξει.

3) Κατά πόσο συμφωνείς με την πρόταση ότι η επιλογή της κατεύθυνσης της “Διοίκησης των Επιχειρήσεων” ήταν αυτό με το οποίο ήθελες πάντα να ασχοληθείς;

Καθόλου (0,25 βαθμοί)

Λίγο(0,5 βαθμοί)

Μέτρια(0,75 βαθμοί)

Πολύ (1 βαθμός)

Πάρα πολύ (1,5 βαθμοί)

Η βάση της ερωτησης είναι το **πολύ**.

4) Συμφωνείς με την πρόταση ότι επιλέγοντας αυτήν την κατεύθυνση θα αποκτήσεις τις κατάλληλες γνώσεις και θα μπορέσεις να ασχοληθείς μελλοντικά με το αντικείμενο των σπουδών σου;

Καθόλου (0,25 βαθμοί)

Λίγο (0,5 βαθμοί)

Μέτρια (0,75 βαθμοί)

Πολύ (1 βαθμός)

Πάρα πολύ (1,5 βαθμός)

Η βάση της ερώτησης είναι το **μέτρια**.

ΕΝΟΤΗΤΑ Β

ΤΟ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ ΤΟΥ ΦΟΙΤΗΤΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΗΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗΣ ΤΗΣ “ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ”

5) Συμφωνείς με την πρόταση ότι είναι απαραίτητη η γνώση της Διοικητικής Επιστήμης, προκειμένου να απασχοληθεί κανείς μελλοντικά σε μια επιχείρηση;

Καθόλου (0,25 βαθμοί)

Λίγο (0,5 βαθμοί)

Μέτρια (0,75 βαθμοί)

Πολύ (1 βαθμός)

Πάρα πολύ (1,5 βαθμοί)

Η βάση της ερώτησης είναι το **πολύ**.

6) Πόσο συμφωνείς με την πρόταση ότι η επιλογή αυτής της κατεύθυνσης έγινε επειδή πραγματικά σου αρέσει και θέλεις να την ακολουθήσεις κι όχι υποχρεωτικά επειδή δεν σου αρέσει κάποια από τις δύο άλλες επιλογές που έχεις; (κατεύθυνση “Μάρκετινγκ”, κατεύθυνση “Πληροφοριακά Συστήματα”)

Καθόλου (0,25 βαθμοί)

Λίγο (0,5 βαθμοί)

Μέτρια (0,75 βαθμοί)

Πολύ (1 βαθμός)

Πάρα πολύ (1,5 βαθμοί)

Η βάση της ερώτησης είναι το **πολύ**.

7) Πόσο συμφωνείς με την πρόταση ότι η κατεύθυνση της “Διοίκησης των Επιχειρήσεων” που επέλεξες θα σε οδηγήσει σίγουρα σε επαγγελματική αποκατάσταση μελλοντικά;

Καθόλου (0,25 βαθμοί)

Λίγο (0,5 βαθμοί)

Μέτρια (0,75 βαθμοί)

Πολύ (1 βαθμός)

Πάρα πολύ (1,5 βαθμοί)

Η βάση της ερώτησης είναι το **μέτρια**.

8) Κατά πόσο ανταποκρίνεται στις επαγγελματικές σου προσδοκίες η κατεύθυνση της “Διοίκησης των Επιχειρήσεων” του τμήματος σου;

Καθόλου (0,25 βαθμοί)

Λίγο (0,5 βαθμοί)

Μέτρια (0,75 βαθμοί)

Πολύ (1 βαθμός)

Πάρα πολύ (1,5 βαθμοί)

Η βάση της ερώτησης είναι το **μέτρια**.

9) Πόσο συμφωνείς με την πρόταση ότι θα ήθελες περαιτέρω εξειδίκευση στην κατεύθυνση της “Διοίκησης των Επιχειρήσεων” μετά το πέρας των σπουδών σου;

Καθόλου (0,25 βαθμοί)

Λίγο (0,5 βαθμοί)

Μέτρια (0,75 βαθμοί)

Πολύ (1 βαθμός)

Πάρα πολύ (1,5 βαθμοί)

Η βάση της ερώτησης είναι το **μέτρια**.

ΕΝΟΤΗΤΑ Γ

ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΟ ΦΟΙΤΗΤΗ ΣΤΗΝ ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΗΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗΣ ΤΗΣ “ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ”

10) Σε τι βαθμό θεωρείς ότι η προσωπικότητα ενός φοιτητή είναι σημαντικός παράγοντας στην επιλογή κατεύθυνσης της “Διοίκησης των Επιχειρήσεων”;

Καθόλου (0,25 βαθμοί)

Λίγο (0,5 βαθμοί)

Μέτρια (0,75 βαθμοί)

Πολύ (1 βαθμός)

Πάρα πολύ (1,5 βαθμοί)

Η βάση της ερώτησης είναι το **μέτρια**.

11) Κατά πόσο συμφωνείς με την άποψη ότι επιλέγουν κατά κύριο λόγο την κατεύθυνση της “Διοίκησης των Επιχειρήσεων” φοιτητές που επιθυμούν να δημιουργήσουν μια δική τους επιχείρηση στο μέλλον;

Καθόλου (0,25 βαθμοί)

Λίγο (0,5 βαθμοί)

Μέτρια (0,75 βαθμοί)

Πολύ (1 βαθμός)

Πάρα πολύ (1,5 βαθμοί)

Η βάση της ερώτησης είναι το **μέτρια**.

12) Σε τι βαθμό το χαρακτηριστικό “ενεργητικότητα” συμβάλλει στην επιλογή της κατεύθυνσης της “Διοίκησης των Επιχειρήσεων” από έναν φοιτητή;

Καθόλου (0,25 βαθμοί)

Λίγο (0,5 βαθμοί)

Μέτρια (0,75 βαθμοί)

Πολύ (1 βαθμός)

Πάρα πολύ (1,5 βαθμοί)

Η βάση της ερώτησης είναι το **πολύ**.

13) Σε τι βαθμό το χαρακτηριστικό “κοινωνικότητα” συμβάλλει στην επιλογή της κατεύθυνσης της “Διοίκησης των Επιχειρήσεων” από έναν φοιτητή;

Καθόλου (0,25 βαθμοί)

Λίγο (0,5 βαθμοί)

Μέτρια (0,75 βαθμοί)

Πολύ (1 βαθμός)

Πάρα πολύ (1,5 βαθμοί)

Η βάση της ερώτησης είναι το **πολύ**.

14) Σε τι βαθμό το χαρακτηριστικό “ανάληψη ευθύνης” συμβάλλει στην επιλογή της κατεύθυνσης της “Διοίκησης των Επιχειρήσεων” από έναν φοιτητή;

Καθόλου (0,25 βαθμοί)

Λίγο (0,5 βαθμοί)

Μέτρια (0,75 βαθμοί)

Πολύ (1 βαθμός)

Πάρα πολύ (1,5 βαθμοί)

Η βάση της ερώτησης είναι το **πολύ**.

15) Σε τι βαθμό το χαρακτηριστικό “η λήψη πρωτοβουλιών” συμβάλλει στην επιλογή της κατεύθυνσης της “Διοίκησης των Επιχειρήσεων” από έναν φοιτητή;

Καθόλου (0,25 βαθμοί)

Λίγο (0,5 βαθμοί)

Μέτρια (0,75 βαθμοί)

Πολύ (1 βαθμός)

Πάρα πολύ (1,5 βαθμοί)

Η βάση της ερώτησης είναι το **πολύ**.

16) Σε τι βαθμό το χαρακτηριστικό “συνέπεια” συμβάλλει στην επιλογή της κατεύθυνσης της “Διοίκησης των Επιχειρήσεων” από έναν φοιτητή;

Καθόλου (0,25 βαθμοί)

Λίγο (0,5 βαθμοί)

Μέτρια (0,75 βαθμοί)

Πολύ (1 βαθμός)

Πάρα πολύ (1,5 βαθμοί)

Η βάση της ερώτησης είναι το **πολύ**.

17) Σε τι βαθμό το χαρακτηριστικό “αποφασιστικότητα” συμβάλλει στην επιλογή της κατεύθυνσης της “Διοίκησης των Επιχειρήσεων” από έναν φοιτητή;

Καθόλου (0,25 βαθμοί)

Λίγο (0,5 βαθμοί)

Μέτρια (0,75 βαθμοί)

Πολύ (1 βαθμός)

Πάρα πολύ (1,5 βαθμοί)

Η βάση της ερώτησης είναι το **πολύ**.

18) Σε τι βαθμό το χαρακτηριστικό “δυναμικότητα” συμβάλλει στην επιλογή της κατεύθυνσης της “Διοίκησης των Επιχειρήσεων” από έναν φοιτητή;

Καθόλου (0,25 βαθμοί)

Λίγο (0,5 βαθμοί)

Μέτρια (0,75 βαθμοί)

Πολύ (1 βαθμός)

Πάρα πολύ (1,5 βαθμοί)

Η βάση της ερώτησης είναι το **πολύ**.

19) Κατά πόσο συμφωνείς με την άποψη ότι ένα άτομο που επιλέγει την κατεύθυνση της “Διοίκησης των Επιχειρήσεων” θα πρέπει να έχει κλίση και ικανότητες στον τομέα της διοίκησης των επιχειρηματικών μονάδων;

Καθόλου (0,25 βαθμοί)

Λίγο (0,5 βαθμοί)

Μέτρια (0,75 βαθμοί)

Πολύ (1 βαθμός)

Πάρα πολύ (1,5 βαθμοί)

Η βάση της ερώτησης είναι το **πολύ**.

20) Κατά πόσο συμφωνείς με την άποψη ότι τα ενδιαφέροντα ενός φοιτητή της κατεύθυνσης της “Διοίκησης των Επιχειρήσεων” πρέπει να συνδυάζονται με τις φιλοδοξίες του για τη μελλοντική καριέρα του;

Καθόλου (0,25 βαθμοί)

Λίγο (0,5 βαθμοί)

Μέτρια (0,75 βαθμοί)

Πολύ (1 βαθμός)

Πάρα πολύ (1,5 βαθμοί)

Η βάση της ερώτησης είναι το **πολύ**.

21) Κατά πόσο συμφωνείς με την άποψη ότι η τάση της επιχειρηματικότητας που μπορεί να έχει κάποιος φοιτητής είναι καθοριστική στην επιλογή της κατεύθυνσης της “Διοίκησης των Επιχειρήσεων”;

Καθόλου (0,25 βαθμοί)

Λίγο (0,5 βαθμοί)

Μέτρια (0,75 βαθμοί)

Πολύ (1 βαθμός)

Πάρα πολύ (1,5 βαθμοί)

Η βάση της ερώτησης είναι το **πολύ**.

22) Σε τι βαθμό πιστεύεις ότι ο ψυχολογικός παράγοντας ενός ατόμου παίζει ρόλο στην επιλογή της κατεύθυνσης της “Διοίκησης των Επιχειρήσεων”;

Καθόλου (0,25 βαθμοί)

Λίγο (0,5 βαθμοί)

Μέτρια (0,75 βαθμοί)

Πολύ (1 βαθμός)

Πάρα πολύ (1,5 βαθμοί)

Η βάση της ερώτησης είναι το **μέτρια**.

6.3 Διαμόρφωση ερωτηματολογίου

Το συγκεκριμένο ερωτηματολόγιο μπορεί να συμπληρωθεί από πολλούς φοιτητές για να καταλήξουμε σε πιο αντιπροσωπευτικά αποτελέσματα. Επομένως, αφορά κατά κύριο λόγο μια ποσοτική πρωτογενή έρευνα. Για τις περισσότερες ερωτήσεις οι απαντήσεις έχουν διαμορφωθεί σύμφωνα με την πενταβάθμια κλίμακα Λίκερτ για να μπορεί να δηλώσει ο φοιτητής πόσο συμφωνεί ή κατά πόσο διαφωνεί με κάποιες απόψεις και προτάσεις.

Το πρώτο σετ ερωτήσεων σχετίζεται με την επιρροή που δέχεται ο φοιτητής από το περιβάλλον για την επιλογή κατεύθυνσης. Περιλαμβάνει ερωτήσεις, όπως είναι για παράδειγμα, αν ασχολείται κάποιος στην οικογένεια με τη διοίκηση επιχειρήσεων, πράγμα το οποίο σημαίνει ότι αν ασχολείται κανείς σε αυτόν τον κλάδο, ο φοιτητής είναι πιο εύκολο να επηρεαστεί στην επιλογή κατεύθυνσης. Σε αυτό μάλιστα συντελεί η δεύτερη ερώτηση, η οποία βοηθάει να ξεκαθαρίσουμε εάν ο φοιτητής έχει επηρεαστεί από κάποιο συγγενικό πρόσωπο ή από το φιλικό του περιβάλλον στην επιλογή της κατεύθυνσης της “Διοίκησης των Επιχειρήσεων” ή εάν ήταν καθαρά δική του επιλογή. Επίσης, καλείται να απαντήσει σε ποιο βαθμό συμφωνεί με την άποψη ότι η επιλογή της κατεύθυνσης της “Διοίκησης των Επιχειρήσεων” ήταν αυτό με το οποίο ήθελε πάντα ο φοιτητής να ασχοληθεί και η βάση της ερώτησης είναι η απάντηση πολύ. Επίσης, οι φοιτητές καλούνται να δηλώσουν κατά πόσο συμφωνούν ή διαφωνούν με την πρόταση ότι επιλέγοντας αυτήν την κατεύθυνση μπορεί ο φοιτητής να αποκτήσει τις κατάλληλες γνώσεις και να μπορέσει να ασχοληθεί μελλοντικά με το αντικείμενο των σπουδών του, όπου η βάση της ερώτησης αυτής είναι το μέτρια.

Ακολουθεί το σετ ερωτήσεων που έχει σχέση με το ενδιαφέρον του φοιτητή για την επιλογή της κατεύθυνσης της “Διοίκησης των Επιχειρήσεων”. Στις ερωτήσεις 5 και 6, η βάση είναι το πολύ. Ο φοιτητής καλείται να απαντήσει πόσο συμφωνεί με την πρόταση ότι είναι απαραίτητη η γνώση της Διοικητικής Επιστήμης, προκειμένου να απασχοληθεί μελλοντικά σε μια επιχείρηση, αλλά και γενικότερα εάν επιλέγει αυτή την κατεύθυνση, επειδή πραγματικά του αρέσει και θέλει να την ακολουθήσει ή την επιλέγει υποχρεωτικά για το λόγο ότι δεν του αρέσει κάποια από τις δύο άλλες επιλογές που έχει, δηλαδή η κατεύθυνση του “Μάρκετινγκ” ή η κατεύθυνση “Πληροφοριακά Συστήματα”. Επομένως, δίπλα σε κάθε επιλογή δίνεται η βαθμολογία για κάθε απάντηση.

Επίσης, πρέπει να δοθούν απαντήσεις σχετικά με το βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας με την πρόταση ότι το τμήμα, όπου φοιτεί κάποιος και η κατεύθυνση της “Διοίκησης των Επιχειρήσεων” που επέλεξε θα τον οδηγήσουν σε επαγγελματική αποκατάσταση μελλοντικά και εάν συμφωνεί ή διαφωνεί με την άποψη ότι η συγκεκριμένη κατεύθυνση ανταποκρίνεται στις επαγγελματικές του προσδοκίες. Τέλος, ο φοιτητής θα πρέπει να δηλώσει πόσο συμφωνεί ή διαφωνεί με την πρόταση ότι θα επιθυμούσε μελλοντικά μεγαλύτερη εξειδίκευση στην κατεύθυνση της “Διοίκησης των Επιχειρήσεων”. Στις ερωτήσεις, λοιπόν, 7, 8 και 9 η βάση της ερώτησης είναι το μέτρια.

Τέλος, το τρίτο σετ ερωτήσεων περιλαμβάνει ερωτήματα που συνδέονται με τους παράγοντες που επηρεάζουν το φοιτητή στην επιλογή της κατεύθυνσης της “Διοίκησης των Επιχειρήσεων”. Στο ερωτηματολόγιο πραγματοποιείται αναφορά στους παράγοντες που ήδη έχουν αναλυθεί στο προηγούμενο κεφάλαιο της παρούσας πτυχιακής εργασίας.

Η πρώτη ερώτηση του τρίτου σετ είναι σχετική με το βαθμό στον οποίο θεωρείται ότι η προσωπικότητα ενός φοιτητή είναι σημαντικός παράγοντας στην επιλογή κατεύθυνσης της “Διοίκησης των Επιχειρήσεων”. Ακολουθεί ερώτηση σχετική με το βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας με την άποψη ότι επιλέγουν κατά κύριο λόγο την

κατεύθυνση της “Διοίκησης των Επιχειρήσεων” φοιτητές που επιθυμούν να δημιουργήσουν μια δική τους επιχείρηση στο μέλλον. Πρόκειται για τις ερωτήσεις 10 και 11 του ερωτηματολογίου για τις οποίες η βάση αντιστοιχεί στην απάντηση μέτρια.

Επίσης, θα πρέπει να δοθούν απαντήσεις στις ερωτήσεις από 12 έως και 18 που σχετίζονται με το βαθμό στον οποίο η προσωπικότητα είναι σημαντικός παράγοντας στην επιλογή επαγγέλματος και στο βαθμό που καθένα από τα παρακάτω χαρακτηριστικά συμβάλλει στην επιλογή της κατεύθυνσης της “Διοίκησης των Επιχειρήσεων” από έναν φοιτητή. Τα χαρακτηριστικά αυτά είναι η ενεργητικότητα, η κοινωνικότητα, η ανάληψη ευθύνης, η λήψη πρωτοβουλιών, η συνέπεια, η αποφασιστικότητα και η δυναμικότητα. Για καθένα από αυτά τα χαρακτηριστικά υπάρχει ξεχωριστή ερώτηση και η βάση για καθεμία από αυτές είναι το πολύ.

Επί πρόσθετα, στην ερώτηση 19, ο φοιτητής θα πρέπει να δηλώσει το βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας του σχετικά με την άποψη ότι ένα άτομο που επιλέγει την κατεύθυνση της “Διοίκησης των Επιχειρήσεων” θα πρέπει να έχει κλίση και ικανότητες στον τομέα της διοίκησης των επιχειρηματικών μονάδων και ότι τα ενδιαφέροντα του παίζουν σημαντικό ρόλο στην επιλογή της κατεύθυνσης της “Διοίκησης των Επιχειρήσεων” και η βάση σε αυτήν την ερώτηση είναι το πολύ.

Επιπλέον, στις ερωτήσεις 20 και 21, οι φοιτητές καλούνται να δηλώσουν το βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας τους με την άποψη ότι τα ενδιαφέροντα ενός φοιτητή της κατεύθυνσης της “Διοίκησης των Επιχειρήσεων” πρέπει να συνδυάζονται με τις φιλοδοξίες του για τη μελλοντική καριέρα του, αλλά και με την άποψη ότι η τάση της επιχειρηματικότητας που μπορεί να έχει κάποιος φοιτητής είναι καθοριστική στην επιλογή της κατεύθυνσης της “Διοίκησης των Επιχειρήσεων” και τη βάση και στις δύο αυτές ερωτήσεις αποτελεί η απάντηση μέτρια. Τέλος, η ερώτηση 22 αναφέρεται στο βαθμό που

ο ψυχολογικός παράγοντας ενός φοιτητή παίζει ρόλο στην επιλογή της κατεύθυνσης της “Διοίκησης των Επιχειρήσεων” και η απάντηση μέτρια αντιστοιχεί στη βάση.

Οι φοιτητές του τμήματος, λοιπόν, οι οποίοι έχουν φτάσει στο στάδιο να επιλέξουν μία κατεύθυνση, καλούνται να απαντήσουν στο παρόν ερωτηματολόγιο για να δούμε κατά πόσο τα χαρακτηριστικά του φοιτητή είναι κοντά στα χαρακτηριστικά του ατόμου που είναι ιδανικός για διοίκηση επιχειρήσεων.

Σε κάθε ερώτηση μία απάντηση αντιστοιχεί σαν βάση, φυσικά όχι η απάντηση “πάρα πολύ”, αλλά ούτε και η “καθόλου”. Στην πλειονότητα, παρατηρούμε ότι η απάντηση “μέτρια” και η απάντηση πολύ, θεωρούνται ως βάση και κάθε απάντηση που θα δίνεται θα θεωρείται αρνητική αν είναι κάτω από τη μέση και θετική αν είναι από τη μέση και πάνω. Εάν στο σύνολο των απαντήσεων το άθροισμα των απαντήσεων είναι κάτω από την βάση, δηλαδή αν οι αρνητικές απαντήσεις είναι περισσότερες από τις θετικές καλό θα ήταν ο φοιτητής να μην ακολουθήσει την κατεύθυνση της Διοίκησης Επιχειρήσεων για το λόγο ότι τα χαρακτηριστικά του δεν είναι ιδανικά για την επιλογή της συγκεκριμένης κατεύθυνσης.

Η μέγιστη βαθμολογία που μπορεί να συγκεντρώσει κάποιος φοιτητής είναι 32 βαθμοί. Όσο υψηλότερη είναι η βαθμολογία, τόσο πιο ολοκληρωμένο είναι το προφίλ του φοιτητή και τόσο πιο εύκολα μπορεί να ακολουθήσει την κατεύθυνση της “Διοίκησης Επιχειρήσεων”. Για να είμαστε σε θέση να προτείνουμε σε έναν φοιτητή να ακολουθήσει την κατεύθυνση, λοιπόν, αυτός θα πρέπει να έχει συγκεντρώσει μία βαθμολογία μεγαλύτερη ή ίση με 19,25 βαθμούς.

Μελετώντας επομένως προσεχτικά τις απαντήσεις που θα δώσουν οι φοιτητές στο ερωτηματολόγιο, συμπεραίνουμε ότι στην περίπτωση που ένας φοιτητής έχει από 19,25 βαθμούς και πάνω μπορεί να ακολουθήσει την κατεύθυνση της Διοίκησης Επιχειρήσεων,

αλλά αν το ποσοστό είναι κάτω από το όριο δε μπορεί να ακολουθήσει την κατεύθυνση και θα πρέπει να ακολουθήσει κάτι άλλο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Στην πτυχιακή αυτή εργασία μελετήθηκε το νέο πρόγραμμα σπουδών της Διοίκησης Επιχειρήσεων του Ανώτατου Τεχνολογικού Ιδρύματος Πάτρας. Οι φοιτητές επιλέγουν το συγκεκριμένο τμήμα και αφού στα πρώτα εξάμηνα διδάσκονται όλοι ορισμένα υποχρεωτικά μαθήματα, στη συνέχεια θα πρέπει να αποφασίσουν, έτσι ώστε να επιλέξουν μία από τις τρεις κατευθύνσεις του τμήματος. Τρεις κατευθύνσεις, διαφορετικά μαθήματα, διαφορετικοί προσανατολισμοί.

Πρόκειται για τις κατευθύνσεις: “Διοίκηση Επιχειρήσεων”, “Μάρκετινγκ” και “Διοίκηση Πληροφοριακών Συστημάτων”, αλλά η πτυχιακή αυτή εκπονήθηκε προκειμένου να εντοπιστούν τα χαρακτηριστικά εκείνα που θα πρέπει να έχει ένας φοιτητής που θέλει να ακολουθήσει την κατεύθυνση της “Διοίκησης Επιχειρήσεων”.

Η διοίκηση μιας επιχείρησης αποβλέπει στον ακριβή καθορισμό των στόχων, στον προσδιορισμό του εσωτερικού της πλαισίου, έτσι ώστε να αναδεικνύεται η ομαδική εργασία με το συντονισμό και τη συνεργασία όλων των ατομικών δραστηριοτήτων για να συνδυαστούν κατάλληλα οι πόροι, να αξιοποιηθούν οι ήδη υπάρχουσες ευκαιρίες και να επανεξεταστούν όλοι οι στόχοι που έχουν τεθεί. Η διοίκηση σχετίζεται με τα άτομα που εκτελούν το διοικητικό έργο, αλλά και τη διοικητική ιεραρχία. Ανάλογα με τη σπουδαιότητα του έργου που εκτελείται κατανέμεται η ευθύνη και η εξουσία για συγκεκριμένες αρμοδιότητες.

Αναμφίβολα, τα άτομα που επιλέγουν να ακολουθήσουν την κατεύθυνση της “Διοίκησης Επιχειρήσεων” πρέπει να έχουν ορισμένα βασικά χαρακτηριστικά που αυτή προϋποθέτει, όπως ενεργητικότητα, αποφασιστικότητα, λήψη πρωτοβουλιών, ανάληψη ευθυνών, κοινωνικότητα, δυναμικότητα, συνέπεια, κ.ά.

Η εργασία αυτή αποτελεί το έναυσμα για την πραγματοποίηση έρευνας πριν ένας φοιτητής ακολουθήσει την κατεύθυνση της “Διοίκησης Επιχειρήσεων”. Χάρη στο ερωτηματολόγιο που δημιουργήθηκε είναι εφικτό να διαπιστωθεί εάν διαθέτει την προσωπικότητα και τα χαρακτηριστικά που απαιτούνται για την επιλογή της.

Με την προσεχτική μελέτη των απαντήσεων που θα δοθούν από τους φοιτητές, μπορεί κανείς να συμπεράνει ότι στην περίπτωση που κάποιος έχει συγκεντρώσει πάνω από μια ορισμένη βαθμολογία έχει τη δυνατότητα να ακολουθήσει την κατεύθυνση αυτή, αλλά αν το ποσοστό είναι κάτω από το όριο δεν ενδείκνυται να την ακολουθήσει και θα πρέπει να επιλέξει κάτι άλλο.

Σίγουρα η πτυχιακή αυτή εργασία μπορεί να αποτελέσει την αρχή προκειμένου να πραγματοποιηθούν κι άλλες παρόμοιες εργασίες, με παρόμοια ερωτηματολόγια, ώστε να μπορεί να γίνει πιο εύκολα κάποιος διαχωρισμός των φοιτητών στις τρεις κατευθύνσεις. Με αυτόν τον τρόπο θα είναι πολύ πιο εύκολο να κριθεί εάν ένας φοιτητής είναι κατάλληλος για μία κατεύθυνση ανάλογα με τα χαρακτηριστικά που διαθέτει.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική

- Αποσπότη, Ε. (2008). Πρόγραμμα γυναικείας επιχειρηματικότητας, Θεματική ενότητα: Εισαγωγή στην επιχειρηματικότητα.
- Βαξεβανίδου, Ε., Ρεκλείτης, Π. (2008). Management ανθρωπίνων πόρων, εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα.
- Γεωργιάδης, Π. (2008). Εγχειρίδιο Επιχειρηματικότητας για υποψήφιους και νέους επιχειρηματίες, Γραφείο Ενθάρρυνσης και Υποστήριξης της Νεανικής Επιχειρηματικότητας.
- Ιορδάνογλου, Δ. (2008). Διοίκηση Ανθρωπίνων Πόρων στις σύγχρονες οργανώσεις- νέες τάσεις και πρακτικές, εκδόσεις Κριτική, Αθήνα.
- Κυριαζόπουλος, Π., Σιαμαντά, Ε. (2009). Έρευνα Αγοράς, εκδόσεις Σύγχρονη Εκδοτική, Αθήνα.
- Μπουραντάς, Δ. (1999). Αρχές Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων, εκδόσεις Μπένου, Αθήνα..
- Οδηγός Σπουδών για το Πρόγραμμα Προπτυχιακών Σπουδών του Τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων του ΤΕΙ Δυτικής Ελλάδας με έδρα την Πάτρα.
- Παπαλεξανδρή, Ν., Μπουραντάς, Δ. (2002). Διοίκηση Ανθρωπίνων Πόρων, εκδόσεις Μπένου, Αθήνα.
- Πραστάκος, Γρ. (2002). Διοικητική Επιστήμη στην Πράξη: Εφαρμογές στη Σύγχρονη Επιχείρηση, εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα.
- Σιώμοκος, Γ. (1999). Στρατηγικό Μάρκετινγκ, εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα.

- Σταθακόπουλος, Β. (2005). Μέθοδοι Έρευνας Αγοράς, εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα.
- Χυτήρης, Λ. (2001). Διοίκηση Ανθρώπινων Πόρων, εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.

Ξένη

- Beardwell, I., Holden, L., Claydon, T., Human Resources Management: A Contemporary Approach, 4th Edition, Prentice Hall.
- Blake, R. Mouton, J. (1981). Παραγωγικότητα- η ανθρώπινη πλευρά, Β' έκδοση, βιβλιοθήκη Μάνατζμεντ.
- Dessler, G. (2013). Διαχείριση Ανθρώπινου Δυναμικού, Μετάφραση: Μελλισουργός Γ., εκδόσεις Κριτική.
- Jenks, M. (1996). The personnel Management Source Book, Alexander Hamilton Institute, Κριτήριο, Αθήνα.
- Johnson, Murphy, Zewdie, & Reichard. (2008). The strong, sensitive type: Effects of gender stereotypes and leadership prototypes on the evaluation of male and female leaders. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 1 (6).
- Schein, Mueller, & Jacobson. (1989). The relationship between sex role stereotypes and requisite management characteristics among college students. Sex Roles, 20.