



Cyprus College

Cyprus College
56 Arch. Makarios III Avenue, 3065 Limassol, Cyprus
P.O.Box 57163, 3313 Limassol, Cyprus
Tel: +357 25867300, Fax: +357 25867400
www.cycollege.ac.cy

June 20, 2018

Cyprus Agency of Quality and Accreditation in Higher Education
5, Lemesou Avenue
2112 NICOSIA

**Subject: Answer to the External Evaluation Report for the program of study:
"Business Administration (2 years full time or 4 years part time) Diploma"**

The Cyprus College Limassol appreciates the work and the effort that the External Evaluation Committee has made in relation to the process of assessment – accreditation of the program of study "Business Administration (2 years full time or 4 years part time) Diploma"

We welcome the constructive suggestions made by the Committee. We consider them absolutely necessary towards the assessment – accreditation process. They can be used as feedback to update and improve our programs.

Therefore, our College taking into account the Committee's suggestions is implementing them immediately (see appendix A).

Yours sincerely

~~Cyprius~~ Vaganas
Campus Director

Enc. (1)

APPENDIX A

For the comment:

Page 8: “1) Existing program level objectives can link to the overall vision and mission of the College (as outlined in the staff handbook). The vision and mission statements could inform how the learning objectives are operationalized and offer a distinct character to the program.

3) Module learning outcomes should be mapped and linked to the program overall and specific ones. This will help both design a more coherent program and visually demonstrate how it meets its objectives.

4) A similar process to the one mentioned in point 3 could be applied to the selection of assessment methods. This can lead to a more effective assessment strategy, across all modules that is designed to deliver both soft and hard skills. Assessment practices could be also more broadly improved, by providing assessment rubrics for all coursework and clear marking criteria”.

Answer:

Please see below a table, showing how the courses are linked to the program. Attached see a sample course outline showing the marking criteria (Appendix A1).

Γενικοί Στόχοι:	Μάθημα/τα
- Κατανόηση των βασικών θεωριών που διέπουν τον τομέα της διοίκησης επιχειρήσεων	MGT110 BUS 101 MAR 110
- Οι σπουδαστές θα έχουν τη δυνατότητα να αναπτύξουν την ικανότητα κριτικής σκέψης, γραφής και αποτελεσματικής ομιλίας καθώς και δημιουργικότητας.	COM100 MAR110 MAR111
- Απόκτηση γνώσεων και σεβασμού προς τις κοινωνικές και ηθικές αξίες με αποτέλεσμα να αναπτύξουν σωστές διαπροσωπικές σχέσεις καθώς και να διακατέχονται από σεβασμό προς την κοινωνία και τον τόπο τους.	SOC101 PSY103 LAW112
- Απόκτηση βασικών δεξιοτήτων και στρατηγικών με σκοπό οι σπουδαστές να αναλύουν, να παίρνουν σωστές αποφάσεις, να έχουν αυτοδυναμία, ακεραιότητα, ευθύνες, πρωτοβουλίες και αυτογνωσία. Αυτές οι δεξιότητες θα τους βοηθήσουν στην απόκτηση της προσωπικής τους επιτυχίας και αποτελεσματικής συμβολής τους στους οργανισμούς και εταιρίες.	MAR101 MAR111 MGT110 MGT206 LAW112 MGT213
- Οι σπουδαστές θα έχουν την ευκαιρία της ειδίκευσης για να μπορούν να ανταπεξέρχονται σε διάφορα θέματα που αφορούν το επάγγελμα και την καριέρα τους.	MAR101 MAR111 MGT110 MGT206 BUS230
- Εξοικείωση με τους διάφορους κανονισμούς των επιχειρήσεων και να περιγράφει τους τρόπους με τους οποίους αυτοί οι κανονισμοί λειτουργούν στον τομέα και στις διαδικασίες που εφαρμόζονται στη διοίκηση επιχειρήσεων.	LAW112 BUS230 MGT213

Ειδικοί Στόχοι:	Μάθημα/τα
- Η απόκτηση θεωρητικής και πρακτικής κατάρτισης από τους σπουδαστές στον τομέα της Διοίκησης Επιχειρήσεων.	MAR101 MAR111 MGT110 MGT206 BUS230 ACC114 ACC115
- Η απόκτηση απαραίτητων γνώσεων μέσα σε σύντομο χρονικό διάστημα και η ανάπτυξη των ικανοτήτων τους που αφορούν σημαντικές θεματικές ενότητες για τη γενική διοίκηση.	BUS111 ACC114 ACC115 MGT110 MAR110 MGT206
- Οι σπουδαστές θα έχουν επίσης την ευκαιρία να αναπτύξουν τις δεξιότητές τους γύρω από τον τομέα των επιχειρήσεων με συστηματικό και αποτελεσματικό τρόπο.	MAR110 MAR111 MGT110 BUS101 MGT206 MAR205 MAR316 CSC190
- Η ανάπτυξη και αργότερα η εφαρμογή ικανοτήτων ηγεσίας τις οποίες οι σπουδαστές θα χρησιμοποιήσουν ώστε να λύνουν επιχειρηματικά προβλήματα με αποδοτικό τρόπο.	BUS111 MAT115 MGT206 BUS101 MAR110 MGT110 CSC190
- Οι σπουδαστές θα έχουν την ευκαιρία να αποκτήσουν γνώσεις γύρω από περιβαλλοντικά θέματα και ζητήματα οικονομικής ηθικής.	MAR110 MGT110 BUS101 ECO112 ECO114
Μαθησιακά Αποτελέσματα:	Μάθημα/τα
- Κατανοήσει τις βασικές αρχές και τη δομή ενός επιχειρηματικού περιβάλλοντος και την οργάνωση μιας επιχείρησης.	BUS101 MGT110 MGT206
- Κατανοήσει και να εφαρμόζει σωστές πρακτικές που αφορούν το μάρκετινγκ και την προβολή προϊόντων	MAR110 MAR111 CSC190 MAR316
- Διαπιστώνει επιχειρηματικά προβλήματα και να επιλέγει σωστούς τρόπους για την επίλυσή τους	MAR110 MGT206
- Εφαρμόζει σωστά τις πρακτικές και τα στοιχεία που χρειάζονται για να συνταχτεί ένα συμβόλαιο καθώς επίσης και να κατανοεί τους συγκεκριμένους όρους του συμβολαίου	LAW110 MGT206

- Αποκτήσει δεξιότητες επικοινωνίας για να βελτιώσει τις ικανότητες που αφορούν τη συλλογή και την επεξεργασία πληροφοριών καθώς και την οργάνωση γενικά	COM100 BUS111 MAT115 MAR110 MGT110 BUS101
- Να εξοικειωθεί και να εφαρμόζει την ομαδική εργασία καθώς και να αποκτήσει γνώσεις επικοινωνίας.	COM100 BUS230 SOC101 PSY103

For the comment:

Page 8: “6) More area specific modules could be introduced to the program, so they reflect current trends and developments in business settings. For example, modules that can be considered are: services marketing, operations management, supply chain management and logistics”.

Answer:

The College has revisit the course material of the courses “MAR205 Διοίκηση Λιανικού Εμπορίου” and “MGT206 Διοίκηση Μικρών Επιχειρήσεων” as per the suggestion of the External Evaluation Committee (appendix A2 and A3).

For the comment:

Page 8: “More formalized quality assurance procedures should be followed to ensure that the program is developed and improved in line with the educators’ module self-assessment and student evaluations. This could be done at an annual rate”.

Page 19: “2.4 Management of the Program of Study
Comment: The committee feels that the overall management of the program of study with regard to its design could be further enhanced by featuring more comprehensive processes utilizing a more varied pool of information sources (such as market research information, reaching staff feedback, module evaluations, etc.)

The program under evaluation has an appointed coordinator who oversees its development and delivery. An informal process is adopted that could be potentially replaced by a formal committee that regularly meets to discuss, assess and evaluate all issues related to the program delivery and structural design.

Answer:

**There is a formal Program committee, which meets to discuss, assess and evaluate all issues related to the program delivery and structural design.
For your information for the Academic Year 2017-2018, the Program Committee consists of the following instructors:**

- Panikos Kanakis – Program Coordinator
- Christiana Polycarpou – Member Teaching Personnel
- Petros Kosmas– Member Teaching Personnel

Any outcomes of the Program committee are forwarded to the Internal Quality Committee and then any suggestions are forwarded to the Academic Committee for final approval and implementation.

The above process takes place annually.

For the comment:

Page 20: “2.6 Connection with the labor market and the society
Comment: The College has good connection with industry, especially when it comes to local firms and family-owned businesses. Graduates offer a growing and dynamic link to the industry. A dedicated careers and personal development liaison is in place to assist students taking their first career steps after graduation”.

Answer: **The College welcomes the positive comments of the External Evaluation Committee. We intend to continue our constructive work regarding our students’ development.**

**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ – ΕΑΡΙΝΟ ΤΕΤΡΑΜΗΝΟ 2018**

Μάθημα/Κωδικός/Τμήμα: MAR 111 A			
Τίτλος: Διαφήμιση και Προώθηση Πωλήσεων			
Προαπαιτούμενο: MAR 101	Credits/ECTS: 3credits / 6 ECTS	Ημέρα/ώρα: Τρίτη 8:30πμ-11:20πμ	Αίθουσα Διδασκαλίας: 001

Εκπαιδευτής: Πανίκος Κανάκης	Email: pkanakis@cycollege.ac.cy Τηλέφωνο: 25867300 - 25867320	Γραφείο: 14 Μεσοπάτωμα Ώρες Γραφείου: Τρίτη 11:30-13:20 Πέμπτη 11:30-12:20 και Παρασκευή 15:00-17:50.
-------------------------------------	--	--

Περιγραφή Μαθήματος:

Σκοπός του μαθήματος αυτού είναι η κατανόηση της συνολικής συμβολής όλων των δραστηριοτήτων στον τομέα της εμπορίας, οι οποίες στο σύνολό τους, συνθέτουν τη διαφήμιση και την προώθηση των πωλήσεων καθώς και η εκμάθηση της φύσης και των χαρακτηριστικών έκαστης δραστηριότητας.

Μαθησιακά Αποτελέσματα:

Αναμένεται ότι με την ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές θα είναι σε θέση να:

1. Εξηγούν τις βασικές αρχές των επαγγελματικών πρακτικών μάρκετινγκ / διαφήμισης / προώθησης, χρησιμοποιώντας πραγματικά παραδείγματα και θεωρία
2. Απαριθμούν τα βασικά εργαλεία διαφήμισης και μάρκετινγκ
3. Περιγράφουν τα περιβάλλοντα που επηρεάζουν τη διαφήμιση και το μάρκετινγκ χρησιμοποιώντας βάσεις θεωρίας και πρακτικής
4. Εξηγούν εναλλακτικές λύσεις προώθησης και διαφήμισης μέσω μιας συστηματικής προσέγγισης

Βασικά Εγχειρίδια:

Ζώτος Γ. (2008), «Διαφήμιση – Σχεδιασμός, ανάπτυξη, αποτελεσματικότητα», Θεσσαλονίκη: University Studio Press.
Σημειώσεις του καθηγητή

Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:

Arens W.: Contemporary Advertising, 13th ed. 2010, McGraw Hill,
Wells/Burnett/Moriarty: Advertising: Principles and Practice, 9th ed. 2011, Prentice Hal

Ο Νόμος για τα Πνευματικά Δικαιώματα στην Κύπρο και στην Ευρωπαϊκή Ένωση

‘Ο νομικός όρος «Πνευματικό Δικαίωμα» χρησιμοποιείται για να περιγράψει το δικαίωμα του συγγραφέα να προστατεύει την πρωτότυπη εργασία του. Η νομοθεσία προστατεύει την πνευματική ιδιοκτησία εμποδίζοντας την οποιαδήποτε αντιγραφή ενός έργου χωρίς συγκεκριμένη άδεια.

Η φωτοτύπηση περισσότερο από το 10% ενός διδακτικού βιβλίου ή ενός ολόκληρου κεφαλαίου (οποιοδήποτε είναι μεγαλύτερο σε σελίδες) αποτελεί παράβαση του νόμου ενώ οι φωτοτυπίες, εφ’ όσον δεν αποτελούν παραβίαση των κανόνων, πρέπει να περιορίζονται σε αυστηρά προσωπική χρήση. Κατοχή φωτοτυπημένης ύλης, όπως π. χ. ένα ολόκληρο διδακτικό βιβλίο, στους χώρους του Ευρωπαϊκού Πανεπιστήμιου Κύπρου ή του Cyprus College μπορεί να οδηγήσουν σε πειθαρχικά μέτρα εκ μέρους του ιδρύματος και των αρχών εφαρμογής του Νόμου.

Αγοράστε το διδακτικό βιβλίο σας και θα το έχετε για πάντα!

Σας προσφέρει πολύτιμη οπτική πλευρά στην εξειδίκευσή σας, σημαντικές διασυνδέσεις για το συγκεκριμένο μάθημα, και διαδικτυακά ηλεκτρονικά αρχεία. Η Κύπρος πρέπει να διατηρήσει το καλό της όνομα στην επιστημονική κοινότητα!

Αναμένεται από τον φοιτητή-τρια να επιστρέψει το συμπληρωμένο έντυπο με τις πραγματικές ώρες μελέτης στον διδάσκοντα-ουσα η στην τελευταία συνάντηση η την μέρα των τελικών εξετάσεων.

ΜΑΘΗΜΑ:	MAR 111 A Διαφήμιση και Προώθηση Πωλήσεων	ΤΕΤΡΑΜΗΝΟ:	Εαρινό Τετράμηνο 2018			
ΣΥΝΑΝΤΗΣΗ ΕΒΔΟΜΑΔΑ/ ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ	ΘΕΜΑ	ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ	ΦΟΡΤΟΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΦΟΙΤΗΤΗ			Αξιολόγηση 100 %
			Ώρες Διδασκαλίας	Υπολ. ώρες μελέτης	Πραγμ. ώρες μελέτης	
1	1-Η Διαφήμιση Σήμερα: Επικοινωνία	1	3	9		
2	2-Η Εξέλιξη της Διαφήμισης	1	3	9		
3	3-Η Οικονομική, Κοινωνική και Ρυθμιστική Πτυχή της Διαφήμισης	3	3	9		
4	4-Το Πεδίο Εφαρμογής της Διαφήμισης. Η Διαφημιστική Βιομηχανία: Οι Διαφημιζόμενοι, τα Διαφημιστικά Γραφεία και η σχέση με τον πελάτη	2	3	9		
5	5-Μάρκετινγκ και Συμπεριφορά του Πελάτη: Η Βάση της Διαφήμισης 6-Η Τμηματοποίηση της Αγοράς και το Μίγμα Μάρκετινγκ: Οι Καθοριστικοί παράγοντες της Στρατηγικής της Διαφήμισης	3				
		3	3	9		
6	7-Έρευνα: Συλλογή Πληροφοριών για τον Σχεδιασμό της Διαφήμισης. Προετοιμασία για την Ενδιάμεση Εξέταση	3	3	9		
7	ΕΝΔΙΑΜΕΣΗ ΕΞΕΤΑΣΗ Επεξήγηση ΕΡΓΑΣΙΑΣ	1, 2, 3, 4 1, 2, 3, 4	2 1	9		35%
8	8-Ο Σχεδιασμός Προγράμματος Μάρκετινγκ και του Προγράμματος Διαφήμισης 9-Σχεδιασμός Στρατηγικής των ΜΜΕ	3, 4				
		4	3	9		
9 και 10	Διακοπές Πάσχα					
11	10-Πελατειακές Σχέσεις: Άμεσο Μάρκετινγκ, Προσωπικές και Προωθητικές Πωλήσεις. 11-Δημόσιες Σχέσεις: Χορηγίες και Διαφήμιση Εταιρειών και Οργανισμών	3				
		4	3	9		
12	12- Δημιουργική Στρατηγική και Διαδικασία 13- Δημιουργική Εκτέλεση: Τέχνη και Εκτέλεση	3				
		3	3	9		
13	Αργία Εργατική Πρωτομαγιά					
14	14- Δημιουργώντας Διαφημίσεις για Εκτύπωση, Ηλεκτρονικές και Ψηφιακές 15- Η Διαφήμιση στα Έντυπα Μέσα 16- Η Διαφήμιση στα Ηλεκτρονικά Μέσα: Τηλεόραση και Ραδιόφωνο	3	1	3		
		3				
15	17-Η Διαφήμιση στο Διαδίκτυο και Άμεση Αλληλογραφία 18-Η διαφήμιση σε Ανοιχτούς και Εκθεσιακούς Χώρους. Συμπληρωματικά Μέσα διαφήμισης ΠΑΡΑΔΟΣΗ Η ΚΑΙ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ Προετοιμασία για την Τελική Εξέταση	1, 2, 3, 4	2	9		
		1, 2, 3, 4	1	9		
16 και 17	ΤΕΛΙΚΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ	1, 2, 3, 4	3	9		35%
Εργασίες						20%
Συμμετοχή/ Παρακολούθηση						10%
ΣΥΝΟΛΟ						100%



Limassol Campus

A. Εσωτερικοί Κανονισμοί για Ακαδημαϊκή Δεοντολογία και Πειθαρχία φοιτητών/τριών

Το κολλέγιο έχει την ευθύνη να διατηρεί και να προωθεί την ποιότητα της επιστημονικής γνώσης, όπως επίσης να διασφαλίζει ότι οι φοιτητές/τριες του αντιλαμβάνονται τι είναι η ακαδημαϊκή λειτουργία των φοιτητών/τριών του. Τέτοια αδικήματα συνεπάγονται ποινές. Οι φοιτητές/τριες πρέπει να διαβάσουν προσεκτικά τους εσωτερικούς κανονισμούς για την Ακαδημαϊκή Δεοντολογία και Πειθαρχία φοιτητών/τριών και προτρέπονται να ζητήσουν τη βοήθεια και καθοδήγηση του Τμήματος όσον αφορά τη δεοντολογική ακαδημαϊκή πρακτική, ιδιαίτερα όσον αφορά τη χρήση υλικού από πηγές του διαδικτύου. Με αυτό τον τρόπο μπορούν να αποφύγουν οποιαδήποτε μη εσκεμμένη ανεπιμέλεια.

Οι πιο κάτω όροι υποδεικνύουν τους τύπους της δεοντολογικής πρακτικής.

i. Πρωτοτυπία

Για τους σκοπούς της Πολιτικής Ακαδημαϊκής Δεοντολογίας «πρωτότυπη» εργασία είναι γνήσια δουλειά που παράγεται για τη συγκεκριμένη προς αξιολόγηση μελέτη από το φοιτητή/τρια, η οποία φέρει το όνομα του/της. Οποιαδήποτε χρήση ιδεών ή επιστημονικής γνώσης άλλων (πρέπει να) είναι διακριτή. Η «εργασία» δεν περιλαμβάνει μόνο γραπτό υλικό αλλά και προφορικό, ακουστικό, οπτικό, ή άλλο υλικό που έχει υποβληθεί για βαθμολόγηση.

ii. Ακαδημαϊκή Ανεπιμέλεια

Η ακαδημαϊκή ανεπιμέλεια καθορίζεται από την έκταση και το επίπεδο της πρόθεσης. Κατά την εκτίμηση της έκτασης ή κλίμακας ανεπιμέλειας ο διδάσκων/ διδάσκουσα θα αξιολογήσει πόση από τη δουλειά του φοιτητή/τριας είναι δική του μετά την αφαίρεση όλου του αναγνωρισθέντος υλικού πηγών. Σε καμία περίπτωση, δουλειά που είναι προϊόν λογοκλοπής μπορεί να συνυπολογισθεί για τον καθορισμό ενός βαθμού. Η πρόθεση για εξαπάτηση αποτελεί την πλέον σημαντική ακαδημαϊκή ανεπιμέλεια την επιβολή βαρειών ποινών στο φοιτητή/τρια και η παράβαση θα καταγράφεται επίσημα και μόνιμα στο φάκελο του φοιτητή/τριας.

iii. Λογοκλοπή

Λογοκλοπή είναι η παρουσίαση από ένα/μία φοιτητή/τρια της δουλειάς κάποιου άλλου ως δικής του/της.

Περιλαμβάνει τα πιο κάτω:

- Υποβολή από ένα φοιτητή/τρια της δουλειάς κάποιου άλλου ως δικής του.
- Παράφραση ή συντόμηση κειμένου χωρίς την αναγνώριση της πηγής του υλικού.
- Αυτούσια παραπομπή ή αντιγραφή λέξεων από μέρος ή ολόκληρη δουλειά, ιδεών, ή επιστημονικής γνώσης κάποιου άλλου χωρίς τον προσδιορισμό της ταυτότητας του, αναγνώριση ή αναφορά.
- Υποβολή από ένα φοιτητή/τρια δουλειάς που αγοράστηκε, που δανείστηκε, ή έρευνας, άρθρων και σχεδίων εργασίας που κλάπηκαν.

iv. Δολίευση

Δολίευση είναι η παροχή ή λήψη μη εξουσιοδοτημένης βοήθειας για αθέμιτη εκμετάλλευση πριν, κατά τη διάρκεια ή μετά από εξέταση, διαγωνισμό, παρουσίαση ή άλλη αξιολόγηση, όπως:

- Συνεργασία εκ των προτέρων αν αυτό απαγορεύεται ειδικά από το διδάσκοντα
- Προφορική συνεργασία κατά τη διάρκεια της εξέτασης, εκτός και αν αυτό επιτρέπεται ειδικά από το διδάσκοντα
- Η χρήση σημειώσεων, βιβλίων, ή άλλων γραπτών βοηθημάτων κατά τη διάρκεια της εξέτασης, εκτός και αν αυτό επιτρέπεται ειδικά από το διδάσκοντα.
- Η χρήση κωδικών ή σημάτων που αποσκοπούν στην επικοινωνία με άλλους φοιτητές/τριες μέσα στην αίθουσα εξέτασης.
- Το να κοιτάζει ο ένας πάνω στο γραπτό κάποιου άλλου και/ή να επιτρέψει σε άλλο φοιτητή/τρια να κοιτάζει στο γραπτό του κατά τη διάρκεια της εξεταστικής περιόδου.
- Διαβίβαση οποιωνδήποτε πληροφοριών σε φοιτητές/τριες που δεν έχουν ακόμη παρακαθίσει σε εξετάσεις.
- Παραποίηση αποδεικτικών στοιχείων μιας εξέτασης διευθετώντας με άλλο/η φοιτητή/τρια να παρακαθίσει σε μια εξέταση στη θέση του ή στη θέση του ίδιου.
- Προσποιούμενος/η ότι έχει παρακαθίσει στην εξέταση αλλά να μην παραδίδει το γραπτό του/της και μετά να ισχυρίζεται ότι το απώλεσε ο διδάσκων/διδάσκουσα.

v. Συμπαιγνία

Συμπαιγνία είναι η λανθασμένη αντιπροσώπευση από ομάδες φοιτητών/τριών οι οποίοι εν γνώσει τους βοηθούν ο ένας τον άλλο για να επιτύχουν ένα αθέμιτο εξεταστικό πλεονέκτημα. Περιλαμβάνει:

- Αντιπροσώπευση της δουλειάς διαφόρων προσώπων ως δουλειάς ενός φοιτητή/τριας με την εν γνώσει ανάμειξη και των δύο μερών στη διευθέτηση
- Αντιπροσωπεύοντας τη δουλειά ενός φοιτητή/τριας ως δουλειάς μιας ομάδας φοιτητών/τριών με την εν γνώσει ανάμειξη και των δύο μερών στη διευθέτηση.
- Ηθελήμενη πολλαπλή διανομή αντιγράφων των μελετών, άρθρων ή σχεδίων εργασίας ενός/μιας φοιτητή/τριας σε άλλους φοιτητές/τριες για υποβολή μετά την μετονομασία της μελέτης ως δικής τους.

vi. Χάλκευση

Χάλκευση είναι η ψευδής αντιπροσώπευση δεδομένων έρευνας ή «περιστασιακού υλικού» σαν πρωτότυπης αυθεντικής δουλειάς για υποβολή για βαθμολόγηση. Παραδείγματα είναι:

- Επινόηση δεδομένων.

• Ηθελμημένη παράλειψη μερικων δεδομενων προς αποκτηση επιθυμητων αποτελεσμων που δεν ανταποκρινονται στην πραγματικοτητα.

Ποινες και Διαδικασίες

Ένα μέλος του διδακτικού προσωπικού, αφού αξιολογήσει την έκταση της ανεντιμότητας και το επίπεδο της πρόθεσης και αποδείξει την ακαδημαϊκή ανεντιμότητα, μπορεί να χρησιμοποιήσει μια ή συνδυασμό από τις ακόλουθες ποινές και διαδικασίες:

- Να απαιτήσει να ξαναγραφτεί μια μελέτη/εργασία που περιέχει ύλη που αποτελεί προϊόν λογοκλοπής.
- Να μειώσει το βαθμό μιας έκθεσης ή ενός σχεδίου εργασίας.
- Να μηδενίσει το βαθμό ενός μαθήματος.
- Να μηδενίσει ένα μάθημα.
- Να παραπέμψει την περίπτωση στη Πειθαρχική Επιτροπή για περαιτέρω μέτρα τα οποία μπορεί να περιλαμβάνουν αναστολή ακαδημαϊκής φοίτησης ή αποβολή.

Αναμένεται ότι οι διδάσκοντες θα αναφέρουν γραπτώς στο Γραφείο Εγγραφών (μέσω του Προέδρου του Τμήματος) όλες τις επιβληθείσες ποινές, με σύντομη περιγραφή του περιστατικού, αποστέλλοντας αντίγραφα στον Κοσμήτορα της σχετικής σχολής και στον Πρύτανη. Εάν ένας/μία διδάσκων/διδάσκουσα ανακοινώσει ότι ένας φοιτητής/φοιτήτρια έχει μηδενιστεί στο μάθημα λόγω ακαδημαϊκής ανεντιμότητας, ο/η τιμωρηθείς/σα φοιτητής/τρια δεν επιτρέπεται να αποσυρθεί από το μάθημα.

B. Σύστημα Βαθμολόγησης:

Βαθμός	Επεξήγηση	Μονάδες	Ποσοστό
A	Άριστα	4.0	90 και άνω
B+	Πολύ Καλά	3.5	85 - 89
B	Καλά	3.0	80 - 84
C+	Σχεδόν Καλά	2.5	75 - 79
C	Μέτρια	2.0	70 - 74
D+	Κάτω του Μετρίου	1.5	65 - 69
D	Φτωχά	1.0	60 - 64
F	Αποτυχία	0	--
I	Ελλιπής	0	--
W	Απόσυρση	0	--
P	Pass	0	--
AU	Audit	0	--

(α) Ο βαθμός «I» δίνεται όταν ο φοιτητής/τρια έχει διατηρήσει ικανοποιητικές επιδόσεις κατά την διάρκεια του μαθήματος αλλά δεν ήταν σε θέση να ολοκληρώσει επιτυχώς ένα μέρος των εργασιών και των απαιτήσεων του μαθήματος (π.χ. τελική εξέταση) και οι λόγοι που προβάλλονται έγιναν αποδεκτοί από τον καθηγητή/τρια του συγκεκριμένου μαθήματος.

Είναι ευθύνη του φοιτητή/τριας να προσκομίσει όλα τα απαραίτητα δικαιολογητικά που επεξηγούν πλήρως τους λόγους για τους οποίους δεν καθίσταται δυνατή η επιτυχής συμπλήρωση των απαιτήσεων του μαθήματος καθώς και η συνεννόηση για τη διαδικασία ολοκλήρωσής του.

Είναι υποχρέωση του φοιτητή/τριας, ύστερα από συνεννόηση με τον καθηγητή/τρια να εκπληρώσει τις αναπομείνουσες υποχρεώσεις του μαθήματος εντός των πρώτων τεσσάρων εβδομάδων του επόμενου τετραμήνου. Αποτυχία του φοιτητή/τριας να ολοκληρώσει τις εργασίες στο συγκεκριμένο χρονικό πλαίσιο θα οδηγήσει σε αποτυχία (F) του συγκεκριμένου μαθήματος.

(β) Ο βαθμός «W» υποδηλώνει την απόσυρση από ένα μάθημα πριν από την συγκεκριμένη χρονική περίοδο που αναφέρεται στην πολιτική απόσυρσης.

(γ) Ο βαθμός «P» δεν υπολογίζεται στο γενικό μέσο όρο (G.P.A.) αλλά συνυπολογίζεται έναντι των πιστωτικών μονάδων.

(δ) Ο βαθμός «F» υπολογίζεται στο γενικό μέσο όρο (G.P.A.).

(ε) Μαθήματα τα οποία μεταφέρονται από άλλο ακαδημαϊκό ίδρυμα δεν συνυπολογίζονται στον υπολογισμό του γενικού μέσου όρου (G.P.A.).

- * **Με εγκύκλιο του Υπουργείου Παιδείας και Πολιτισμού ημερομηνίας 19 Απριλίου 2013, το υποχρεωτικό ποσοστό παρουσιών στην τάξη είναι 80%.**

Η ελλιπής φοίτηση θα έχει επίπτωση στον τελικό βαθμό.

Τίτλος Μαθήματος	MAR205			
Κωδικός Μαθήματος	Διοίκηση Λιανικού Εμπορίου			
Τύπος μαθήματος	Επιλεγόμενο			
Επίπεδο	Δίπλωμα (1 ^{ος} Κύκλος)			
Έτος / Εξάμηνο φοίτησης	2 / 4			
Όνομα Διδάσκοντα	Τόφα Γιώργος			
ECTS	3 Credits / 6 ECTS	Διαλέξεις / εβδομάδα	1	Εργαστήρια / εβδομάδα
Στόχοι Μαθήματος	<p>Σκοπός του μαθήματος είναι να παρέχει στους φοιτητές τις βασικές αρχές της αποτελεσματικής διαχείρισης λιανικής πώλησης με ιδιαίτερη έμφαση στις πρακτικές λύσεις των προβλημάτων και τάσεων του σύγχρονου εμπορίου.</p>			
Μαθησιακά Αποτελέσματα	<p>Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι διδασκόμενοι αναμένεται να είναι σε θέση να:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Δυνατότητα περιγραφής των βασικών τεχνικών της εξάσκησης του λιανικού μάρκετινγκ. • Δυνατότητα περιγραφής στρατηγικών αποτελεσματικού λιανικού μάρκετινγκ μέσα από ανάλυση της όποιας περίπτωσης. • Ικανότητα περιγραφής των τρόπων οργάνωσης τμήματος λιανικού μάρκετινγκ για μέγιστη απόδοση μέσα από σωστές διοικητικές διεργασίες. • Ικανότητα επεξήγησης της συσχέτισης της λιανικής πώλησης και του μάρκετινγκ μέσα από παραδείγματα. 			
Προαπαιτούμενα	MAR101	Συναπαιτούμενα	-	
Περιεχόμενο Μαθήματος	<p>Περιεχόμενο Μαθήματος:</p> <p>Σκοπός: Να εξοπλιστεί ο φοιτητής με τις βασικές αρχές του αποτελεσματικού λιανικού μάρκετινγκ, με ειδική έμφαση στις πρακτικές λύσεις σχετικών προβλημάτων από μεγάλες και μικρές επιχειρήσεις.</p> <p>Περιγραφή: Η φύση του λιανικού εμπορίου: Ο ρόλος του λιανικού μάρκετινγκ στην οικονομία. Οι τύποι των διαφόρων καταστημάτων λιανικής πώλησης και η πολυκάναλη λιανική πώληση. Οι τύποι ιδιοκτησίας και οι διαφορετικές προσφερόμενες υπηρεσίες. Τα είδη των εμπορευμάτων και αλλαγές στη λιανική πώληση, οι</p>			

τύποι των εμπορευμάτων και ταξινομήσεων. **Η διαφορετικότητα της λιανικής πώλησης υπηρεσιών. Καριέρα στο χώρο των λιανικών πωλήσεων.**

Στρατηγική λιανικού εμπορίου: η σχέση μεταξύ λιανική πώλησης και μάρκετινγκ, σχεδιασμού λιανικής πώλησης, τοποθέτηση καταστήματος και αξιολόγηση στρατηγικής.

Συμπεριφορά καταναλωτή: η λήψη απόφασης αγοράς του καταναλωτή, οι επιρροές στην αγοραστική συμπεριφορά.

Έρευνα για τους λιανοπωλητές: οι τομείς της έρευνας περιλαμβάνουν την έρευνα περιοχής καταστήματος, επιλογής συγκεκριμένων τοποθεσιών, ανάλυση εμπορικότητας περιοχής, κυκλοφορίας, την αγοραστική δύναμη της περιοχής και των εξειδικευμένων ειδικών ζωνών καταστημάτων.

Στρατηγική λιανικού εμπορίου: χρηματοοικονομικά και διαχείριση εμπορεύματος. Λογιστική λιανικής πώλησης και τον έλεγχο δαπανών, ανάγκη για κεφάλαια, πηγές κεφαλαίων πιστωτικές και άλλες υπηρεσίες.

Οργάνωση και διαχείριση καταστήματος: Σχεδιασμός και οργάνωση λιανικής με τις δομές της.

Σχεδιασμός και διάταξη καταστήματος: Η σημασία της διάταξης και σχεδίασης, εξωτερική και εσωτερική εμφάνιση, η ατμόσφαιρα, η εσωτερική διαρρύθμιση και η τμηματοποίηση του χώρου.

Ασφάλεια καταστήματος: Κλοπές από εργαζόμενους και πελάτες. Πρόληψη της κλοπής με τη χρήση της τεχνολογίας και Bar Coding, κατάχρηση πιστωτικών καρτών και ακάλυπτων επιταγών.

Σχεδιασμός γραμμής προϊόντων: Η σημασία του στόχου αγοράς, η συλλογή και η ποικιλία των προϊόντων, προσθήκη καινούργιων και αφαίρεση κάποιων παλιών προϊόντων πώλησης.

Λιανική πώληση: Αγοραστικές ευθύνες εμπορεύματος, η σχέση χονδρικής και λιανικής πώλησης, πηγές αγοράς, αξιολόγηση προμηθευτών. **Η σημασία της εφοδιαστικής αλυσίδας.**

Καθορισμός των στόχων των αποθεμάτων: ειδικές μέθοδοι ελέγχου αποθεμάτων. Μέγεθος, σχεδιασμός και διαχείριση. Συστήματα JIT, εφαρμογές και η σημασία τους.

Στρατηγική λιανικής τιμολόγησης: στόχος τιμολόγησης και στρατηγική. Οι επιδράσεις επιδράσεις στη ρύθμιση της τιμής σε σχέση με τα έξοδα και δαπάνες, markups, ειδικές τεχνικές τιμολόγησης και τιμολογιακές προσαρμογές.

Στρατηγική Προώθησης: Τύποι προώθησης και διαφήμισης και διάφορες άλλες στρατηγικές στα ΜΜΕ. Προϋπολογισμός προώθησης και συνεργατική διαφήμιση. Αξιολόγηση αποτελεσμάτων.

	<p>Προσωπικές πωλήσεις: Τα προσόντα του αποτελεσματικού πωλητή λιανικής. Η διαδικασία λιανικής πώλησης, οι τεχνικές πώλησης και η σημασία τους στη λιανική πώληση, η χρήση του telemarketing και από πόρτα σε πόρτα.</p> <p>Πρωώθηση πωλήσεων: Οι τύποι της προώθησης πωλήσεων η χρήση της οπτικής προώθησης και των δημοσίων σχέσεων</p> <p>Ανθρώπινο Δυναμικό: Διαχείριση αναγκών, διοίκηση και αξιολόγηση προσωπικού.</p> <p>Ανάλυση πρόσφατων εξελίξεων και σύγχρονων ζητημάτων που έχουν σχέση με το αντικείμενο του μαθήματος.</p>
Μεθοδολογία Διδασκαλίας	<p>Παράδοση : 42 Ώρες</p> <p>Διαβούλευση : 14 Ώρες</p> <p>Φοιτητικός Φόρτος Εργασίας : 98 Ώρες</p> <p>154 Ώρες</p>
Βιβλιογραφία	<p>Zentes, J./ Morschett, D/ Schramm - Klein, H (2009) <i>Στρατηγικό Μάνατζμεντ Λιανικών Πωλήσεων</i></p> <p>Θεοδωράς, Δημήτριος, (2008) <i>Διοίκηση Αλυσίδας Εφοδιασμού & Εξυπηρέτηση Πελάτη</i></p> <p>Levy, Michael (2013) <i>Retailing Management</i></p> <p>Rashid, Sanuwar (2010) <i>Category Management: The Effective Way of Managing Retail Business</i></p>
Αξιολόγηση	<p>Εξετάσεις :70%</p> <p>Εργασίες/ Μελέτες :20%</p> <p>Συμμετοχή στην τάξη :10%</p>
Γλώσσα	Ελληνική

Τίτλος Μαθήματος	Διοίκηση Μικρών Επιχειρήσεων			
Κωδικός Μαθήματος	MGT206			
Τύπος μαθήματος	Μάθημα Διοίκησης Επιχειρήσεων			
Επίπεδο	Δίπλωμα (1 ^{ος} Κύκλος)			
Έτος / Εξάμηνο φοίτησης	2 / 3			
Όνομα Διδάσκοντα	Κανάκης Πανίκος, Πολυκάρπου Χριστιάνα			
ECTS	3 / 6	Διαλέξεις / εβδομάδα	1	Εργαστήρια / εβδομάδα
Στόχοι Μαθήματος	Αυτό το μάθημα έχει σχεδιαστεί για να βοηθήσει τους φοιτητές να αναπτύξουν μια καλύτερη εκτίμηση του ζωτικού ρόλου που διαδραματίζει μια μικρή επιχείρηση στην οικονομία μας και να διερευνήσουν τα κρίσιμα ζητήματα και τις προκλήσεις της διαχείρισης μιας μικρής επιχείρησης καθώς και τον τρόπο αντιμετώπισης αυτών.			
Μαθησιακά Αποτελέσματα	<p>Αναμένεται ότι με την ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές θα είναι σε θέση να:</p> <ul style="list-style-type: none"> • αξιολογούν το οικονομικό και κοινωνικό περιβάλλον στο οποίο λειτουργεί μια μικρή επιχείρηση. • αξιολογούν ευκαιρίες σταδιοδρομίας σε μικρές επιχειρήσεις, ως ιδιοκτήτες-διαχειριστές ή ως υπάλληλοι. • προετοιμάζουν ένα αποτελεσματικό επιχειρηματικό σχέδιο. • διερευνούν και να αξιολογούν επιχειρηματικές ευκαιρίες για την ίδρυση ή την επέκταση μιας μικρής επιχείρησης. • λαμβάνουν αποφάσεις σχετικά με τα προβλήματα που αφορούν στη λειτουργία μικρών επιχειρήσεων. 			
Προαπαιτούμενα	MGT101, MAR101, ACC110	Συναπαιτούμενα	-	
Περιεχόμενο Μαθήματος	<p>Η φύση των μικρών επιχειρήσεων: ορισμός, ο ρόλος των μικρών επιχειρήσεων στην οικονομία, τάσεις και αλήθειες για τις μικρές επιχειρήσεις, μικρές επιχειρήσεις σε σημαντικούς τομείς, πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της δημιουργίας μιας επιχείρησης για προσωπική ικανοποίηση, χαρακτηριστικά της επιτυχίας, λόγοι αποτυχίας μικρών επιχειρήσεων.</p> <p>Οικογενειακές Επιχειρήσεις: οι προκλήσεις, εσωτερικές και εξωτερικές πιέσεις, θέματα διαδοχής, θέματα επιβίωσης, δομή οικογενειακών επιχειρήσεων, ανάπτυξη μιας στρατηγικής για την διαδοχή.</p> <p>Το Επιχειρηματικό Σχέδιο: η φύση και η σημασία του, τα συστατικά του, προετοιμασία του επιχειρηματικού Σχεδίου.</p> <p>Αγορά μιας υφιστάμενης μικρής επιχείρησης: πλεονεκτήματα, τι πρέπει να γνωρίζει κανείς, καθορισμός των τιμών.</p>			

Έναρξη λειτουργίας μιας νέας μικρής επιχείρησης: στρατηγικός σχεδιασμός, ανάλυση αγοράς, το πρόγραμμα δράσης.
 Αποκλειστική αντιπροσωπία: τρόπος λειτουργίας αυτής, τάσεις αποκλειστικής αντιπροσωπίας, πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της αποκλειστικής αντιπροσωπείας.
 Πηγή Κεφαλαίου: αρχικό κεφάλαιο, τύποι κεφαλαίου, μόχλευση, αιτίες των προβλημάτων ρευστότητας στην Κύπρο.

Τοποθεσία και Διάταξη: παράγοντες επιλογής τοποθεσίας, διάταξη ανάλογα με το είδος των επιχειρήσεων και εγκατάσταση. Απόκτηση σχεδιασμός και εγκατάσταση μηχανημάτων

Τα νομικά έντυπα της μικρής επιχείρησης: ατομική επιχείρηση, κοινοπραξία, ανώνυμη εταιρική επιχείρηση, εκτιμήσεις φορολογικής φύσεως.
 Διαχείριση μιας μικρής επιχείρησης: σχεδιασμός, οργάνωση, ηγεσία και έλεγχος, προϋπολογισμός, νεκρό σημείο, ανησυχίες μόνο για μικρές επιχειρήσεις.
 Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού στις Μικρές Επιχειρήσεις: στελέχωση, πρακτικές προσωπικού, ηθικό των εργαζομένων, Διοίκηση μέσω/βάσει στόχων (MBO).
 Μάρκετινγκ: εύρεση θέσης σε εξειδικευμένο προσοδοφόρο μικρό τομέα της αγοράς, εξέταση της σημερινής αγοράς, έρευνα μάρκετινγκ. τιμολόγηση, διαφήμιση και πώληση: προβληματισμοί σχετικά με την τιμολόγηση, τιμολόγηση για σκοπούς κέρδους, τρόπος καθορισμού τιμολόγησης από μικρές επιχειρήσεις, διαφήμιση και μικρές επιχειρήσεις, κατάρτιση σε θέματα πωλήσεων, ψυχολογία πωλήσεων, η διαδικασία της πώλησης.
 Πιστωτική εικόνα πελάτη: είδη πίστωσης, κανονισμοί της καταναλωτικής πίστωσης, λιανική πίστωση, πίστωση χονδρικού εμπορίου, πίστωση επιχείρησης, πίστωση εταιρείας παραγωγής.
 Χρηματοοικονομικές Καταστάσεις και Φύλαξη Αρχείων: ισολογισμός, κατάσταση κερδών και ζημιών, τήρηση των βιβλίων.
 Χρηματοοικονομική Ανάλυση και Προϋπολογισμός: Οικονομικοί Δείκτες, Περιορισμοί, προϋπολογισμός πωλήσεων.
Αγορές και Έλεγχος απογραφής: στάδια της διαδικασίας αγοράς, η εφοδιαστική αλυσίδα (Supply Chain Management), διαχείριση και χρήση αποθεμάτων, πολιτικές αγοράς με τη μέθοδο JIT, EOQ, Par stock, μισθωτοί, απογραφικό σύστημα, σημεία αναδιάταξης, προγραμματισμός εργασιών (Operations) και έλεγχος ποιότητας.
 Διαδίκτυο και μικρές επιχειρήσεις: ηλεκτρονικό εμπόριο, διαφήμιση στο διαδίκτυο
 Κοινωνική Ευθύνη και Έγκλημα στις Μικρές Επιχειρήσεις: δεοντολογία στις μικρές επιχειρήσεις, ηθικές πρακτικές και κώδικες δεοντολογίας, απάτες πιστωτικών καρτών, παραπλάνηση επιταγών, κλοπή καταστημάτων, κλοπή, υπεξαίρεση και απάτη μέσω υπολογιστών.
 Αναλύονται οι πρόσφατες εξελίξεις και τα σύγχρονα ζητήματα που σχετίζονται με το αντικείμενο του μαθήματος.

Μεθοδολογία Διδασκαλίας	Παράδοση : 42 Ώρες Διαβούλευση : 14 Ώρες Φοιτητικός Φόρτος Εργασίας : 98 Ώρες 154 Ώρες
----------------------------	--

Βιβλιογραφία	<p>Byrd, Mary Jane/ Megginson, Leon C. (2018) <i>Small Business Management</i></p> <p>Σκουλάς, Νίκος Ε. (2008) <i>Το Εγχειρίδιο του Μικρού και Μεσαίου Επιχειρηματία</i></p> <p>Meyer, Earl (2004) <i>Επιχειρηματικότητα και Διοίκηση Μικρών</i></p> <p>Hodgetts R. and Kuratko D (2010) <i>EFFECTIVE SMALL BUSINESS MANAGEMENT, Latest Edition, New York:</i> John Wiley and Sons Inc.</p> <p>Scarborough N. and Zimmerer T (2014) <i>EFFECTIVE SMALL BUSINESS MANAGENT, Latest Edition, Prentice Hall.</i></p> <p>Stokes, David (2017) <i>Small Business Management and Entrepreneurship</i></p> <p>Ματσατσίνης, Νικόλαος Φ.(2010) <i>Ανάπτυξη & Λειτουργία Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων</i></p> <p>Journals : Small Business Management, International Small Business Journal</p> <p>Norman M. Scarborough (2015) <i>Essentials of entrepreneurship and small business management, Pearson Professional</i></p>
Αξιολόγηση	<p>Εξετάσεις : 70%</p> <p>Επιχειρηματικό σχέδιο : 20%</p> <p>Συμμετοχή στην τάξη/ Παρουσία : 10%</p>
Γλώσσα	Ελληνική