

Doc. 300.1.2

Date: 22/6/2023

Higher Education Institution's Response

- **Higher Education Institution:**
College of Business Studies (CBS)
- **Town:** Nicosia
- **Programme of study**
Name (Duration, ECTS, Cycle)

In Greek:

Πτυχίο Διοίκησης Επιχειρήσεων (4ετή, 240 ECTS,
Bachelor of Science, Συμβατικό)

In English:

Bachelor of Business Administration (4years, 240
ECTS, Bachelor of Science, Conventional)

- **Language(s) of instruction:** Greek / English
- **Programme's status:** Currently Operating
- **Concentrations (if any):**

In Greek: Concentrations

In English: Concentrations



The present document has been prepared within the framework of the authority and competencies of the Cyprus Agency of Quality Assurance and Accreditation in Higher Education, according to the provisions of the “Quality Assurance and Accreditation of Higher Education and the Establishment and Operation of an Agency on Related Matters Laws” of 2015 to 2021 [L.136(I)/2015 – L.132(I)/2021].

A. Guidelines on content and structure of the report

- *The Higher Education Institution (HEI) based on the External Evaluation Committee's (EEC's) evaluation report (Doc.300.1.1 or 300.1.1/1 or 300.1.1/2 or 300.1.1/3 or 300.1.1/4) must justify whether actions have been taken in improving the quality of the programme of study in each assessment area. The answers' documentation should be brief and accurate and supported by the relevant documentation. Referral to annexes should be made only when necessary.*
- *In particular, under each assessment area and by using the 2nd column of each table, the HEI must respond on the following:*
 - *the areas of improvement and recommendations of the EEC*
 - *the conclusions and final remarks noted by the EEC*
- *The institution should respond to the EEC comments, in the designated area next each comment. The comments of the EEC should be copied from the EEC report **without any interference** in the content.*
- *In case of annexes, those should be attached and sent on separate document(s). Each document should be in *.pdf format and named as annex1, annex2, etc.*

1. Study programme and study programme's design and development

(ESG 1.1, 1.2, 1.7, 1.8, 1.9)

Areas of improvement and recommendations by EEC	Actions Taken by the Institution	For Official Use ONLY
<p>An overarching mapping report that demonstrates how each course unit feeds into the intended learning outcomes (ILOs) of the programme, is a requirement. The EEC recommends the teaching team of the programme to collectively consider how each unit supports the ILOs and prepare this report / map.</p>	<p>The teaching team has reviewed the programme's content based on the recommendations of the EEC.</p> <p>It has proceeded with the changes in the programme's content – the addition of new modules that fulfill the objectives of the programme.</p> <p>It has also prepared the mapping report as suggested (see Annex 1).</p>	<p>Choose level of compliance:</p>
<p>Placement opportunities, outside of the banking sector, are encouraged to make the programme more practical.</p>	<p>The administration of CBS and members of the faculty contacted several organizations that operate in the business sector and discussed the possibility of collaborating on that matter.</p> <p>The CBS has managed to form several collaborating agreements with the following organizations (indicative list):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Peletico - Vassos Eliades Ltd - Photos Photiades Group - Green Dot - BMW Cyprus - Mercedes Cyprus - Trust Insurance - Hydra Insurance - Financial Institutions (including all major Banks) 	<p>Choose level of compliance:</p>
<p>The EEC also recommends CBS to establish a process for coaching students in choosing the right electives that may determine their future career paths.</p>	<p>This recommendation has been added as a formal duty of students' advisors – this is a process that will be implemented in collaboration with the Department's administration.</p>	<p>Choose level of compliance:</p>

<p>CBS and the head of programme need to review the programme and consider the changing needs of society, the economy of Cyprus, and the market they cater; it is important to incorporate course units (electives or core) that reflect the business environment they operate in (e.g., digitalization, tourism management, CSR, SMEs etc).</p>	<p>The following changes had been made with regards to the programme's content:</p> <ul style="list-style-type: none"> I. Quantitative Business Methods (BUS301) has changed into Research Methods in Business. II. Money and Banking (ECO405) has changed from compulsory to business elective. III. Ethics and CSR (BUS451) has changed from business elective to compulsory. IV. Three new business electives have been added: <ul style="list-style-type: none"> 1. Hospitality Management (MGT204) 2. Fundamentals of SMEs Management (MGT305) 3. Digital Marketing (MAR203) <p>(see Annex 2)</p>	<p>Choose level of compliance:</p>
<p>The different assessments used, and content needs to correspond to the level of the programme and the number of ECTS and they need to clearly demonstrate how they cater for the intended learning outcomes of each course unit.</p>	<p>The introduction of the "Course Plan" (see Annex 3) will be used to facilitate this process.</p> <p>In the lesson plan the instructor needs to clarify the type of assessments that will be used for each course unit and the distribution of the grades for each assessment.</p>	<p>Choose level of compliance:</p>
<p>The department could consider formally appointing external advisors, both academic (international) and practitioners (from the local market and not only from the banking sector). Such advisors could inform future curriculum reviews and provide insights as to the skills that students need for a successful future career.</p>	<p>The administration of CBS and members of the faculty contacted several organizations that operate in the business sector and discussed the possibility of collaborating on that matter.</p> <p>The CBS has managed to form several collaborating agreements with the following organizations (indicative list):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Peletico 	<p>Choose level of compliance:</p>



	<ul style="list-style-type: none">- Vassos Eliades Ltd- Photos Photiades Group- Green Dot- BMW Cyprus- Mercedes Cyprus- Trust Insurance- Hydra Insurance- Financial Institutions (including all major Banks)	
--	---	--

2. Student – centred learning, teaching and assessment (ESG 1.3)

Areas of improvement and recommendations by EEC	Actions Taken by the Institution	For Official Use ONLY
<p>Considering the nature of the programme, integrating more active engagement with industry and external stakeholders (not only from the banking sector) in the curriculum could enhance the student learning experience.</p>	<p>The administration of CBS and members of the faculty contacted several organizations that operate in the business sector and discussed the possibility of collaborating on that matter.</p> <p>The CBS has managed to form several collaborating agreements with the following organizations (indicative list):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Peletico - Vassos Eliades Ltd - Photos Photiades Group - Green Dot - BMW Cyprus - Mercedes Cyprus - Trust Insurance - Hydra Insurance - Financial Institutions (including all major Banks) <p>Additionally, CBS has amended the programme's content to enhance the curriculum.</p>	<p>Choose level of compliance:</p>
<p>We note that a number of assessment methods are used across the program. The EEC encourages the program team to consider ways to further develop assessment, especially when it comes to practicing important skills and competencies, such as problem-based learning and live cases/projects and group projects/teamwork that seem to be lacking in practice.</p> <p>The EEC advises that course coordinators and the programme director need to carefully consider the type of assessments used in each course unit with respect to the individual ILOs of each unit and at the same time to ensure that there is a variety of methods</p>	<p>The introduction of the "Course Plan" (Annex 3) facilitates this process.</p> <p>In the "Course Plan" the instructor needs to clarify the type of assessments that will be used for each course unit and the distribution of the grades for each assessment.</p> <p>The Programme Coordinator is responsible for reviewing and approving each "Course Plan" to ensure that there is no overlapping between assessments and that assessments match each course's learning objectives.</p>	<p>Choose level of compliance:</p>

<p>applied for developing diverse soft and hard skills.</p>		
<p>Students should be encouraged to be actively involved in research, perhaps through the Research Centre that has been put in place.</p>	<p>It has been decided that students will be involved in research through the following:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Research Center: The RC can “employ” students to help in the data collection and data analysis processes, based on the projects running at the center. 2. The assessments given to students, especially those which are in the form of assignments, will incorporate elements that help students use and enhance their research skills – these will be evaluated and approved by the Programme Coordinator through the “Course Plan”. 	<p>Choose level of compliance:</p>

3. Teaching staff (ESG 1.5)

Areas of improvement and recommendations by EEC	Actions Taken by the Institution	For Official Use ONLY
The college needs to develop a detailed workload policy document that takes into consideration teaching, research, and administration tasks in a more structured and transparent way.	<p>CBS has proceeded with the introduction of the “Teaching Plan Semester XXXX” (Annex 4) application. Through this process member of the faculty are encouraged to state to the College’s administration the intention to focus on research during a specific semester / year, as well as any other obligations that may require consideration regarding teaching hours, administrations tasks, etc.</p> <p>This allows the implementation of a more formalized yet personal approach to handling these requests from members of the faculty.</p>	Choose level of compliance:
The EEC acknowledges that the majority of the teaching faculty is on a part-time basis; however, there is scope for the development of promotion criteria for staff progression and growth.	<p>The Recruitment and Promotion Policy has been updated based on the EEC’s recommendations. (see Annex 5)</p>	Choose level of compliance:
The College is encouraged to continue investing in developing teaching and learning supports and to explore innovative new technologies and methodologies which will enrich the faculty teaching and student learning experience.	<p>CBS recruited an external trainer who is responsible for setting up an annual training plan, that involves both internal and recommendations for external training on pedagogy, new teaching and other learning tools.</p> <p>Also, faculty are strongly encouraged to communicate any training programs that they want to participate, and the college is committed to support both financially and in any other terms (rescheduling of classes or substitution – in case the program overlaps with current obligations) their participation in these programs.</p>	Choose level of compliance:

<p>Members of the teaching team should be actively engaged in relevant research activities which can inform teaching. Such spill overs can positively affect the student learning experience and offer up-to-date insights into the areas that the programme covers.</p>	<p>The College has set up a motivating plan to encourage members of the teaching team to engage in research activities. The plan includes: (i) research grants solely for research projects related to topics covered in the BScBA program; (ii) full time staff will have the option of reducing their teaching hours – this will be declared every semester on the “Teaching Plan Semester XXXX” application form, to focus on research; (iii) for each publication the College will offer a fixed amount as award; (iv) the college will also provide financial support for publication fees and conference fees; (v) workshops/ seminars that focus on qualitative and quantitative methodology, data analysis, literature review will be delivered by the more experienced personnel, as mentoring and support to early-career staff members throughout the research process; (vi) the college will provide access to statistical software like Stata and SPSS as well as academic journals and online databases.</p>	<p>Choose level of compliance:</p>
<p>The Research Centre initiative should be supported, and more members of staff should be encouraged to actively participate. Staff members are also urged to be more engaged in research and try to publish their work in listed quality academic journals.</p>	<p>CBS administration has committed to promote research and support the Research Centre.</p> <p>It was decided that 20% of the profits will be given back to the research centre to provide adequate funding to expand and maintain the centre.</p> <p>As already mentioned, the College will provide a fixed amount to any faculty member as an award for each publication, financial support for publication fees and conference fees.</p> <p>Recognizing and rewarding research achievements aims to motivate staff members to pursue research activities and contribute</p>	<p>Choose level of compliance:</p>

	<p>to the College's research reputation.</p> <p>Furthermore, the Academic Committee has been assigned to contribute more actively to the decision-making processes that involve the Research Centre. The objective is that research grant calls will be followed, so that new proposals will be submitted.</p> <p>Finally, efforts to enhance collaboration between faculty members will be made to encourage knowledge exchange and innovation.</p>	
<p>With respect to the Greek program that could be offered in the future, at the moment, there are not sufficient resources in terms of members of staff that could support the program.</p>	<p>CBS is ready to proceed with new recruitments in case there are enough students interested in the Greek program – in accordance with the guidelines published by the Agency.</p>	

4. Student admission, progression, recognition and certification (ESG 1.4)

Areas of improvement and recommendations by EEC	Actions Taken by the Institution	For Official Use ONLY
<p>With student feedback uniformly and enthusiastically positive, the College should strive to maintain its current approaches and practices.</p>	<p>CBS is committed to maintaining and enhancing the quality of its services to students and to offer an all-round fulfilling learning experience that aligns with the objectives of the College and the goals of each individual student.</p>	<p>Choose level of compliance:</p>
<p>With regard to student progression, the EEC suggests that a work placement (e.g., summer internships) could benefit the students and help them with their future career aspirations.</p>	<p>The administration of CBS and members of the faculty contacted several organizations that operate in the business sector and discussed the possibility of collaborating on that matter.</p> <p>The CBS has managed to form several collaborating agreements with the following organizations (indicative list):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Peletico - Vassos Eliades Ltd - Photos Photiades Group - Green Dot - BMW Cyprus - Mercedes Cyprus - Trust Insurance - Hydra Insurance - Financial Institutions (including all major Banks) 	<p>Choose level of compliance:</p>

5. Learning resources and student support (ESG 1.6)

Areas of improvement and recommendations by EEC	Actions Taken by the Institution	For Official Use ONLY
<p>Whereas resources including teaching resources are adequate for current requirements, the delivery of the programme in the Greek language would seem to require additional teaching resources. The EEC believes that the accreditation of the Greek version of the programme needs to be contingent on an assurance of adequate teaching resources and further recruitment.</p>	<p>CBS is ready to proceed with new recruitments in case there are enough students interested in the Greek program – in accordance with the guidelines published by the Agency.</p> <p>This is an ongoing process that occurs every semester based on admissions and other requirements by the Agency.</p>	<p>Choose level of compliance:</p>
<p>CBS may consider enrolling to an exchange programme (e.g., Erasmus) and provide to students the opportunity to do a semester abroad. This could potentially be a unique selling proposition for the programme.</p>	<p>CBS is already collaborating through articulation agreements with Crandall University in Canada and Liverpool John Moore, offering the opportunity to students to complete their studies in these universities.</p> <p>With regards to exchange programmes, CBS has decided on the recruitment of an officer who will be assigned to run the process of enrolling and establishing the Erasmus office at CBS.</p>	<p>Choose level of compliance:</p>

6. Additional for doctoral programmes (ALL ESG)

Areas of improvement and recommendations by EEC	Actions Taken by the Institution	For Official Use ONLY
Click or tap here to enter text.	Click or tap here to enter text.	Choose level of compliance:
Click or tap here to enter text.	Click or tap here to enter text.	Choose level of compliance:
Click or tap here to enter text.	Click or tap here to enter text.	Choose level of compliance:
Click or tap here to enter text.	Click or tap here to enter text.	Choose level of compliance:
Click or tap here to enter text.	Click or tap here to enter text.	Choose level of compliance:

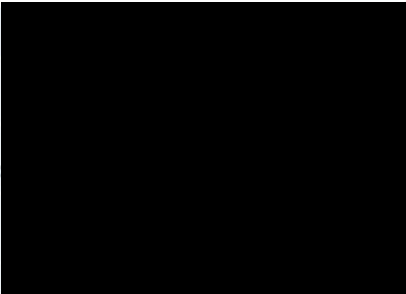
7. Eligibility (Joint programme) (ALL ESG)

Areas of improvement and recommendations by EEC	Actions Taken by the Institution	For Official Use ONLY
Click or tap here to enter text.	Click or tap here to enter text.	Choose level of compliance:
Click or tap here to enter text.	Click or tap here to enter text.	Choose level of compliance:
Click or tap here to enter text.	Click or tap here to enter text.	Choose level of compliance:
Click or tap here to enter text.	Click or tap here to enter text.	Choose level of compliance:
Click or tap here to enter text.	Click or tap here to enter text.	Choose level of compliance:

B. Conclusions and final remarks

Conclusions and final remarks by EEC	Actions Taken by the Institution	For Official Use ONLY
Click or tap here to enter text.	Click or tap here to enter text.	Choose level of compliance:
Click or tap here to enter text.	Click or tap here to enter text.	Choose level of compliance:
Click or tap here to enter text.	Click or tap here to enter text.	Choose level of compliance:
Click or tap here to enter text.	Click or tap here to enter text.	Choose level of compliance:
Click or tap here to enter text.	Click or tap here to enter text.	Choose level of compliance:

C. Higher Education Institution academic representatives

Name	Position	
Dr. Emily Tsikkou	Academic Director	
Dr. Andry Kyrizi	MBA Programme Coordinator / Director of Research Centre	
Dr. Marilia Kountouridou	BScBA Programme Coordinator	
Click to enter Name	Click to enter Position	
Click to enter Name	Click to enter Position	
Click to enter Name	Click to enter Position	

Date: 22/06/2023



ILOS

COURSES

	A comprehensive knowledge of the functional areas; as well as the ability to apply this knowledge to real work problems.	The ability to think laterally, critically, innovatively, creatively, and to make connections among diverse fields of study.	A global perspective based on an understanding of the internal, external, and global environments of the organizations.	A good understanding of the ethical and environmental ramifications of corporate decisions.	The ability to lead and to interact effectively in group situations.	The ability to manage in culturally diverse environments.	Acquired analytical and research skills to deal with challenging and complex business problems.	The ability to expand their knowledge and skills individually and within groups, while working in highly competitive
General Education Electives								
ENG100	English Instruction in Expository Writing				X	X		
ENG201	Business Writing				X	X		X
SOC101	Introduction to Sociology	X		X	X	X		X
PSY101	Introduction to Psychology	X		X	X	X		
PHIL101	Introduction to Philosophy	X		X	X	X		
POL101	Introduction to Political Science	X		X	X	X		
MAT101	Introduction to Business Mathematics	X		X	X	X		
MAT201	Business Statistics I	X		X	X	X		
MAT301	Business Statistics II	X		X	X	X		
CSC100	Computer Fundamentals and Applications	X		X	X	X		X
Business Core Requirements								
ACC101	Introduction to Financial Accounting	X		X			X	
ACC102	Introduction to Managerial Accounting	X		X			X	
BUS101	Introduction to Business	X		X			X	
BAN101	Principles of Banking	X		X			X	
BUS311	International Business	X		X		X	X	X
BUS301	Research Methods in Business	X		X		X	X	X
BUS400	Strategic Management (Project)	X		X		X	X	X
ECO101	Principles of Microeconomics	X		X		X	X	X
ECO102	Principles of Macroeconomics	X		X		X	X	X
ECO305	Managerial Economics	X		X		X	X	X
BUS451	Business Ethics and CSR	X		X		X	X	X
FIN101	Introduction to Financial Analysis	X		X		X	X	X
LAW301	Business Law I	X		X		X	X	X
MAR101	Introduction to Marketing	X		X		X	X	X
MGT101	Principles of Management	X		X		X	X	X
MGT301	Operations Management	X		X		X	X	X
MGT302	Organizational Behavior	X		X		X	X	X
MGT403	Human Resource Management	X		X		X	X	X
PR101	Introduction to Public Relations	X		X		X	X	X
Business Electives								
ACC201	Financial Reporting	X		X			X	
ACC202	Business Analysis and Valuation	X		X			X	
ACC210	Business Taxation	X		X			X	
ACC301	Advanced Managerial Accounting	X		X			X	
ACC302	Advanced Financial Accounting	X		X			X	
BAN202	Commercial Lending	X		X			X	
BAN203	Consumer Lending	X		X			X	
BUS200	The Entrepreneurship Workshop	X		X		X	X	X
BUS495	Research Project	X		X		X	X	X
ECO405	Money and Banking	X		X		X	X	X
FIN201	Managerial Finance	X		X		X	X	X
FIN305	Investments	X		X		X	X	X
FIN310	Multinational Business Finance	X		X		X	X	X
LAW401	Business Law II	X		X		X	X	X

A/A	Course type	Course title	Course code	Periods per week	Period duration	Number of weeks/ Semester	Total periods/ Semester	Number of ECTS
A' Semester / Y1								
1.	Compulsory	Introduction to Business	BUS101	3	50min	15	45	6
2.	Compulsory	Computer Fundamentals and Applications	CSC100	3	50min	15	45	6
3.	Compulsory	Introduction to Business Mathematics	MAT101	3	50min	15	45	6
4.	Compulsory	English Instruction in Expository Writing	ENG100	3	50min	15	45	6
5.	Compulsory	Introduction to Sociology	SOC101	3	50min	15	45	6
B' Semester/Y1								
6.	Compulsory	Introduction to Financial Accounting	ACC101	3	50min	15	45	6
7.	Compulsory	Principles of Microeconomics	ECO101	3	50min	15	45	6
8.	Compulsory	Business Writing	ENG201	3	50min	15	45	6
9.	Compulsory	Principles of Management	MGT101	3	50min	15	45	6
10.	Compulsory	Introduction to Philosophy	PHIL101	3	50min	15	45	6

A' Semester / Y2									
	Compulsory	Introduction to Managerial Accounting	ACC102	3	50min	15	45	6	
11.	Compulsory	Principles of Macroeconomics	ECO102	3	50min	15	45	6	
12.	Compulsory	Introduction to Marketing	MAR101	3	50min	15	45	6	
13.	Compulsory	Introduction to Public Relations	PR101	3	50min	15	45	6	
14.	Compulsory	Introduction to Psychology	PSY101	3	50min	15	45	6	
B' Semester / Y2									
16.	Compulsory	Principles of Banking	BAN101	3	50min	15	45	6	
17.	Compulsory	Introduction to Financial Analysis	FIN101	3	50min	15	45	6	
18.	Compulsory	Business Statistics I	MAT201	3	50min	15	45	6	
19.	Compulsory	Introduction to Political Science	POL101	3	50min	15	45	6	
20.	Elective	Business Elective		3	50min	15	45	6	
A' Semester / Y3									
21.	Compulsory	Research Methods in Business	BUS301	3	50min	15	45	6	
22.	Compulsory	International Business	BUS311	3	50min	15	45	6	

23.	Compulsory	Operations Management	MGT301	3	50min	15	45	6
24.	Elective	Business Elective		3	50min	15	45	6
25.	Elective	Business Elective		3	50min	15	45	6
B' Semester / Y3								
26.	Compulsory	Managerial Economics	ECO305	3	50min	15	45	6
27.	Compulsory	Business Law I	LAW301	3	50min	15	45	6
28.	Compulsory	Business Statistics II	MAT301	3	50min	15	45	6
29.	Elective	Business Elective		3	50min	15	45	6
30.	Elective	Business Elective		3	50min	15	45	6
A' Semester / Y4								
31.	Compulsory	Business Ethics and CSR	BUS451	3	50min	15	45	6
32.	Compulsory	Human Resource Management	MGT403	3	50min	15	45	6
33.	Elective	Business Elective		3	50min	15	45	6
34.	Elective	Business Elective		3	50min	15	45	6
35.	Elective	Free Elective		3	50min	15	45	6
B' Semester / Y4								



36.	Compulsory	Strategic Management (Project)	BUS400	3	50min	15	45	6
37.	Compulsory	Organizational Behaviour	MGT302	3	50min	15	45	6
38.	Elective	Business Elective		3	50min	15	45	6
39.	Elective	Business Elective		3	50min	15	45	6
40.	Elective	Free Elective		3	50min	15	45	6

A/A	Name and Surname	Discipline / Specialization	Teaching courses in the programme of study under evaluation (Bachelor of Business Administration)		
			Code	Course title	Periods/ week
1.	Andri Kyrizi	Economics	BAN101	Principles of Banking	3
			BAN202	Commercial Lending	3
			BAN203	Consumer Lending	3
			ECO405	Money and Banking	3
2.	Antreas Naziris	Information Technology	CSC100	Computer Fundamentals and Applications	3
			ACC210	Business Taxation	3
3.	Christiana Charalambidou	Economics Accounting & Finance	ACC301	Advanced Managerial Accounting	3
			ACC302	Advanced Financial Accounting	3
			ACC101	Introduction to Financial Accounting	3
4.	Elena Panagiotou	Accounting & Finance	ACC102	Introduction to Managerial Accounting	3
			ACC201	Financial Reporting	3
			ACC202	Business Analysis and Valuation	3

5.	Emily Tsikkou	Management & Marketing	MGT403	Human Resource Management	3
			MGT302	Organizational Behaviour	3
			BUS451	Business Ethics and Social Responsibility	3
			MGT205	Industrial Relations (Independent Study)	3
			ECO101	Principles of Microeconomics	3
6.	George Voucharas	Economics	ECO102	Principles of Macroeconomics	3
			ECO305	Managerial Economics	3
			BUS400	Strategic Management (Project)	3
7.	Georgia Katsifaraki	Management & Marketing	MAR301	Marketing Research	3
			MGT311	International Management	3
			MGT301	Operations Management	3
			MAR201	Consumer Behaviour	3
8.	Marilia Kountouridou	Management & Marketing	MAR203	Digital Marketing	3
			MAR303	Marketing of Services	3
			BUS200	The Entrepreneurship Workshop	3

		Environmental Sciences / Management and Marketing	BUS311	International Business	3
			MGT305	Fundamentals of SMEs Management	3
10.	Mersilia Anastasiadou	Political Science	POL101	Introduction to Political Science	3
			PHIL101	Introduction to Philosophy	3
			FIN101	Introduction to Financial Analysis	3
11.	Michalis Kamma	Accounting & Finance	FIN201	Managerial Finance	3
			FIN305	Investments	3
			FIN310	Multinational Business Finance	3
			BUS101	Introduction to Business	3
			MAR101	Introduction to Marketing	3
12.	Panagiota Thanasoula	Management & Marketing	MGT101	Principles of Management	3
			MAR202	Advertising and Sales Promotion	3
			MGT 204	Hospitality Management	3
13.	Sviatlana	Alenich-Kizouridou	LAW301	Business Law I	3
			LAW401	Business Law II	3

14. Alexis Koudounaris	Mathematics	MAT101	Introduction to Business Mathematics	3
		MAT201	Business Statistics	3
		MAT301	Business Statistics II	3
15. Antri Agathocleous	Psychology	BUS301	Research Methods in Business	3
		PSY101	Introduction to Psychology	3
16. Eftychia Ioannou	English Literature	ENG100	English Instruction in Expository Writing	3
		ENG201	Business Writing	3
		COM100	Public Speaking	3
		SOC101	Introduction to Sociology	3
17. Maria Flouri	Social Sciences	SOC301	Contemporary Social Problems	3
		PR101	Introduction to Public Relations	3
		PR305	Public Relations Management	3



General Education Requirements		30 Credits	60 ECTS
English		6	12
Code	Course Title	Credits	ECTS
ENG100	English Instruction in Expository Writing	3	6
ENG201	Business Writing	3	6
Social Sciences		12	24
Code	Course Title	Credits	ECTS
SOC101	Introduction to Sociology	3	6
PSY101	Introduction to Psychology	3	6
PHIL101	Introduction to Philosophy	3	6
POL101	Introduction to Political Science	3	6
Mathematics		9	18
Code	Course Title	Credits	ECTS
MAT101	Introduction to Business Mathematics	3	6
MAT201	Business Statistics I	3	6
MAT301	Business Statistics II	3	6
Computers		3	6
Code	Course Title	Credits	ECTS
CSC100	Computer Fundamentals and Applications	3	6
Business Core Requirements		57 Credits	114 ECTS
Code	Course Title	Credits	ECTS
ACC101	Introduction to Financial Accounting	3	6
ACC102	Introduction to Managerial Accounting	3	6
BUS101	Introduction to Business	3	6
BAN101	Principles of Banking	3	6
BUS311	International Business	3	6
BUS301	Research Methods in Business	3	6
BUS400	Strategic Management (Project)	3	6
ECO101	Principles of Microeconomics	3	6
ECO102	Principles of Macroeconomics	3	6
ECO305	Managerial Economics	3	6
BUS451	Business Ethics and CSR	3	6
FIN101	Introduction to Financial Analysis	3	6
LAW301	Business Law I	3	6
MAR101	Introduction to Marketing	3	6
MGT101	Principles of Management	3	6
MGT301	Operations Management	3	6
MGT302	Organizational Behavior	3	6
MGT403	Human Resource Management	3	6
PR101	Introduction to Public Relations	3	6
Business Electives		27 Credits	54 ECTS
Code	Course Title	Credits	ECTS



ACC201	Financial Reporting	3	6
ACC202	Business Analysis and Valuation	3	6
ACC210	Business Taxation	3	6
ACC301	Advanced Managerial Accounting	3	6
ACC302	Advanced Financial Accounting	3	6
BAN202	Commercial Lending	3	6
BAN203	Consumer Lending	3	6
BUS200	The Entrepreneurship Workshop	3	6
BUS495	Research Project	6	12
ECO405	Money and Banking	3	6
FIN201	Managerial Finance	3	6
FIN305	Investments	3	6
FIN310	Multinational Business Finance	3	6
LAW401	Business Law II	3	6
MAR201	Consumer Behavior	3	6
MAR202	Advertising and Sales Promotion	3	6
MAR203	Digital Marketing	3	6
MAR301	Marketing Research	3	6
MAR303	Marketing of Services	3	6
MGT204	Hospitality Management	3	6
MGT205	Industrial Relations (Independent Study)	3	6
MGT305	Fundamentals of SMEs Management	3	6
MGT311	International Management	3	6
Other Electives (Free)		6 Credits	12 ECTS
Code	Course Title	Credits	ECTS
COM100	Public Speaking	3	6
SOC301	Contemporary Social Problems	3	6
PR305	Public Relations Management	3	6

COURSE PLAN
Academic Year 20XX-20XX

Program of Study	BSc in Business Administration (4 years)	
Year:		Semester:
Course Code		
Course Title		
Course Type	Core/Required	
Lecturer		
Email	@mycbscy.com	
Office Hours	Upon Request	
Prerequisites		
Course Purpose and Objectives		
Learning Outcomes		
Implementation and Evaluation Criteria		
Application & Evaluation Elements	Weight	Relevance to learning objectives
Class Participation	10%	
Class Quizzes		
Assignment (**Important Note: please provide a description of intended assignments)		
Midterm Exam		
Final Exam	50%	
	100%	
Weekly Schedule		
WEEK	Date	Lecture Contents
1		
2		
3		

4	
5	
6	
7	MIDTERM EXAM
8	
9	
10	
11	
12	
13	Revision for Final Exam
FINAL EXAMINATION PERIOD	
Bibliography	
Core Text(s) •	
Recommended Reading •	
Attendance	
The Ministry of Education and Culture, with its circular to the Private Schools of Higher Education dated 20/7/2015, informs them that the attendance of students up to 70% is mandatory. In addition, the attendance rate of the students in the course affects their final grade in the course.	

**Programme's Coordinator
Comments / Approval**

Teaching Plan - Special Request Form

Academic Year XXXX Semester XXXX

I hereby request for an exemption in teaching hours for the Semester due to research / other obligations.

Name:		
Position:		
Contact Details:		
Details of research project / other obligations:		

Please note with an X the time you are available to teach.

	Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday	Comments
09:00-12:00						
12:00-15:00						
15:00-18:00						
18:00-21:00						

.....
Approval / Rejection

.....
Date

**Programme Coordinator
Comments**



**Recruitment and
Promotion Policy
(RPro-02) ISSUE:**

1st Rev. 1
2nd Rev.2

Issue Date: 04 October 2022
Issue Date: 13 June 2023

Approved by :

Signature:

This manual is the property of College of Business Studies Cyprus (C.B.S.). It must not be used for commercial or other purposes without the prior approval of the Director of the College.

Annex 5

Contents

Policy Aims 3

Policy Principles 3

Recruitment and Selection Procedure 4

Promotions..... 6

RANKS 7

Annex 5

The purpose of this policy is to promote and maintain fair and equitable recruitment and selection procedures across the College and to ensure consistency in their application. The policy accounts for the governance arrangements of the College and the need to ensure that the process coincides with the strategic objectives set.

The aim is to recruit the most talented individuals and select individuals who will contribute to the perseverance and enhancement of an inclusive academic community. This is achieved through transparent, equitable and non-discriminatory procedures, which enable the fair treatment of all applicants. For this, the policy of the College is to recruit by open selection.

Policy Aims

- The common aim of all academic, research and teaching recruitment processes is the successful appointment of the highest quality staff, through an inclusive and fair process.
- Recruitment will be fair, transparent, and subject to open competition, whether internal or external, with the consistent aim of identifying and appointing the best candidate for a role on the grounds of merit.
- The College is committed to delivering the recruitment and selection of staff in a professional, timely and responsive manner.
- Applicants should be considered fairly and consistently, and decisions on an applicant's suitability should be based on how they meet the criteria that have been published. Selection decisions should be explicitly based upon evidence (i.e., CVs, covering letters, writing samples, presentations, interviews, references).
- Where applicants with disabilities require adjustments to the recruitment and selection process, the College will attempt to pro-actively remove any barriers that it reasonably can, to enable full participation in the process.

Policy Principles

- All appointments made by the college should comply with respective laws and regulations, as well as ethical principles that ensure fair and transparent procedures.
- All documentation relating to applicants will be treated confidentially, in accordance with the latest updates of the General Data Protection Regulations.
- In case any participant in the process believes that any of the principles may have been breached or that a particular search conflicts with the common aim of recruitment processes, they are entitled to raise this matter directly to the Academic Committee, to determine how this alleged breach, if existent, can be remedied.

Recruitment and Selection Procedure

This procedure provides an overview of the College's procedure for the selection of academic, research and teaching appointments.

Preparation Stage

The Administration of the College based on the evaluation of the Academic Committee reviews emergent needs in staffing, based on the strategic plans that have been set.

Once a decision has been made, the Administration Department is responsible for drafting the advertisement, the job description and the person specification for respective vacancies and ensure that these documents are in the correct templates.

- The advertisement should contain the main criteria by which the selection for the post will be undertaken.
- The advertisement should contain a contact email address which will serve as a contact point for applicants.
- All recruiting documentation must be approved by the Director of Administration before the vacancy gets published.
- No advertisements should be placed in the press or on the College's website until they have first been approved by the Director of Administration.

Recruitment and Selection Committee (or Panel)

Composition of Recruitment and Selection Committee

- Academic Director
- Program Coordinator
- One or two members of the faculty, (as required)

Confidentiality, Conflicts of Interest and Compliance

All applications received in connection with a vacancy, should be treated with confidentiality and in accordance with the General Data Protection Regulations, as these have been updated. All staff involved in recruitment and selection should ensure that confidentiality is paramount.

The Administration staff should check the list of applicants to ensure that there is no conflict of interest before the formal selection process begins.

All recruitment and selection should be conducted in compliance to current employment laws and regulations.

Longlisting and Shortlisting

A long list of candidates is first drawn that comprises all candidates that appear to fulfil all the essential requirements. The longlist should be established based on the candidates' application letters and CVs only.

Annex 5

The short-list is also drawn on the basis of the candidates' application letters and CVs, but will also involve reading the candidates' submitted supporting documents. It is possible that candidates who were deemed to fulfil all the essential requirements for the post at the longlisting stage may be deemed to no longer fulfil all the essential requirements with the updated information set at the shortlisting stage.

- Only candidates who meet all the essential criteria should be shortlisted for interview.
- All applicants, whether internal or external, should be treated on equal terms.
- Selection Committee members should provide clear, justifiable reasons for both shortlisting and not shortlisting the applicants.
- It is the responsibility of the Selection Committee members doing the shortlisting to ensure that shortlisted candidates meet the published criteria on the person specification.
- The Chair of the Selection Committee has the final decision of the shortlist and will look to ensure that the correct procedures have been followed. Interview invitations must not be sent to candidates prior to the Chair approving the shortlist.

Interview Selection Committee

- The Selection Committee will agree the broad pattern of questioning at the pre-meeting. The main purpose of any job interview is to have a serious intellectual exchange with the candidate.
- Interviewers can help candidates to perform well by making their questions brief and clear, and the Chair should ensure that discussions remain relevant.
- The allocation of time in interviews is the responsibility of the Chair who is also responsible for seeing that adequate time is left for the candidate's answers and questions to the Selection Committee.

Decisions and Making Offers

- After all shortlisted applicants have been interviewed, the Selection Committee will discuss the candidates' suitability for the vacancy. Decisions should take full account of the reading and grading of candidates' work, their presentations and discussions.
- Once the Selection Committee has decided who it would like to appoint, the Chair of the Committee should agree the salary and other aspects of the offer, based on the individual's current salary, skills, experience, salary opportunities outside the College and the range in which the salary was advertised. The Academic Director contacts the successful candidate(s) to make the offer, as agreed by the Chair of the Selection Committee or, as appropriate.
- The Chair of the Selection Committee may wish to inform non-successful shortlisted candidates of the outcome of the selection process.

Appointments

Once the successful candidate has accepted the offer of employment and a start date has been agreed it is the responsibility of the Chair of the Selection Committee to ensure that a comprehensive induction programme is put in place.

Promotions

Promotion Criteria

All candidates must be qualified to doctoral level. Also, successful candidates need to demonstrate:

- Significant and sustained track record of high-quality research outputs which meet international standards of excellence, including recent publication in peer-reviewed journals, or the equivalent for other forms of research output, and have a credible plan for future research activity.
- Lead supervision of a significant number of successful, completed research awards.
- Evidence of securing significant external research grant income.
- Regular presentation at national/international conferences or exhibiting work at other appropriate events.

The Promotions Committee will expect to see a range of evidence to demonstrate achievement of the stated criteria including some examples from the list below:

- Outstanding original contribution to the field of work.
- Sustained record of high-quality publications and conference papers, where appropriate, validated by number of citations or by other indices.
- Contribution to their academic community, public policy, industry, the professions, commerce, the public sector or voluntary organizations, including national and international networks and collaborations.
- Sustained success in securing research income from, e.g. Research grants, commercial exploitation of research.
- Research degree supervision leading to successful completion.
- Ways in which research has informed and enhanced teaching.
- Research leadership within and beyond the Department including an active contribution to the development of a diverse research community.
- Commitment to the future development of personal research aligned with research themes at School and/or institutional level.

Procedure

- Conferment of Title on Appointment: A title may be awarded on appointment provided the Promotions Committee is satisfied that the successful candidate fully meets the relevant criteria.

- A promotion round will normally be held each year. Colleagues will be invited to apply providing evidence of their experience and achievements, which demonstrate the individual's ability to meet the appointment criteria.
- References play an important part in verifying the academic standing of applicants in relation to the criteria for promotion. Applicants will be required to propose two external referees.
- The Promotions Committee will comprise the Academic Director, Director of Administration and Finance and the Head of HR.
- The Committee will meet twice. At its first meeting it will determine if the applications it receives are of sufficient merit. At its second meeting, it will make a judgement about the case for promotion.
- All applicants will be notified of the outcome by the Chair of the Committee.

RANKS:

Professor (P)

Associate Professor (Assoc. P)

Assistant Professor (Assis.P)

Lecturer (L)

Special Teaching Staff (STS)

Special Scientist (SS)

Τίτλος μαθήματος	Ψηφιακό Μάρκετινγκ				
Κωδικός μαθήματος	MAR203				
Τύπος μαθήματος	Επιλεγόμενο				
Επίπεδο	Προπτυχιακό				
Έτος / Εξάμηνο					
Όνομα καθηγητή	Δρ. Μαρίλια Κουντουρίδου				
ECTS	6	Διαλέξεις / εβδομάδα	3	Εργαστήρια / εβδομάδα	N/A
Σκοπός και στόχοι του μαθήματος	<p>Ο σκοπός αυτού του περιεκτικού μαθήματος ψηφιακού μάρκετινγκ είναι να εφοδιάσει τους φοιτητές με τις γνώσεις, τις δεξιότητες και την πρακτική εμπειρία που είναι απαραίτητες για την πλοήγηση στο δυναμικό και συνεχώς εξελισσόμενο τοπίο του ψηφιακού μάρκετινγκ.</p> <p>Καλύπτοντας ένα ευρύ φάσμα θεμάτων, από τη διαχείριση μέσω κοινωνικής δικτύωσης και τη διαφήμιση έως το μάρκετινγκ τεχνητής νοημοσύνης, το SEO, το metaverse μάρκετινγκ και τη διαχείριση ταυτότητας επωνυμίας, το μάθημα στοχεύει να προσφέρει στους φοιτητές μια ολιστική κατανόηση των βασικών στοιχείων και στρατηγικών που εμπλέκονται σε επιτυχημένες εκστρατείες ψηφιακού μάρκετινγκ. Επιπλέον, με μια διεξοδική ανάλυση της θεωρίας καθώς και με εστίαση στην πρακτική εφαρμογή και σε πραγματικά παραδείγματα, το μάθημα δίνει τη δυνατότητα στους φοιτητές να αξιοποιήσουν τις ψηφιακές τεχνολογίες και την ανάλυση δεδομένων.</p> <p>Οι στόχοι του μαθήματος είναι:</p> <p>Η ανάπτυξη ολοκληρωμένης κατανόησης των διαφόρων καναλιών, εργαλείων και τεχνικών ψηφιακού μάρκετινγκ: Το μάθημα φιλοδοξεί να εξοικειώσει τους φοιτητές με τις βασικές έννοιες και τις πρακτικές δεξιότητες που απαιτούνται για την αποτελεσματική χρήση των πλατφορμών κοινωνικών μέσων, τα εργαλεία μάρκετινγκ μηχανών αναζήτησης (SEM), τη βελτιστοποίηση αποτελεσμάτων μηχανών αναζήτησης (SEO) καθώς και αναδυόμενες τεχνολογίες όπως το μάρκετινγκ τεχνητής νοημοσύνης και το blockchain.</p>				

	<p>Η καλλιέργεια της κριτικής σκέψης και των αναλυτικών δεξιοτήτων: Μέσα από συζητήσεις, μελέτες περιπτώσεων και κριτική ανάλυση σύγχρονης θεματολογίας, οι φοιτητές θα αναπτύξουν την ικανότητα να σκέφτονται κριτικά για την αλληλεπίδραση μεταξύ των μέσων, της τεχνολογίας και του πολιτισμού. Θα διερευνήσουν τις ηθικές πτυχές του ψηφιακού μάρκετινγκ, προωθώντας μια ολοκληρωμένη και υπεύθυνα προσέγγιση στις πρακτικές του.</p> <p>Η εφαρμογή της θεωρητικής γνώσης σε σενάρια πραγματικού κόσμου: Το μάθημα στοχεύει να γεφυρώσει το χάσμα μεταξύ θεωρίας και πράξης παρέχοντας στους φοιτητές ευκαιρίες να εφαρμόσουν τη μάθησή τους σε πραγματικές προκλήσεις μάρκετινγκ με παραδείγματα από την αγορά. Θα συμμετάσχουν σε πρακτικές δραστηριότητες, θα αναπτύξουν στρατηγικές ψηφιακού μάρκετινγκ και θα αναλύσουν δεδομένα για τη βελτιστοποίηση εκστρατειών, αποκτώντας πολύτιμη πρακτική εμπειρία.</p> <p>Η απόκτηση δεξιοτήτων αποτελεσματικής επικοινωνίας και ψηφιακής αφήγησης: Οι μαθητές θα διδαχθούν τις αρχές των ψηφιακών μέσων και της επικοινωνίας, αποκτώντας τη δυνατότητα να δημιουργήσουν ποιοτικό και ελκυστικό περιεχόμενο σε διάφορες ψηφιακές μορφές. Αυξάνοντας τις επικοινωνιακές τους δεξιότητες, θα καταστούν επαρκώς καταρτισμένοι ώστε να είναι σε θέση να μεταφέρουν αποτελεσματικά μηνύματα και να συνδεθούν με τα κοινά της επιλογής τους στην ψηφιακή σφαίρα.</p> <p>Η ενθάρρυνση της δια βίου μάθησης και προσαρμοστικότητας: Το μάθημα δίνει έμφαση στη δυναμική φύση του ψηφιακού μάρκετινγκ και τη σημασία της συνεχούς μάθησης. Οι φοιτητές θα ενθαρρυνθούν να παραμένουν ενημερωμένοι για τις τελευταίες τάσεις, τις αναδυόμενες τεχνολογίες και τις βέλτιστες πρακτικές στον τομέα. Θα αναπτύξουν μια νοοτροπία προσαρμοστικότητας, δίνοντάς τους τη δυνατότητα να περιηγηθούν στο συνεχώς μεταβαλλόμενο ψηφιακό τοπίο με αυτοπεποίθηση και ευελιξία.</p>
<p>Μαθησιακά αποτελέσματα</p>	<p>Με την επιτυχημένη ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές θα είναι σε θέση να:</p>

- Εφαρμόσουν αποτελεσματικές τεχνικές διαχείρισης και διαφήμισης για επαγγελματικές σελίδες σε πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης όπως το Instagram, το Facebook, το LinkedIn, το Twitter, το Pinterest και το TikTok.
- Σχεδιάσουν και να εφαρμόσουν αποτελεσματικές καμπάνιες αναζήτησης, προβολής και βίντεο (YouTube) μέσω της διαφημιστικής πλατφόρμας Google Ads, κατανοώντας τους ακρογωνιαίους λίθους του μάρκετινγκ μηχανών αναζήτησης (SEM) και της διαφήμισης πληρωμής ανά κλικ (PPC).
- Χρησιμοποιήσουν τεχνικές βελτιστοποίησης αποτελεσμάτων μηχανών αναζήτησης (SEO) ώστε να βελτιώσουν τις ταξινομήσεις οργανικής αναζήτησης και την προβολή του ιστότοπου μέσω μεθόδων όπως ο έλεγχος περιεχομένου, η δομή ιστού και οι μετα-ετικέτες.
- Εφαρμόσουν τις αρχές του transmedia storytelling και του προγραμματισμού περιεχομένου για να δημιουργούν και να διανέμουν ψηφιακό περιεχόμενο σε διάφορες μορφές, όπως ιστολόγια, vlog και podcast.
- Δημιουργήσουν και διαχειριστούν μια συνεπή ταυτότητα ψηφιακής επωνυμίας μέσω τεχνικών όπως η τοποθέτηση επωνυμίας και να καλλιεργήσουν αφοσίωση στην επωνυμία ελέγχοντας τις αντιλήψεις των καταναλωτών μέσω ψηφιακών αφηγημάτων.
- Επωφεληθούν από τα πιο πρόσφατα τεχνολογικά επιτεύγματα όπως το blockchain, το metaverse και η τεχνητή νοημοσύνη προκειμένου να βελτιστοποιήσουν τις καμπάνιες ψηφιακού μάρκετινγκ και τις εμπειρίες των πελατών μέσω αυτοματισμού και ανάλυσης δεδομένων.
- Παρακολουθήσουν αποτελεσματικά την επισκεψιμότητα ιστοσελίδων, να αναλύσουν τη συμπεριφορά χρηστών και να αξιολογήσουν την απόδοση των ενεργειών μάρκετινγκ με βάση μετρήσεις, δείκτες απόδοσης με τη χρήση του Google Analytics.
- Κατανοήσουν τις θεωρίες των πιο επιφανών σύγχρονων σχολών σκέψης στον τομέα της σημειωτικής επικοινωνίας και να εξετάσουν κριτικά την αλληλεπίδραση μεταξύ των μέσων, της τεχνολογίας και του πολιτισμού.
- Ανταπεξέλθουν στις ηθικής φύσεως προκλήσεις του ψηφιακού μάρκετινγκ και να, αναπτύξουν κοινωνικά υπεύθυνες στρατηγικές παρέχοντας ψηφιακή υποστήριξη σε σκοπούς που στοχεύουν στη βελτίωση της κοινωνικής ευημερίας μέσω της κοινωνικής υπεράσπισης.

Προαπαιτούμενα	MAR101	Απαιτούμενα	
Περιεχόμενο μαθήματος	<p>Το μάθημα πραγματεύεται τις παρακάτω θεματικές ενότητες:</p> <p>Διαχείριση Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης και Διαφήμιση: Οι φοιτητές θα εξερευνήσουν τον κόσμο της της διαφήμισης με μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Θα μάθουν αποτελεσματικές στρατηγικές για τη διαχείριση λογαριασμών μέσω κοινωνικής δικτύωσης σε πλατφόρμες όπως το Facebook, το Instagram, το Twitter, το Pinterest, το TikTok και το LinkedIn. Επιπλέον, θα αποκτήσουν πληροφορίες σχετικά με τη στόχευση κοινού, τη δημιουργία περιεχομένου και τη βελτιστοποίηση καμπάνιας για να μεγιστοποιήσουν την αφοσίωση και την προσέγγιση χρηστών σε αυτές τις πλατφόρμες. Με το πέρας του μαθήματος, οι φοιτητές θα αποκτήσουν εμπειριστατωμένη κατανόηση του τρόπου αξιοποίησης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για την προώθηση ταυτοτήτων επωνυμίας, την αφοσίωση πελατών και την ανάπτυξη επιχειρήσεων.</p> <p>Μάρκετινγκ Μηχανών Αναζήτησης (SEM): Οι φοιτητές θα μάθουν αποκτήσουν τις κύριες αρχές του SEM. Θα εμβαθύνουν στον κόσμο της διαφήμισης Pay-Per-Click (PPC), εστιάζοντας ιδιαίτερα σε μεθόδους search, display και video μέσω του YouTube και της πλατφόρμας Google Ads. Επιπλέον, θα μάθουν πώς να δημιουργούν αποτελεσματικές διαφημιστικές καμπάνιες, να διεξάγουν έρευνα λέξεων-κλειδιών, να βελτιστοποιούν τις διαφημίσεις τους και να αναλύουν την απόδοση των εκστρατειών τους. Αποκτώντας αντίληψη του μάρκετινγκ μηχανών αναζήτησης, οι φοιτητές θα είναι σε θέση να οδηγούν στοχευμένη επισκεψιμότητα σε ιστότοπους και να αυξάνουν τις μετατροπές.</p> <p>Βελτιστοποίηση Αποτελεσμάτων Μηχανών Αναζήτησης (SEO): Η αποτελεσματική χρήση τεχνικών SEO είναι μια βασική δεξιότητα για οποιοδήποτε επαγγελματία ψηφιακού μάρκετινγκ και μέσω αυτού του μαθήματος οι φοιτητές θα διδαχθούν τόσο τις βασικές αρχές όσο και τον αντίκτυπό του στην οργανική κατάταξη αναζήτησης. Θα ανακαλύψουν τεχνικές για τη βελτιστοποίηση του περιεχομένου και της δομής ιστοσελίδων καθώς και για τη χρήση μετα-ετικετών με σκοπό τη βελτίωση της προβολής στις σελίδες αποτελεσμάτων των μηχανών αναζήτησης. Οι φοιτητές θα διδαχθούν επίσης τη σημασία της έρευνας λέξεων-κλειδιών, της δημιουργίας συνδέσμων και των στρατηγικών βελτιστοποιήσεων εντός/εκτός σελίδας. Μέχρι το τέλος του μαθήματος,</p>		

οι φοιτητές θα κατέχουν τις γνώσεις και τα εργαλεία που είναι απαραίτητα για την ενίσχυση της προβολής ιστοσελίδων και την προσέλκυση οργανικής επισκεψιμότητας.

Μετασύμπαν & Blockchain Μάρκετινγκ:

Το μετασύμπαν (metaverse) και το blockchain είναι αναδυόμενες τάσεις που έχουν σημαντικές επιδράσεις στον κλάδο του μάρκετινγκ. Οι φοιτητές θα διερευνήσουν πώς αυτές οι τεχνολογίες αναδιαμορφώνουν τις στρατηγικές ψηφιακού μάρκετινγκ. Θα εξετάσουν την έννοια του μετασύμπαντος και τον πιθανό αντίκτυπό του στις εμπειρίες των χρηστών και στις αλληλεπιδράσεις τους με εταιρείες και οργανισμούς.. Επιπλέον, οι φοιτητές θα αποκτήσουν γνώσεις για την τεχνολογία blockchain και τις εφαρμογές της σε τομείς όπως η ψηφιακή διαφήμιση, η ασφάλεια δεδομένων και η εμπιστοσύνη των καταναλωτών. Με το τέλος του μαθήματος, οι φοιτητές θα είναι σε θέση να αξιοποιήσουν το metaverse και το blockchain αποκτώντας γνώσεις που θα τους επιτρέπουν να ακολουθήσουν τις εξελίξεις στο συνεχώς εξελισσόμενο τοπίο του ψηφιακού μάρκετινγκ.

Μάρκετινγκ Τεχνητής Νοημοσύνης (AI):

Καθώς η τεχνητή νοημοσύνη φέρνει επανάσταση στον τομέα του μάρκετινγκ, οι φοιτητές θα μνηθούν στις θεωρητικές αρχές και τις πρακτικές εφαρμογές της. Θα εξερευνήσουν εργαλεία και τεχνικές τεχνητής νοημοσύνης που επιτρέπουν την εξατομίκευση, την αυτοματοποίηση και την ανάλυση δεδομένων σε καμπάνιες μάρκετινγκ. Οι μαθητές θα μάθουν πώς να αξιοποιούν την τεχνητή νοημοσύνη για την παροχή στοχευμένου περιεχομένου, τη βελτιστοποίηση των εμπειριών των πελατών και τη βελτίωση της απόδοσης μάρκετινγκ. Μέχρι το τέλος του μαθήματος, οι μαθητές θα κατανοήσουν τη μεταμορφωτική δύναμη της τεχνητής νοημοσύνης στο μάρκετινγκ.

Αναλυτικά Στοιχεία Ιστού:

Τα αναλυτικά στοιχεία Ιστού παρέχουν ανεκτίμητες πληροφορίες για την απόδοση ιστοσελίδων και τη συμπεριφορά των χρηστών. Οι φοιτητές θα εξοικειωθούν με τις βασικές θεωρίες δεδομένων και θα μάθουν πώς να χρησιμοποιούν εργαλεία όπως το Google Analytics για τη συλλογή και ανάλυση πληροφοριών. Θα αποκτήσουν επάρκεια στην παρακολούθηση της επισκεψιμότητας ιστοτόπων, στην κατανόηση των δημογραφικών στοιχείων των χρηστών και στην αξιολόγηση των μετρήσεων αφοσίωσης. Επιπλέον, οι φοιτητές θα μάθουν να δημιουργούν αναφορές και να εξάγουν χρήσιμες πληροφορίες για τη

βελτιστοποίηση των στρατηγικών μάρκετινγκ. Μέσω αυτής της θεματικής ενότητας, οι φοιτητές θα είναι σε θέση να λαμβάνουν αποφάσεις βάσει δεδομένων και να βελτιώνουν συνεχώς την αποτελεσματικότητα των εκστρατειών ψηφιακού μάρκετινγκ που αναλαμβάνουν.

Ψηφιακή Επωνυμία:

Η ψηφιακή επωνυμία διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο στη διαμόρφωση των αντιλήψεων των καταναλωτών και στην οικοδόμηση της αξίας της επωνυμίας. Οι φοιτητές θα εμβαθύνουν στις αρχές του ψηφιακού branding και του αντικτύπου του στην αφοσίωση του κοινού. Θα μάθουν πώς να δημιουργούν και να διαχειρίζονται brands με συνέπεια σε διάφορα ψηφιακά κανάλια, διασφαλίζοντας την ευθυγράμμιση με τις αξίες και το κοινό-στόχο της επωνυμίας. Επιπλέον, οι φοιτητές θα εξερευνήσουν στρατηγικές για την ψηφιακή τοποθέτηση της επωνυμίας, την αφήγηση και την καλλιέργεια αφοσίωσης. Μέχρι το τέλος του μαθήματος, οι σπουδαστές θα έχουν τις δεξιότητες που απαιτούνται για τη δημιουργία και τη διαχείριση μια ισχυρής ψηφιακής επωνυμίας.

Κοινωνική Υπεράσπιση και Ηθική στην Ψηφιακή Εποχή:

Η ψηφιακή εποχή φέρνει νέες προκλήσεις και ηθικούς προβληματισμούς στον τομέα του μάρκετινγκ. Μέσω αυτής της θεματικής ενότητας, οι φοιτητές θα εξετάσουν τη σημασία των ηθικών πρακτικών ψηφιακού μάρκετινγκ. Θα διερευνήσουν θέματα όπως το απόρρητο δεδομένων, η δεοντολογία της διαδικτυακής διαφήμισης και η υπεύθυνη χρήση των πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης. Αναλύοντας κριτικά περιπτωσιολογικές μελέτες και συμμετέχοντας σε συζητήσεις, οι φοιτητές θα κατανοήσουν τις ηθικές επιπτώσεις του ψηφιακού μάρκετινγκ και θα μάθουν να πλοηγούνται σε αυτές τις προκλήσεις με ακεραιότητα. Επιπλέον, θα αποκτήσουν τη δυνατότητα να αξιοποιήσουν τις δεξιότητές τους στο ψηφιακό μάρκετινγκ για την προώθηση κοινωνικών αξιών.

Αρχές Ψηφιακών Μέσων & Επικοινωνίας:

Κατανοώντας διεξοδικά τις θεωρίες που αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι της επικοινωνίας, όπως η σημειωτική, οι φοιτητές θα είναι σε θέση να χρησιμοποιήσουν σημεία, σύμβολα και νοήματα για να προκαλέσουν συγκεκριμένες απαντήσεις υλοποιώντας συναισθηματικές συνδέσεις και επηρεάζοντας έτσι τη συμπεριφορά των χρηστών ψηφιακών μέσων. Η χρήση της σημειωτικής επικοινωνίας στο μάρκετινγκ θα επιτρέψει στους μαθητές να προσαρμόσουν τα

	<p>αφηγήματά τους στα ενδεδειγμένα ανα περίπτωση πολιτιστικά και κοινωνικά πλαίσια και επομένως να δημιουργήσουν αποτελεσματικές εκστρατείες που πείθουν, ενθαρρύνουν αλληλεπίδραση και αφήνουν μόνιμο αντίκτυπο στο κοινό της επιλογής τους.</p> <p>Ψηφιακό Περιεχόμενο και Transmedia Storytelling: Η δημιουργία ελκυστικού ψηφιακού περιεχομένου είναι ζωτικής σημασίας για την προσέλκυση της προσοχής του κοινού και την αύξηση της αναγνωρισιμότητας των brands. Οι φοιτητές θα μάθουν πώς να παράγουν διάφορους τύπους ψηφιακού περιεχομένου, συμπεριλαμβανομένων vlog, blog και podcast. Θα κατανοήσουν τις αρχές της αφήγησης, του σχεδιασμού περιεχομένου καθώς και της στρατηγικής της διανομής μεταξύ διαφόρων μέσων. Επιπλέον, θα διδαχθούν τεχνικές βελτιστοποίησης περιεχομένου για διαφορετικές ψηφιακές πλατφόρμες και στοχευμένα κοινά. Ως αποτέλεσμα, οι φοιτητές θα είναι σε θέση να δημιουργήσουν σύγχρονο ψηφιακό περιεχόμενο που έχει απήχηση στο κοινό-στόχο τους και ενισχύει την online παρουσία εταιρειών.</p>
<p>Διδακτική μεθοδολογία</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Διαλέξεις με οπτικοακουστικά μέσα 2. Διαδραστική μάθηση 3. Μάθηση μέσω διερεύνησης 4. Ατομικές και ομαδικές εργασίες 5. Ανεστραμμένη τάξη
<p>Βιβλιογραφία</p>	<p>Συνιστώμενη βιβλιογραφία:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Βλαχοπούλου, Μ. (2020). <i>Ψηφιακό Μάρκετινγκ: Από τη θεωρία στην πράξη</i>. Rosili. • Κάβουρα, Α. (2021). <i>Επικοινωνία, Διαφήμιση και Μάρκετινγκ στο Ψηφιακό Περιβάλλον και ο Ρόλος των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης</i>. Gutenberg. <p>Ενδεικτική βιβλιογραφία:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ναλμπάντης, Μ. (2013). <i>Brand: η Στρατηγική</i>. Εκδόσεις Φερενίκη. • McQuail, D. (2003). <i>Η Θεωρία της Μαζικής Επικοινωνίας για τον 21ο Αιώνα</i>. Καστανιώτης.



Αξιολόγηση	Συμμετοχή στην τάξη: 10% Ενδιάμεση εξέταση: 20% Εργασίες: 30% Τελική εξέταση: 40%
Γλώσσα διδασκαλίας	Ελληνικά

Course title	Digital Marketing				
Course code	MAR203				
Course type	Elective				
Level	Undergraduate				
Year / Semester					
Teacher's name	Dr. Marilia Kountouridou				
ECTS	6	Lectures / week	3	Laboratories / week	N/A
Course purpose and objectives	<p>The purpose of this comprehensive digital marketing course is to equip students with the knowledge, skills, and practical experience necessary to navigate the dynamic and ever-evolving digital marketing landscape.</p> <p>By covering a wide range of topics, from social media management and advertising to AI marketing, SEO, metaverse marketing and digital branding, the course aims to provide students with a holistic understanding of the key components and strategies involved in successful digital marketing campaigns. Furthermore, with a thorough discussion of theory as well as a focus on practical application and real-world examples, the course empowers students to leverage digital technologies, data analytics, and ethical considerations to achieve marketing success in the digital era.</p> <p>The course's objectives include:</p> <p>The development of a comprehensive understanding of various digital marketing channels, tools, and techniques: The course aspires to familiarise students with the core concepts and practical skills needed to effectively utilise social media platforms, search engine marketing (SEM) tools, search engine optimization (SEO) techniques, web analytics, and emerging technologies such as AI marketing and blockchain in marketing contexts.</p> <p>The cultivation of critical thinking and analytical skills: Through discussions, case studies, and critical analysis of contemporary issues, students will develop the</p>				

	<p>ability to think critically about the interplay between media, technology, and culture. They will explore the ethical considerations and social advocacy aspects of digital marketing, fostering a well-rounded and responsible approach to marketing practices.</p> <p>The application of theoretical knowledge to real-world scenarios: The course aims to bridge the gap between theory and practice by providing students with opportunities to apply their learning to real-world marketing challenges. They will engage in hands-on activities, develop digital marketing strategies, and analyse data to optimise campaigns, gaining valuable practical experience.</p> <p>The acquisition of effective communication and digital storytelling skills: Students will learn the principles of digital media and communications, enabling them to create compelling and engaging content across various digital formats. By honing their communication skills, they will be equipped to effectively convey brand messages and connect with their target audience in the digital realm.</p> <p>The encouragement of lifelong learning and adaptability: The course emphasises the dynamic nature of digital marketing and the importance of continuous learning. Students will be encouraged to stay updated with the latest trends, emerging technologies, and best practices in the field. They will develop a mindset of adaptability, enabling them to navigate the ever-changing digital landscape with confidence and agility.</p>
<p>Learning outcomes</p>	<p>Upon the successful completion of the course, students will be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apply effective management and advertising techniques for business pages in social networking websites such as Instagram, Facebook, LinkedIn, Twitter, Pinterest and TikTok. • Design and implement effective search, display and video (YouTube) campaigns via the Google Ads advertising platform by understanding the cornerstones of Search Engine Marketing (SEM) and pay-per-click (PPC) advertising.. • Utilise a solid understanding of Search Engine Optimisation (SEO) techniques and improve organic search rankings and website visibility via methods such as content auditing, web structure and meta tags.

	<ul style="list-style-type: none"> • Employ the principles of transmedia storytelling and content planning in order to create and distribute digital content across various formats including blogs, vlogs and podcasts. • Create and manage a consistent digital brand identity through techniques such as brand positioning and cultivate brand loyalty by controlling consumer perceptions via digital narratives. • Reap the benefits of the latest technologies and capitalise on the potential of AI-powered tools, algorithms, blockchain and the metaverse in order to optimise digital marketing campaigns and enhance customer experiences by automation and data analysis. • Track website traffic, analyse user behaviour and measure marketing performance based on metrics, performance indicators and the Return on Investment (ROI) with the use of Google Analytics. • Discuss and analyse the theories of the most prominent contemporary schools of thought in the field of semiotic communication while critically examining the interplay between media, technology, and culture. • Navigate ethical challenges, develop socially responsible digital marketing strategies, and provide digital support to causes that aim at improving societal well-being via social advocacy. 		
Prerequisites	MAR101	Required	
Course content	<p>The course covers the following topics:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Social Media Management & Advertising: Students will explore the world of social media management and advertising. They will learn effective strategies for managing social media accounts on platforms such as Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, TikTok, and LinkedIn. Additionally, they will gain insights into audience targeting, content creation, and campaign optimization to maximise engagement and reach on these platforms. By the end of the course, students will have a solid understanding of how to leverage social media for brand promotion, customer engagement, and business growth. • Search Engine Marketing (SEM): Students will acquire a comprehensive understanding of the principles of SEM. They will delve into the world of Pay-Per-Click (PPC) advertising, focusing particularly on display, search and YouTube Google Ads. Moreover, they will learn how to create effective ad campaigns, conduct 		

keyword research, optimise ad copy, and analyse campaign performance. By mastering SEM, students will be equipped to drive targeted traffic to websites and increase conversions.

- **Search Engine Optimisation (SEO):**

SEO is an essential skill for any digital marketer and through this course students will learn both its fundamentals and its impact on organic search rankings. They will discover techniques to optimise website content, meta tags, and site structure to improve visibility in search engine results pages. Students will also explore the importance of keyword research, link building, and on-page/off-page optimization strategies. By the end of the course, students will possess the knowledge and tools necessary to enhance website visibility and attract organic traffic.

- **Metaverse & Blockchain in Marketing:**

The metaverse and blockchain are emerging trends that have significant implications for the marketing industry. Students will explore how these technologies are reshaping digital marketing strategies. They will examine the concept of the metaverse and its potential impact on user experiences and brand interactions. Additionally, students will gain insights into blockchain technology and its applications in areas such as digital advertising, data security, and consumer trust. By the end of the course, students will be equipped to leverage the metaverse and blockchain to stay ahead in the ever-evolving digital marketing landscape.

- **Artificial Intelligence (AI) Marketing:**

As AI is revolutionising the field of marketing, students will be introduced to its theoretical principles and practical applications. They will explore AI-powered tools and techniques that enable personalization, automation, and data analysis in marketing campaigns. Students will learn how to leverage AI to deliver targeted content, optimise customer journeys, and improve marketing performance. By the end of the course, students will understand the transformative power of AI in driving marketing success.

- **Web Analytics:**

Web analytics provide invaluable insights into website performance and user behaviour. Students will be acquainted with the core data theories and learn how to use tools such as Google Analytics to collect and analyse data. They will gain proficiency in tracking website traffic, understanding user demographics, and evaluating engagement metrics. Additionally, students will learn to generate reports and extract actionable insights to optimise marketing strategies. By the end of the course, students will be able to make data-driven decisions and continually improve digital marketing initiatives.

- **Digital Branding:**
 Digital branding plays a pivotal role in shaping consumer perceptions and building brand equity. Students will delve into the principles of digital branding and its impact on audience engagement. They will learn how to create and manage a consistent brand identity across various digital channels, ensuring alignment with the brand's values and target audience. Additionally, students will explore strategies for brand positioning, storytelling, and the cultivation of brand loyalty in the digital realm. By the end of the course, students will have the skills to establish a strong digital brand presence and effectively connect with their target market.
- **Social Advocacy & Ethics in the Digital Era:**
 The digital era brings forth new challenges and ethical considerations in the field of marketing. Via this topic, students will examine the social advocacy role of digital marketers and the importance of ethical practices. They will explore topics such as data privacy, online advertising ethics, and the responsible use of social media platforms. By critically analysing case studies and engaging in discussions, students will develop an understanding of the ethical implications of digital marketing and learn to navigate these challenges with integrity. What is more, they will obtain the ability to utilise their digital marketing skills for the promotion of social causes.
- **Principles of Digital Media & Communications:**
 By thoroughly understanding theories that are integral to communications such as semiotics, students will be able to utilise signs, symbols and meanings to evoke specific responses by establishing emotional connections and thus influencing the behaviour of digital media users. The use of semiotic communication in marketing will enable students to adjust their narratives to cultural and social contexts and therefore create effective campaigns that engage, persuade, and leave a lasting impact on their audiences.
- **Digital Content Transmedia Storytelling: Videos, Blogs, Podcasts:**
 Creating engaging digital content is crucial for capturing audience attention and driving brand awareness. Students will learn how to produce various types of digital content, including vlogs, blogs, and podcasts. They will understand the principles of storytelling, content planning, and distribution strategies as well as its strategic distribution between various media. Moreover, students will explore techniques to optimise content for different digital platforms and targeted audiences. By the end of the course, students will be able to create compelling digital

	content that resonates with their target audience and enhances their brand's online presence.								
Teaching methodology	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lectures with audio-visual resources 2. Active learning 3. Inquiry-based learning 4. Individual and group assignments 5. Flipped classroom 								
Bibliography	<p>Recommended Readings:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). <i>Digital Marketing: Strategy, Implementation & Practice</i>. Pearson UK. • Smith, P., & Zook, Z. (2019). <i>Marketing Communications: Integrating Online and Offline, Customer Engagement and Digital Technologies</i>. Kogan Page Publishers. <p>Indicative Bibliography:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kingsnorth, S. (2019). <i>Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing</i>. Kogan Page Publishers. • Heding, T., Knudtzen, C. F., & Bjerre, M. (2020). <i>Brand Management: Mastering Research, Theory and Practice</i>. Routledge. • McQuail, D. (2010). <i>McQuail's Mass Communication Theory</i>. SAGE. 								
Assessment	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 70%;">Class Participation:</td> <td style="text-align: right;">10%</td> </tr> <tr> <td>Midterm Examination:</td> <td style="text-align: right;">20%</td> </tr> <tr> <td>Assignments:</td> <td style="text-align: right;">30%</td> </tr> <tr> <td>Final Examination:</td> <td style="text-align: right;">40%</td> </tr> </table>	Class Participation:	10%	Midterm Examination:	20%	Assignments:	30%	Final Examination:	40%
Class Participation:	10%								
Midterm Examination:	20%								
Assignments:	30%								
Final Examination:	40%								
Language	English								

Τίτλος μαθήματος	Διοίκηση Επιχειρήσεων Φιλοξενίας			
Κωδικός μαθήματος	MGT204			
Τύπος μαθήματος	Επιλεγόμενο			
Επίπεδο	Προπτυχιακό			
Έτος / Εξάμηνο				
Όνομα καθηγητή	Δρ. Παναγιώτα Θανασούλα			
ECTS	6	Διαλέξεις / εβδομάδα	3	Εργαστήρια / εβδομάδα N/A
Σκοπός και στόχοι του μαθήματος	<p>Σκοπός του μαθήματος είναι να παράσχει στους φοιτητές μια ολοκληρωμένη εικόνα του επιχειρηματικού γίνεσθαι στον κλάδο της φιλοξενίας και να τους εφοδιάσει με τις απαραίτητες γνώσεις και δεξιότητες για να διαπρέψουν σε διάφορους ρόλους του κλάδου αυτού.</p> <p>Επιπρόσθετα, το μάθημα στοχεύει στο να διδάξει στους φοιτητές τις βασικές αρχές, θεωρίες και βέλτιστες πρακτικές στη διαχείριση υπηρεσιών φιλοξενίας, καλύπτοντας ένα ευρύ φάσμα θεμάτων όπως η εξυπηρέτηση πελατών, η διαχείριση λειτουργιών, ο προγραμματισμός εκδηλώσεων, η βιωσιμότητα και η ενσωμάτωση νέων τεχνολογιών. Εμβαθύνοντας σε αυτούς τους τομείς, το μάθημα επιδιώκει να αναπτύξει τις ικανότητες κριτικής σκέψης, επίλυσης προβλημάτων και λήψης αποφάσεων των φοιτητών, δίνοντάς τους τη δυνατότητα να συνδυάσουν θεωρία και πράξη και να περιηγηθούν επιτυχώς στον πολυσύνθετο και απαιτητικό κόσμο των επιχειρήσεων τουρισμού και φιλοξενίας.</p> <p>Οι στόχοι του μαθήματος είναι:</p> <p>Η εξοικείωση με τους διάφορους τομείς της βιομηχανίας τουρισμού: Μέσα από παραδείγματα και διεξοδική ανάλυση, οι φοιτητές θα αποκτήσουν γνώσεις για τα διακριτικά χαρακτηριστικά, τις τάσεις, τις προκλήσεις και τις επιχειρηματικές ευκαιρίες που υπάρχουν σε τομείς όπως ο τουρισμός, η διαμονή, η αναψυχή και η εστίαση.</p> <p>Η ανάπτυξη πρακτικών δεξιοτήτων στην αποτελεσματική διαχείριση των λειτουργιών σε τομείς φιλοξενίας: Οι φοιτητές θα κατανοήσουν ζωτικές πτυχές δομών φιλοξενίας, όπως η διαχείριση πόρων, η αύξηση των εσόδων, ο ποιοτικός έλεγχος και η ικανοποίηση πελατών. Εφαρμόζοντας θεωρητικές έννοιες τόσο σε τοπικά όσο και σε διεθνή πρακτικά σενάρια, οι φοιτητές θα ενισχύσουν την</p>			

	<p>ικανότητά τους να λαμβάνουν τεκμηριωμένες αποφάσεις και να αντιμετωπίζουν με επιτυχία τις επιχειρησιακές προκλήσεις.</p> <p>Η καλλιέργεια και ανάπτυξη επικοινωνιακών ικανοτήτων: Οι φοιτητές θα μάθουν τεχνικές για την παροχή υψηλού επιπέδου υπηρεσιών και για τη δημιουργία κατάλληλων προϋποθέσεων με σκοπό την παροχή άριστων καταναλωτικών εμπειριών. Επίσης, στοχεύει στην καλλιέργεια δημοσίων σχέσεων με επισκέπτες και την ανάπτυξη διαπροσωπικών επαγγελματικών σχέσεων με συνεργάτες και συναδέλφους.</p> <p>Η ευαισθητοποίηση για θέματα περιβαλλοντικής βιωσιμότητας και εξοικονόμησης πόρων: Οι φοιτητές θα διερευνήσουν τον περιβαλλοντικό αντίκτυπο των επιχειρήσεων φιλοξενίας και θα εξετάσουν στρατηγικές για την ενσωμάτωση βιώσιμων πρακτικών, σύμφωνα με το πλαίσιο Περιβαλλοντικής και Κοινωνικής Διακυβέρνησης (ESG).</p> <p>Η κατανόηση του σημαντικού ρόλου της τεχνολογίας σε επιχειρήσεις φιλοξενίας: Οι φοιτητές θα εμβαθύνουν στις τελευταίες τεχνολογικές εξελίξεις και στις εφαρμογές τους σε τομείς όπως η δημιουργία και διαχείριση κρατήσεων, οι ψηφιοποιημένες υπηρεσίες, η ανάλυση δεδομένων και η διαχείριση εσόδων. Με την απόκτηση γνώσεων σε λειτουργίες και εφαρμογές σχετικών τεχνολογιών και συστημάτων πληροφορικής, οι φοιτητές θα είναι σε θέση να αξιοποιήσουν το διαδίκτυο και την τεχνολογία για να προσφέρουν αποτελεσματική ικανοποίηση πελατών.</p>
<p>Μαθησιακά αποτελέσματα</p>	<p>Με την επιτυχημένη ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές θα είναι σε θέση να:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Κατανοούν τις βασικές αρχές και θεωρίες διαχείρισης υπηρεσιών κλάδου φιλοξενίας και των βασικών τομέων που την αποτελούν συμπεριλαμβανομένων των μεταφορών και του τουρισμού, της διαμονής, της αναψυχής και εστίασης . • Εφαρμόζουν αποτελεσματικές τεχνικές διαχείρισης, αυτοματοποίησης και ανάπτυξης καθημερινών λειτουργιών σε ξενοδοχειακές μονάδες, βελτιστοποιώντας την παραγωγικότητα των εργαζομένων, την ποιότητα των υπηρεσιών και την ικανοποίηση των επισκεπτών μέσω λήψης στρατηγικών αποφάσεων. • Χρησιμοποιούν τεχνικές για την παροχή θετικών εμπειριών προς τους επισκέπτες και για τη διασφάλιση υψηλού επιπέδου ικανοποίησης πελατών. Επίσης, θα είναι σε θέση να επιλύουν αποτελεσματικά

	<p>προβλήματα ή κρίσεις που μπορεί να προκύψουν σε ένα περιβάλλον φιλοξενίας.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ενσωματώσουν βιώσιμες πρακτικές στη διοικητική τους προσέγγιση λαμβάνοντας υπόψη τη σημασία της βιωσιμότητας στον τομέα της φιλοξενίας και με βάση το πλαίσιο Περιβαλλοντικής και Κοινωνικής Διακυβέρνησης (ESG) • Έχουν πλήρη αντίληψη των συγκεκριμένων χαρακτηριστικών και προκλήσεων του κλάδου της φιλοξενίας στην Κυπριακή Δημοκρατία βασισμένοι στην κατανόηση των πολιτιστικών και κοινωνικοοικονομικών παραγόντων που διαμορφώνουν τον κλάδο στην Κύπρο. • Αξιοποιήσουν γνώσεις νομικών και ηθικών ζητημάτων που σχετίζονται με τον τομέα της φιλοξενίας, καθώς και των πιο πρόσφατων εθιμοτυπιών φιλοξενίας στην Κύπρο, την Ευρωπαϊκή Ένωση και τις Ηνωμένες Πολιτείες. • Εφαρμόσουν δεξιότητες σχεδιασμού και διαχείρισης εκδηλώσεων για την επιτυχή οργάνωση και υλοποίηση events. • Αξιολογήσουν τις αναδυόμενες τάσεις και καινοτομίες που διαμορφώνουν τον τομέα της φιλοξενίας καθώς και τον πιθανό αντίκτυπό τους στις μελλοντικές επιχειρηματικές δραστηριότητες του κλάδου. • Χρησιμοποιούν σύγχρονα εργαλεία και συστήματα αξιοποιώντας την τεχνολογία για τη βελτίωση των λειτουργιών φιλοξενίας, τη διευκόλυνση της διαχείρισης και την παροχή εξαιρετικών εμπειριών επισκεπτών. 	
<p>Προαπαιτούμενα</p>	<p>MGT101</p>	<p>Απαιτούμενα</p>
<p>Περιεχόμενο μαθήματος</p>	<p>Το μάθημα πραγματεύεται τις παρακάτω θεματικές ενότητες:</p> <p>Βασικές Αρχές Φιλοξενίας: Οι φοιτητές θα αποκτήσουν ολοκληρωμένη γνώση των τεσσάρων βασικών τμημάτων του κλάδου: τρόφιμα και ποτά, ταξίδια και τουρισμός, διαμονή και αναψυχή. Επιπλέον, θα διδαχθούν τα χαρακτηριστικά, τις τάσεις και τις προκλήσεις σε κάθε τμήμα και θα αποκτήσουν γνώσεις για διάφορα είδη τουρισμού, όπως ο εναλλακτικός τουρισμός, ο αθλητικός τουρισμός και ο οικοτουρισμός, εξετάζοντας τη σημασία και τον αντίκτυπό τους στον κλάδο της φιλοξενίας.</p> <p>Διαχείριση Λειτουργιών Φιλοξενίας: Οι φοιτητές θα εμβαθύνουν στις λειτουργίες συγκεκριμένων τομέων φιλοξενίας, συμπεριλαμβανομένης της διαχείρισης τροφίμων και ποτών,</p>	

της διαχείρισης ξενοδοχείων και θερέτρων και διαχείρισης τουριστικών προορισμών. Θα μάθουν για τις επιχειρησιακές στρατηγικές, την κατανομή πόρων, τη διαχείριση εσόδων, τον ποιοτικό έλεγχο και την ικανοποίηση των επισκεπτών. Μέσω πραγματικών περιπτώσιολογικών μελετών και προσομοιώσεων, οι φοιτητές θα αναπτύξουν πρακτικές δεξιότητες για την επίβλεψη και τη βελτιστοποίηση των λειτουργιών σε διαφορετικά πλαίσια φιλοξενίας.

Εξυπηρέτηση πελατών:

Η επιτυχής εξυπηρέτηση πελατών είναι ζωτικής σημασίας για τον κλάδο της φιλοξενίας. Σε αυτήν τη θεματική ενότητα, οι φοιτητές θα διδαχθούν τεχνικές και στρατηγικές για την παροχή εξαιρετικών εμπειριών στους πελάτες. Θα μάθουν πώς να χτίζουν σχέσεις, να προβλέπουν και να ξεπερνούν τις προσδοκίες των επισκεπτών, να διαχειρίζονται παράπονα και να παρέχουν εξατομικευμένες υπηρεσίες. Οι φοιτητές θα αποκτήσουν επίσης γνώσεις για τη σημασία της δημιουργίας θετικών και αξέχαστων εμπειριών επισκέπτη, καθώς και για το ρόλο της αποτελεσματικής επικοινωνίας και των διαπροσωπικών δεξιοτήτων στην ικανοποίηση των επισκεπτών.

Αειφόρος Ανάπτυξη και Περιβαλλοντικές Πρακτικές:

Η βιωσιμότητα και οι περιβαλλοντικές πρακτικές γίνονται όλο και πιο σημαντικές στον κλάδο της φιλοξενίας. Αυτή η θεματική ενότητα εστιάζει στη σημασία της υιοθέτησης πρακτικών, με ιδιαίτερη έμφαση στο πλαίσιο Περιβαλλοντικής και Κοινωνικής Διακυβέρνησης (ESG). Επιπλέον, οι φοιτητές θα μάθουν για τη μείωση των απορριμμάτων, την ανακύκλωση, την εξοικονόμηση ενέργειας και τη βιώσιμη προμήθεια. Θα διερευνήσουν τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις των επιχειρήσεων φιλοξενίας και θα εξετάσουν στρατηγικές για την εφαρμογή βιώσιμων πρωτοβουλιών για την ελαχιστοποίηση του οικολογικού αποτυπώματος του κλάδου.

Ο Κλάδος της Φιλοξενίας στην Κυπριακή Δημοκρατία:

Η παρούσα θεματική ενότητα εξετάζει τα μοναδικά χαρακτηριστικά, τις προκλήσεις και τις ευκαιρίες στον κλάδο της φιλοξενίας στην Κυπριακή Δημοκρατία. Οι φοιτητές θα αποκτήσουν γνώσεις για τους πολιτιστικούς, κοινωνικο-οικονομικούς και ιστορικούς παράγοντες που διαμορφώνουν το τοπίο της κυπριακής φιλοξενίας. Θα εξετάσουν τον τουριστικό τομέα της χώρας, τις επιλογές διαμονής, την τοπική κουζίνα και συγκεκριμένα ζητήματα που σχετίζονται με την εξυπηρέτηση και την ικανοποίηση των επισκεπτών με βάση την κυπριακή αγορά και πραγματικότητα.

Νομικό Πλαίσιο, Ηθική και Εθιμοτυπία Φιλοξενίας:

Σε αυτήν τη θεματική ενότητα εξετάζονται οι νομικές, ηθικές και εθιμοτυπικές πτυχές του κλάδου της φιλοξενίας, εστιάζοντας συγκεκριμένα στην Κύπρο, τις Ηνωμένες Πολιτείες και την Ευρωπαϊκή Ένωση. Οι φοιτητές θα μάθουν τους κανονισμούς, τα πρότυπα και τους κώδικες συμπεριφοράς που διέπουν τις επιχειρήσεις φιλοξενίας εντός αυτών των δικαιοδοσιών. Θα κατανοήσουν νομικά ζητήματα, ηθικά διλήμματα και πολιτιστικές εθιμοτυπίες που επηρεάζουν τον κλάδο της φιλοξενίας, συμπεριλαμβανομένων των σχέσεων με τους επισκέπτες, των πρακτικών απασχόλησης και των επιχειρηματικών λειτουργιών.

Σχεδιασμός και Διαχείριση Εκδηλώσεων:

Ο άρτιος προγραμματισμός και η αποτελεσματική διαχείριση εκδηλώσεων είναι βασικές δεξιότητες του κλάδου της φιλοξενίας. Αυτή η θεματική ενότητα θα εφοδιάσει τους φοιτητές με γνώσεις και εργαλεία απαραίτητα για τον σχεδιασμό και την διοργάνωση επιτυχημένων εκδηλώσεων. Οι φοιτητές θα μάθουν για την προώθηση εκδηλώσεων, τον προϋπολογισμό, τα logistics, τη διαχείριση προμηθευτών και την αξιολόγηση κινδύνου. Θα εξερευνήσουν διαφορετικούς τύπους εκδηλώσεων, που κυμαίνονται από εταιρικές συναντήσεις και συνέδρια μέχρι γάμους και εκθέσεις. Μέσω πρακτικών ασκήσεων, οι φοιτητές θα αναπτύξουν τις απαραίτητες δεξιότητες για τον συντονισμό και τη διαχείριση εκδηλώσεων που ανταποκρίνονται στους στόχους των πελατών και υπερβαίνουν τις προσδοκίες τους.

Τεχνολογία και Φιλοξενία:

Η τεχνολογία διαδραματίζει κρίσιμο ρόλο στη βελτίωση της λειτουργικής αποτελεσματικότητας και στη βελτίωση της εμπειρίας των επισκεπτών. Αυτή η θεματική ενότητα εστιάζει στα διάφορα λογισμικά και πλατφόρμες που έχουν αναπτυχθεί ειδικά για τον κλάδο της φιλοξενίας. Οι φοιτητές θα εμβαθύνουν σε συστήματα διαχείρισης ξενοδοχειακών ακινήτων, λογισμικά διαχείρισης πελατειακών σχέσεων (CRM) και άλλες τεχνολογικές λύσεις που εξορθολογίζουν τις λειτουργίες και διευκολύνουν τις αλληλεπιδράσεις με τους πελάτες. Θα μάθουν πώς να χρησιμοποιούν αποτελεσματικά αυτά τα εργαλεία για τη διαχείριση κρατήσεων, την αυτοματοποίηση των check-in και των check-out, την παρακολούθηση αποθέματος και την αντίληψη προτιμήσεων των επισκεπτών. Επιπλέον, οι φοιτητές θα διδαχθούν τη χρήση σχετικών εφαρμογών για κινητά τηλέφωνα, διαδικτυακές πλατφόρμες κρατήσεων και αυτόματα περίπτερα αυτοεξυπηρέτησης, τα οποία ενισχύουν την άνεση και την προσβασιμότητα για τους επισκέπτες.

	<p>Καινοτομία και το Μέλλον της Φιλοξενίας: Η θεματική ενότητα εστιάζει στο μέλλον του κλάδου, εξερευνώντας τις αναδυόμενες τάσεις και τις πλέον καινοτόμες πρακτικές. Οι φοιτητές θα εξετάσουν τις τελευταίες εξελίξεις και τεχνολογίες που διαμορφώνουν το τοπίο της φιλοξενίας. Θα διερευνήσουν θέματα όπως εξατομικευμένες εμπειρίες επισκεπτών, έξυπνες τεχνολογίες ξενοδοχείων, πρωτοβουλίες βιωσιμότητας και ενσωμάτωση της τεχνητής νοημοσύνης και της ρομποτικής. Επιπλέον, θα αξιολογηθεί ο πιθανός αντίκτυπος αυτών των καινοτομιών στις προσδοκίες των πελατών, στα επιχειρηματικά μοντέλα και στην ανταγωνιστικότητα του κλάδου.</p>								
<p>Διδακτική μεθοδολογία</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Διαλέξεις με οπτικοακουστικά μέσα 2. Διαδραστική μάθηση 3. Μάθηση μέσω διερεύνησης 4. Ατομικές και ομαδικές εργασίες 5. Ανεστραμμένη τάξη 6. Προσανατολισμένος στην αγορά προσκεκλημένος ομιλητής 								
<p>Βιβλιογραφία</p>	<p>Συνιστώμενη βιβλιογραφία:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ρίζος, Α. (2015). <i>Διοίκηση Επιχειρήσεων Εστίασης και Ψυχαγωγίας</i>. Εκδόσεις Παπαδόπουλος. • Λαλούμης, Χ. (2022). <i>Διοίκηση Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων</i>. Εκδόσεις Παπαζήσης. <p>Ενδεικτική βιβλιογραφία:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Πρωτοπαπαδάκης, Ι. (2015). <i>Υποδειγματική Εξυπηρέτηση Πελατών</i>. Εκδόσεις Σταμούλης. • Γαλάνη, Μ. (2002). <i>Έρευνες για τον Τουρισμό στην Ελλάδα και την Κύπρο</i>. Προπομπός. 								
<p>Αξιολόγηση</p>	<table border="0"> <tr> <td>Συμμετοχή στην τάξη:</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>Ενδιάμεση εξέταση:</td> <td>20%</td> </tr> <tr> <td>Εργασίες:</td> <td>30%</td> </tr> <tr> <td>Τελική εξέταση:</td> <td>40%</td> </tr> </table>	Συμμετοχή στην τάξη:	10%	Ενδιάμεση εξέταση:	20%	Εργασίες:	30%	Τελική εξέταση:	40%
Συμμετοχή στην τάξη:	10%								
Ενδιάμεση εξέταση:	20%								
Εργασίες:	30%								
Τελική εξέταση:	40%								
<p>Γλώσσα διδασκαλίας</p>	<p>Ελληνικά</p>								

Course title	Hospitality Management				
Course code	MGT204				
Course type	Elective				
Level	Undergraduate				
Year / Semester					
Teacher's name	Dr. Panayiota Thanasoula				
ECTS	6	Lectures / week	3	Laboratories / week	N/A
Course purpose and objectives	<p>The purpose of the course is to provide students with a comprehensive understanding of the hospitality industry and equip them with the necessary knowledge and skills to excel in various roles within the sector.</p> <p>Moreover, the course aims to introduce students to the key principles, theories, and best practices in hospitality management, covering a wide range of topics such as customer service, operations management, event planning, sustainability, and technology in the industry. By delving into these areas, the course seeks to develop students' critical thinking, problem-solving, and decision-making abilities, enabling them to combine theory and practise and thus navigate the complexities and demands of the hospitality world.</p> <p>The course's objectives include:</p> <p>The establishment of a solid foundation of knowledge regarding the diverse sectors within the hospitality industry: Through thorough exploration and analysis, students will acquire insights into the distinctive characteristics, trends, challenges, and opportunities present in sectors such as travel and tourism, lodging, recreation, and food and beverages.</p> <p>The development of practical skills in effectively managing hospitality operations: Students will comprehend vital aspects of operations such as resource management, revenue generation, quality control, and guest satisfaction. By applying theoretical concepts to both local and international practical scenarios, students will enhance their ability to make informed decisions and successfully address operational challenges.</p>				

	<p>The cultivation of interpersonal and communication prowess: Students will learn techniques on delivering exceptional customer experiences and cultivating positive relationships with guests and colleagues.</p> <p>The creation of sustainability awareness: Students will explore the environmental impact of hospitality operations and examine strategies for integrating sustainable practices into their management approach as per the Environmental, Social, and Governance (ESG) framework.</p> <p>The understanding of the role of technology in hospitality: Students will delve into the latest technological advancements and their implications in areas such as reservations, guest services, and revenue management. By attaining proficiency in relevant technology tools and systems, students will be equipped to leverage technology for operational efficiency and enhanced overall guest satisfaction.</p>
<p>Learning outcomes</p>	<p>Upon the successful completion of the course, students will be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Demonstrate a comprehensive understanding of key principles and theories in hospitality management and its key sectors, including travel and tourism, lodging, recreation, and food and beverages. • Apply effective management skills to oversee day-to-day operations in a hospitality establishment, optimising productivity, quality, and guest satisfaction through strategic decision-making. • Employ techniques for delivering exceptional customer experiences, ensuring high levels of customer satisfaction, and effectively resolving conflicts that may arise in a hospitality setting. • Evaluate and emphasise the importance of sustainability within the hospitality sector, utilising the Environmental, Social, and Governance (ESG) framework to incorporate sustainable practices into their management approach. • Analyse the specific characteristics and challenges of the hospitality industry in the Republic of Cyprus and comprehend the cultural and socio-economic factors that shape the Cypriot hospitality landscape. • Demonstrate knowledge of legal and ethical considerations relevant to the hospitality field as well as of the latest hospitality etiquette in Cyprus, the European Union, and the United States. • Apply event planning and management skills to successfully organise and execute various types of events within a hospitality context.

	<ul style="list-style-type: none"> Identify and assess emerging trends and innovations that are shaping the hospitality industry, and evaluate their potential impact on future business operations. Utilise contemporary tools and systems to leverage technology for enhancing hospitality operations, facilitating management and delivering exceptional guest experiences. 		
Prerequisites	MGT101	Required	
Course content	<p>The course covers the following topics:</p> <ul style="list-style-type: none"> Hospitality Fundamentals: Students will obtain a comprehensive understanding of the four key segments within the industry: food and beverages, travel and tourism, lodging, and recreation. Moreover, they will explore the characteristics, trends, and challenges within each segment and they will gain insights into various types of tourism, such as alternative tourism, sports tourism, and eco-tourism, examining their significance and impact on the hospitality industry. Hospitality Operations Management: Hospitality operations management encompasses the efficient and effective management of various aspects within the industry. Students will delve into specific areas, including food and beverage management, hotel and resort management, and tourism and destination management. They will learn about operational strategies, resource allocation, revenue management, quality control, and guest satisfaction. Through real-world case studies and simulations, students will develop practical skills for overseeing and optimising operations in different hospitality contexts. Customer Service: Customer service is a crucial component of the hospitality industry. In this topic, students will explore techniques and strategies for delivering exceptional customer experiences. They will learn how to build rapport, anticipate and exceed guest expectations, handle complaints, and provide personalised services. Students will also gain insights into the importance of creating a positive and memorable guest experience, as well as the role of effective communication and interpersonal skills in guest satisfaction. Sustainability and Environmental Practices: Sustainability and environmental practices have become increasingly important in the hospitality industry. This topic focuses on the significance of adopting sustainable practices, with a specific emphasis on the 		

Environmental, Social, and Governance (ESG) framework. Furthermore, students will learn about waste reduction, recycling, energy conservation, and sustainable sourcing. They will explore the environmental impact of hospitality operations and examine strategies for implementing sustainable initiatives to minimise the industry's ecological footprint.

- **Hospitality in the Republic of Cyprus:**

Hospitality in Cyprus explores the unique characteristics, challenges, and opportunities within the hospitality industry in the Republic of Cyprus. Students will gain insights into the cultural, socio-economic, and historical factors that shape the Cypriot hospitality landscape. They will examine the country's tourism sector, accommodation options, local cuisine, and specific considerations related to serving and satisfying guests in the Cypriot context.

- **Hospitality Law, Ethics, and Etiquette:**

This topic examines the legal, ethical, and etiquette aspects of the hospitality industry, specifically focusing on Cyprus, the United States, and the European Union. Students will explore the regulations, standards, and codes of conduct that govern hospitality operations within these jurisdictions. They will gain an understanding of legal considerations, ethical dilemmas, and cultural etiquette that impact various aspects of hospitality, including guest relations, employment practices, and business operations.

- **Event Planning and Management:**

Event planning and management are essential skills within the hospitality industry. This topic equips students with the knowledge and tools to plan and execute successful events. Students will learn about event marketing, budgeting, logistics, vendor management, and risk assessment. They will explore different types of events, ranging from corporate meetings and conferences to weddings and exhibitions. Through practical exercises, students will develop the necessary skills to coordinate and manage events that meet clients' objectives and exceed guest expectations.

- **Technology in Hospitality:**

Technology plays a crucial role in enhancing operational efficiency and improving guest experiences. This topic focuses on the various software and platforms developed especially for the hospitality industry. Students will delve into hotel property management systems, customer relationship management (CRM) software, and other technological solutions that streamline operations and facilitate guest interactions. They will learn how to effectively use these tools to manage reservations, automate check-ins

	<p>and check-outs, monitor inventory, and track guest preferences. Additionally, students will explore the integration of mobile applications, online booking platforms, and self-service kiosks, which enhance convenience and accessibility for guests.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Innovation and the Future of Hospitality: Innovative hospitality focuses on the future of the industry, exploring emerging trends and innovative practices. Students will examine the latest advancements and technologies shaping the hospitality landscape. They will explore topics such as personalised guest experiences, smart hotel technologies, sustainability initiatives, and the integration of artificial intelligence and robotics. Additionally, students will assess the potential impact of these innovations on customer expectations, business models, and industry competitiveness.
<p>Teaching methodology</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lectures with audio-visual resources 2. Active learning 3. Inquiry-based learning 4. Individual and group assignments 5. Flipped classroom 6. Market-oriented guest speaker

<p>Bibliography</p>	<p>Recommended Readings:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Becker, E. (2016). <i>Overbooked: The Exploding Business of Travel and Tourism</i>. Simon and Schuster. • Gardini, M. A., Ottenbacher, M. C., & Schuckert, M. (2020). <i>The Routledge Companion to International Hospitality Management</i>. Routledge. • Innerarity, D. (2017). <i>Ethics of Hospitality</i>. Taylor & Francis. <p>Indicative Bibliography:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Busulwa, R., Evans, N., Oh, A., & Kang, M. (2020). <i>Hospitality Management and Digital Transformation: Balancing Efficiency, Agility and Guest Experience in the Era of Disruption</i>. Routledge. • Ruël, H., & Lombarts, A. (2020). <i>Sustainable Hospitality Management: Designing Meaningful Encounters with Talent and Technology</i>. Emerald Group Publishing. • Γαλάνη, Μ. (2002). <i>Έρευνες για τον Τουρισμό στην Ελλάδα και την Κύπρο</i>. Προπομπός. 								
<p>Assessment</p>	<table border="0"> <tr> <td>Class Participation:</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>Midterm Examination:</td> <td>20%</td> </tr> <tr> <td>Assignments:</td> <td>30%</td> </tr> <tr> <td>Final Examination:</td> <td>40%</td> </tr> </table>	Class Participation:	10%	Midterm Examination:	20%	Assignments:	30%	Final Examination:	40%
Class Participation:	10%								
Midterm Examination:	20%								
Assignments:	30%								
Final Examination:	40%								
<p>Language</p>	<p>English</p>								

Τίτλος μαθήματος	Διοίκηση Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων				
Κωδικός μαθήματος	MGT305				
Τύπος μαθήματος	Επιλεγόμενο				
Επίπεδο	Προπτυχιακό				
Έτος / Εξάμηνο					
Όνομα καθηγητή	Δρ. Μάριος Θεοφίλου				
ECTS	6	Διαλέξεις / εβδομάδα	3	Εργαστήρια / εβδομάδα	N/A
Σκοπός και στόχοι του μαθήματος	<p>Σκοπός του μαθήματος είναι να προσφέρει στους φοιτητές την πλήρη κατανόηση των θεμελιωδών αρχών της Διοίκησης Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων (ΜμΕ). Επίσης, σκοπός του είναι να εξοπλίσει τους φοιτητές με τις απαραίτητες γνώσεις και δεξιότητες για την επιτυχή διαχείριση, λειτουργία και ανάπτυξη μιας μικρομεσαίας επιχείρησης. Για την επίτευξη αυτού του στόχου, το μάθημα εστιάζει στις μοναδικές προκλήσεις και ευκαιρίες που αφορούν στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, καθώς και στις στρατηγικές και τις βέλτιστες πρακτικές που σχετίζονται με την αποτελεσματική διαχείρισή τους. Επιπλέον, σημείο αναφοράς του μαθήματος αποτελεί η Κυπριακή Δημοκρατία και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του επιχειρείν σε αυτή.</p> <p>Οι στόχοι του μαθήματος είναι:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Να παράσχει στους φοιτητές ολοκληρωμένη κατανόηση των θεμελιωδών αρχών της διοίκησης ΜμΕ και γνώσεις που θα τους επιτρέψουν να τις διαχειρίζονται αποτελεσματικά. • Να εξοικειώσει τους φοιτητές με τις μοναδικές προκλήσεις και ευκαιρίες που αφορούν τις ΜμΕ στην Κύπρο και το εξωτερικό καθώς και να τους καθοδηγήσει να εντοπίσουν και να αξιοποιήσουν βασικούς παράγοντες επιτυχίας των ΜμΕ. • Να ενισχύσει τις δεξιότητες κριτικής σκέψης και επίλυσης προβλημάτων των φοιτητών στο πλαίσιο της διαχείρισης ΜμΕ, καλλιεργώντας την κατανόηση της διαχείρισης πόρων ανά περίπτωση. • Να καλλιεργήσει μια κουλτούρα συνεργασίας και ανάπτυξης εταιρικών σχέσεων που βασίζεται στη δικτύωση και την εποικοδομητική ανταλλαγή τεχνογνωσίας. 				

	<ul style="list-style-type: none"> • Να προωθήσει την κατανόηση των ειδικών χαρακτηριστικών των οικογενειακών ΜμΕ με στόχο την αποτελεσματική διοίκησή τους. • Να δώσει στους φοιτητές τη δυνατότητα να αντιληφθούν το ιδιαίτερο επιχειρηματικό περιβάλλον της Κυπριακής Δημοκρατίας και να τους ενημερώσει για προγράμματα κρατικής υποστήριξης, πολιτικές και ρυθμιστικές νομοθεσίες που σχετίζονται με τις κυπριακές ΜμΕ. • Να τονίσει τη σημασία της ισορροπίας μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής, τη δημιουργία μιας θετικής εταιρικής κουλτούρας και την ενσωμάτωσή τους στις στρατηγικές ανθρώπινου δυναμικού των ΜμΕ.
<p>Μαθησιακά αποτελέσματα</p>	<p>Με την επιτυχημένη ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές θα είναι σε θέση να:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ορίζουν και να ταξινομούν τις ΜμΕ και να έχουν πλήρη αντίληψη της σημασίας τους για την οικονομία, συμπεριλαμβανομένης της συμβολής τους στη δημιουργία θέσεων εργασίας, την καινοτομία και την οικονομική ανάπτυξη. • Προσδιορίζουν και να αναλύουν τους βασικούς παράγοντες επιτυχίας για τις ΜμΕ, συμπεριλαμβανομένης της ανάλυσης αγοράς, της ανάπτυξης ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων, της διαχείρισης σχέσεων με τους πελάτες και της δημιουργίας ταυτότητας επωνυμίας. • Αναπτύσσουν στρατηγικές για την αποτελεσματική διαχείριση των σχετικά περιορισμένων πόρων των ΜμΕ, μέσω άρτιας κατανομής, ελέγχου κόστους και διερεύνησης εναλλακτικών επιλογών χρηματοδότησης. • Δημιουργούν ένα ισχυρό δίκτυο επιχειρηματικών επαφών και συνεργασιών αποβλέποντας σε αμοιβαία επωφελή χρήση πόρων και ανταλλαγή τεχνογνωσίας. • Διοικούν οικογενειακές ΜμΕ έχοντας πλήρη κατανόηση των ιδιαιτεροτήτων τους μέσω γνώσης τρόπων διαχείρισης οικογενειακών σχέσεων, σχεδιασμού διαδοχής, επίλυσης συγκρούσεων και αποτελεσματικής επικοινωνίας. • Αξιοποιούν προγράμματα και πολιτικές κρατικής υποστήριξης για ΜμΕ, μέσω της πρόσβασης σε υπηρεσίες ανάπτυξης επιχειρήσεων, της συμμόρφωσης με τη σχετική κυπριακή νομοθεσία και της κατανόησης των φορολογικών κανονισμών. • Εφαρμόζουν στρατηγικές ισορροπίας μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής στο πλαίσιο της διαχείρισης ανθρώπινου δυναμικού των ΜμΕ, προωθώντας την προσωπική ευημερία και δημιουργώντας μια θετική εταιρική κουλτούρα.

	<ul style="list-style-type: none"> • Ασχοληθούν με το επιχειρείν στο πλαίσιο της κυπριακής επιχειρηματικής πραγματικότητας κατανοώντας το επιχειρηματικό τοπίο, την επιχειρηματική κουλτούρα και τις νομικές πτυχές της διαχείρισης ΜμΕ στην Κύπρο. 	
Προαπαιτούμενα	MGT101	Απαιτούμενο
Περιεχόμενο μαθήματος	<p>Το μάθημα πραγματεύεται τις παρακάτω θεματικές ενότητες:</p> <p>Εισαγωγή στη Μικρομεσαία Επιχειρηματικότητα: Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜμΕ) διαδραματίζουν κρίσιμο ρόλο στην παγκόσμια οικονομία. Χαρακτηρίζονται συνήθως από σχετικά μικρό κύκλο εργασιών, περιορισμένους πόρους και ολιγάριθμο εργατικό δυναμικό. Σε αυτήν τη θεματική ενότητα, οι φοιτητές θα διδαχθούν τον ορισμό και την ταξινόμηση των ΜμΕ και θα κατανοήσουν τη σημασία των ΜμΕ στην οικονομία, συμπεριλαμβανομένης της συμβολής τους στην απασχόληση και την οικονομική ανάπτυξη. Επιπλέον, θα αποκτήσουν εμπειριστατωμένη αντίληψη των σχετικών με τις ΜμΕ προκλήσεων και ευκαιριών, όπως οι περιορισμένοι πόροι, ο ανταγωνισμός στην αγορά και οι δυνατότητες για καινοτομία και ευελιξία.</p> <p>Παράγοντες Επιτυχίας των ΜμΕ: Ο εντοπισμός βασικών παραγόντων επιτυχίας για τις μικρές επιχειρήσεις είναι απαραίτητος για τη βιώσιμη ανάπτυξή τους. Οι φοιτητές θα μάθουν πώς να αναλύουν την αγορά και τις ανάγκες των πελατών, να αναπτύσσουν ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα και να διαχειρίζονται αποτελεσματικά τις σχέσεις με τους πελάτες στο πλαίσιο των ΜμΕ. Επιπλέον, θα αποκτήσουν γνώσεις για την οικοδόμηση μιας ισχυρής ταυτότητας επωνυμίας μέσω στρατηγικών επωνυμίας, τεχνικών μάρκετινγκ και διαχείρισης φήμης.</p> <p>Οικονομική Διαχείριση Περιορισμένων Πόρων: Μία από τις σημαντικές προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι ΜμΕ είναι η αποτελεσματική διαχείριση των σχετικά περιορισμένων πόρων που διαθέτουν. Σε αυτήν τη θεματική ενότητα, οι φοιτητές θα μάθουν τεχνικές εξεύρεσης χρηματοδότησης και στρατηγικές ελέγχου κόστους για τη βελτιστοποίηση της κατανομής πόρων. Επιπλέον, θα εξεταστούν διάφορες επιλογές για την πρόσβαση σε χρηματοδότηση, συμπεριλαμβανομένων των παραδοσιακών τραπεζικών δανείων, προγραμμάτων που υποστηρίζονται από την κυβέρνηση και εναλλακτικών μεθόδων χρηματοδότησης, όπως το crowdfunding. Θα κατανοήσουν επίσης πώς να αξιολογούν αυτές τις επιλογές και να λαμβάνουν τεκμηριωμένες οικονομικές αποφάσεις για τη βέλτιστη διαχείριση ΜμΕ.</p>	

Δικτύωση και Συνεργασίες:

Η οικοδόμηση ενός ισχυρού δικτύου επαφών και συνεργασιών είναι ζωτικής σημασίας για τις ΜμΕ και τους δίνει τη δυνατότητα να επεκτείνουν την εμβέλειά τους, να έχουν πρόσβαση σε νέες αγορές και να αποκτούν πρόσβαση σε νέους πόρους. Η θεματική ενότητα εστιάζει στη σημασία της δικτύωσης και της συνεργασίας για τις ΜμΕ. Οι φοιτητές θα μάθουν πώς να οικοδομούν ένα ισχυρό δίκτυο επαφών και συνεργασιών, τόσο εντός όσο και εκτός των επιχειρηματικών κλάδων τους. Θα διερευνηθούν συνεργατικές προσεγγίσεις με άλλες ΜμΕ, όπως κοινοπραξίες και στρατηγικές συμμαχίες. Οι φοιτητές θα ανακαλύψουν επίσης πώς να συμμετέχουν σε συλλογικές οντότητες του κλάδου τους. Ακόμη, θα συζητηθούν δυνατότητες συμμετοχής σε επιχειρηματικά δίκτυα με σκοπό την ανταλλαγή γνώσεων και τη διερεύνηση ευκαιριών συνεργασίας.

Διοίκηση Οικογενειακών Επιχειρήσεων:

Οι οικογενειακές ΜμΕ αποτελούν την πλειοψηφία των κυπριακών επιχειρήσεων. Σε αυτήν τη θεματική ενότητα, οι φοιτητές θα αποκτήσουν γνώσεις σχετικά με τη διαχείριση οικογενειακών ΜμΕ. Θα μάθουν πώς να εξισορροπούν αποτελεσματικά τις οικογενειακές σχέσεις και τα επιχειρηματικά συμφέροντα. Επίσης, θα διδαχθούν στρατηγικές για τον σχεδιασμό διαδοχής και τη διαχείριση των μεταβάσεων μεταξύ γενεών στο πλαίσιο της οικογενειακής επιχείρησης. Θα αναπτύξουν, επίσης, δεξιότητες για την αντιμετώπιση συγκρούσεων και τη βελτίωση της επικοινωνίας εντός της οικογενειακής ΜμΕ, διασφαλίζοντας την αρμονία και τη μακροπρόθεσμη επιτυχία της επιχείρησης.

Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις στην Κυπριακή Δημοκρατία:

Η Κύπρος παρέχει ευνοϊκές επιχειρηματικές συνθήκες για τις ΜμΕ κυρίως λόγω της γεωγραφικής της θέσης, της πρόσβασης σε ευρωπαϊκές και διεθνείς αγορές και της φιλικής προς τις επιχειρήσεις νομοθεσίας. Σε αυτήν τη θεματική ενότητα, οι φοιτητές θα επικεντρωθούν στο κυπριακό επιχειρείν σε σχέση με τις ΜμΕ. Θα αποκτήσουν γνώσεις σε σχέση με το επιχειρηματικό τοπίο της χώρας, συμπεριλαμβανομένων των κανόνων, της επιχειρηματικής κουλτούρας και της έμφασης στις διαπροσωπικές σχέσεις. Οι φοιτητές θα διδαχθούν νομικές πτυχές της διοίκησης επιχειρήσεων στην Κύπρο, όπως η διαδικασία εγγραφής εταιρειών και οι λειτουργικοί κανονισμοί. Επιπλέον, θα κατανοήσουν τις απαιτήσεις συμμόρφωσης και θα αποκτήσουν γνώση της κυπριακής επιχειρηματικής

	<p>νομοθεσίας, των φορολογικών κανονισμών και των γενικών υποχρεώσεων των ΜμΕ που δραστηριοποιούνται στην Κύπρο.</p> <p>Κυβερνητικές Πολιτικές για τις ΜΜΕ στην Κυπριακή Δημοκρατία: Οι περισσότερες κυβερνήσεις αναγνωρίζουν τη σημασία των ΜμΕ. Ως αποτέλεσμα, προσφέρουν συχνά προγράμματα και κίνητρα για τη στήριξη της ίδρυσης και της ανάπτυξής τους. Οι φοιτητές θα αποκτήσουν γνώση για διάφορα προγράμματα, επιχορηγήσεις, φορολογικά κίνητρα και επιδοτήσεις που παρέχονται από την κυπριακή κυβέρνηση για την ενίσχυση των τοπικών ΜμΕ. Επίσης, θα ενημερωθούν για την πρόσβαση σε υπηρεσίες επιχειρηματικής ανάπτυξης και υποστήριξης που διατίθενται στις ΜμΕ, όπως επιχειρηματικές θερμοκοιτίδες, επιταχυντές και προγράμματα κατάρτισης.</p> <p>Διαχείριση Ανθρώπινου Δυναμικού και Ισορροπία επαγγελματικής και προσωπικής ζωής στις ΜμΕ: Αυτό το διδακτικό θέμα εστιάζει στη σημασία της δημιουργίας και της διατήρησης μιας θετικής εταιρικής κουλτούρας και της προώθησης της ευημερίας των εργαζομένων στις ΜμΕ. Οι φοιτητές θα διδαχθούν πώς ένα υποστηρικτικό εργασιακό περιβάλλον και πρωτοβουλίες ισορροπίας μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής συμβάλλουν στην ικανοποίηση των εργαζομένων, την παραγωγικότητα και τη συνολική οργανωτική επιτυχία. Θα εξεταστούν στρατηγικές και μέθοδοι διαχείρισης ανθρώπινου δυναμικού προσαρμοσμένες στις ΜμΕ, προκειμένου να καλλιεργηθεί μια θετική εταιρική κουλτούρα που εκτιμά την ισορροπία μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής, όπως η εφαρμογή ευέλικτων ρυθμίσεων εργασίας, η προώθηση προγραμμάτων ευεξίας των εργαζομένων και η προώθηση της ανοιχτής επικοινωνίας. Κατανοώντας τη σημασία της εταιρικής κουλτούρας και της ευημερίας των εργαζομένων στις ΜμΕ, οι φοιτητές θα εφοδιαστούν με γνώση που θα τους δώσει τη δυνατότητα να καλλιεργήσουν ένα αρμονικό και παραγωγικό περιβάλλον εργασίας που υποστηρίζει την επιτυχία των μικρομεσαίων επιχειρήσεων.</p>
<p>Διδακτική μεθοδολογία</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Διαλέξεις με οπτικοακουστικά μέσα 2. Διαδραστική μάθηση 3. Μάθηση μέσω διερεύνησης 4. Ατομικές και ομαδικές εργασίες 5. Ανεστραμμένη τάξη 6. Προσανατολισμένος στην αγορά προσκεκλημένος ομιλητής

Βιβλιογραφία	<p>Συνιστώμενη βιβλιογραφία:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Κανελλόπουλος, Χ. (2000). <i>Διοίκηση Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων και Επιχειρηματικότητα</i>. Εκδόσεις Αθηνά. • Scarborough, N. (2016). <i>Επιχειρηματικότητα και Διοίκηση Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων</i>. Εκδόσεις Ίων. <p>Ενδεικτική βιβλιογραφία:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ασπρίδης, Γ. (2020). <i>Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού</i>. Εκδόσεις Κριτική. • Polyviou, A., Markopoulos, P., & Savvides, C. (2023). <i>Global Entrepreneurship Monitor - Cyprus Report 2022</i>. Centre for Entrepreneurship, University of Cyprus. Available at: https://c4e.org.cy/reports/2023/GEM_Report_2021_2022.pdf
Αξιολόγηση	<p>Συμμετοχή στην τάξη: 10% Ενδιάμεση εξέταση: 20% Εργασίες: 30% Τελική εξέταση: 40%</p>
Γλώσσα διδασκαλίας	<p>Ελληνικά</p>

Course title	Fundamental of Small and Medium-Sized Enterprises Management				
Course code	MGT305				
Course type	Elective				
Level	Undergraduate				
Year / Semester					
Teacher's name	Dr. Marios Theophilou				
ECTS	6	Lectures / week	3	Laboratories / week	N/A
Course purpose and objectives	<p>The purpose of this course is to provide students with a thorough understanding of the fundamentals of Small and Medium-Sized Enterprises management. It aims to equip students with the knowledge and skills necessary to successfully manage, establish, operate, and grow a small business. To achieve this aim, the course focuses on the unique challenges and opportunities specific to SMEs with, as well as the strategies and best practices relevant to managing these enterprises effectively. What is more, the course addresses and analyses the distinctive features of SME management in the Republic of Cyprus.</p> <p>The main course objectives are:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● To provide students with a comprehensive understanding of the fundamentals of SME management and with knowledge that will enable them to manage them efficiently. ● To familiarise students with the unique challenges and opportunities specific to SMEs in Cyprus and abroad as well as to guide them to identify and capitalise on key success factors for SMEs. ● To enhance students' critical thinking and problem-solving skills in the context of SME management by cultivating an understanding of resource management per case and capabilities. ● To foster a culture of collaboration and partnership development based on networking and sharing. ● To promote understanding of family business dynamics and the ability to effectively manage family-owned SMEs. 				

	<ul style="list-style-type: none"> ● To enable students to comprehend the particular business environment in the Republic of Cyprus and to navigate government support programs, policies, and regulatory environments relevant to Cypriot-based SMEs. ● To emphasise the importance of work-life balance, the creation of a positive company culture and their integration in SMEs' HRM strategies. 		
Learning outcomes	<p>Upon the successful completion of the course, students will be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Define and classify SMEs, and articulate their significance in the economy, including their contributions to employment generation, innovation, and economic growth. ● Identify and analyse the key success factors for SMEs, including market analysis, competitive advantage development, customer relationship management, and brand identity building. ● Develop strategies for effectively managing resource constraints in SMEs, including resource allocation, cost control, and exploring alternative funding options. ● Build a strong network of contacts and partnerships, and leverage industry associations and business networks for collaboration, resource sharing, and knowledge exchange. ● Understand the dynamics of family-owned SMEs, including managing family relationships, succession planning, conflict resolution, and effective communication within the family-business context. ● Navigate government support programs and policies for SMEs, including accessing business development services, complying with local laws and regulations, and understanding tax regulations and reporting requirements. ● Apply work-life balance strategies in the context of SME human resources management, promoting personal well-being and creating a positive company culture that supports work-life balance among employees. ● Analyse and adapt to the specific SME environment in a given context, such as Cyprus, including understanding the entrepreneurial landscape, business culture, legal aspects, and operational regulations relevant to SMEs in that location. 		
Prerequisites	MGT101	Required	
Course content	<p>The course covers the following topics:</p> <p>Introduction to small and medium-sized entrepreneurship:</p>		

Small and medium-sized enterprises (SMEs) play a crucial role in the global economy. These businesses are typically characterised by their small scale, limited resources, and relatively low workforce. In this topic, students will learn about the definition and classification of SMEs. They will understand the importance of SMEs in the economy, including their contributions to employment and economic growth. They will also explore the unique challenges and opportunities specific to SMEs, such as limited resources, market competition, and the potential for innovation and agility.

Success Factors in SMEs:

Identifying key success factors for small businesses is essential for their sustainable growth. Students will learn how to analyse the market and customer needs, develop competitive advantages, and effectively manage customer relationships in the context of SMEs. Additionally, they will gain insights into building a strong brand identity through branding strategies, marketing techniques, and reputation management.

Resource Constraints and Financial Management:

One of the significant challenges faced by SMEs is managing limited resources effectively. In this topic, students will learn bootstrapping techniques and cost control strategies to optimise resource allocation. Furthermore, they will examine various options for accessing finance, including traditional bank loans, government-backed programs, and alternative funding methods like crowdfunding. They will also understand how to evaluate these options and make informed financial decisions for small and medium-sized businesses.

Networking and Collaboration:

Building a strong network of contacts and partnerships is vital for SMEs to expand their reach, access new markets, and share resources. This topic focuses on the importance of networking and collaboration for SMEs. Students will learn how to build a strong network of contacts and partnerships, both within and outside their industries. They will explore collaborative approaches with other SMEs, such as joint ventures and strategic alliances, to leverage resources and expand market reach. Students will also discover how to utilise industry associations and business networks to share knowledge, exchange best practices, and explore collaboration opportunities.

Family Business Dynamics:

Family-owned SMEs (the norm in Cyprus more often than not) bring their unique dynamics and challenges. In this topic, students will gain insights into managing family-owned SMEs. They will learn how to balance family relationships and business interests effectively. Students will explore strategies for succession planning and managing generational transitions within the family business context. They will also develop skills to address conflicts and improve communication within the family-owned SME, ensuring the harmony and long-term success of the business.

Small and medium-sized enterprises in the Republic of Cyprus:

Cyprus provides favourable entrepreneurial conditions for SMEs as the country offers a strategic location, access to European and international markets, and a business-friendly regulatory framework. In this topic, students will specifically focus on the SME environment in Cyprus. They will learn about the country's entrepreneurial landscape, including the norms, business culture, and emphasis on personal connections. Students will gain knowledge of the legal aspects of business management in Cyprus, such as the company registration process and operational regulations. Moreover, they will understand the compliance requirements and learn how to navigate the local laws, tax regulations, and reporting obligations for SMEs operating in Cyprus.

SME Governmental Policies in the Republic of Cyprus:

Most governments recognize the importance of SMEs and often offer programs and incentives to support their growth and development. In this topic, students will gain an understanding of the governmental support and policies available for Cyprus-based SMEs. They will learn about various programs, grants, tax incentives, and subsidies provided by the government to foster SME growth and development. Students will also explore the regulatory environments in which SMEs operate and understand the importance of compliance with local laws, tax regulations, and reporting requirements. They will gain knowledge about accessing business development services and support available to SMEs, such as incubators, accelerators, and training programs.

	<p>Human Resources Management and Work-Life Balance in SMEs:</p> <p>This teaching topic focuses on the importance of creating and maintaining a positive company culture and promoting employee well-being within SMEs. Students will explore how a supportive work environment and work-life balance initiatives contribute to employee satisfaction, productivity, and overall organisational success. They will examine human resources management strategies and methods tailored to SME in order to cultivate a positive company culture that values work-life balance, such as implementing flexible work arrangements, promoting employee wellness programs, and fostering open communication. By understanding the significance of company culture and employee well-being in SMEs, students will be equipped with the knowledge to cultivate a harmonious and productive work environment that supports the success of small businesses.</p>
<p>Teaching methodology</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lectures with audio-visual resources 2. Active learning 3. Inquiry-based learning 4. Individual and group assignments 5. Flipped classroom 6. Market-oriented guest speaker
<p>Bibliography</p>	<p>Recommended Readings:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vemi, M. B. (2017). <i>Optimal Management Strategies in Small and Medium Enterprises</i>. IGI Global. • Thrassou, A., Vrontis, D., Weber, Y., Shams, S. M. R., & Tsoukatos, E. (2020). <i>The Changing Role of SMEs in Global Business: Volume I: Paradigms of Opportunities and Challenges</i>. Springer Nature. • Gay, C., & Szostak, B. L. (2019). <i>Innovation and Creativity in SMEs: Challenges, Evolutions and Prospects</i>. John Wiley & Sons. <p>Indicative Bibliography:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bird, J. (2019). <i>Redefining Work-Life Balance: One-Minute Tools to Manage Stress, Achieve More and Enjoy Life Every Day</i>. Lifestyle Entrepreneurs Press.

	<ul style="list-style-type: none"> • Burns, P. (2022). <i>Entrepreneurship and Small Business</i>. Bloomsbury Publishing. • Polyviou, A., Markopoulos, P., & Savvides, C. (2023). <i>Global Entrepreneurship Monitor - Cyprus Report 2022</i>. Centre for Entrepreneurship, University of Cyprus. Available at: https://c4e.org.cy/reports/2023/GEM_Report_2021_2022.pdf
Assessment	<p>Class Participation: 10%</p> <p>Midterm Examination: 20%</p> <p>Assignments: 30%</p> <p>Final Examination: 40%</p>
Language	English