

Για το ακαδημαϊκό έτος 2020-2021, οι κατατάξεις πτυχιούχων άλλων τμημάτων ή σχολών της Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης στο Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας της Σχολής Οικονομικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Δυτικής Μακεδονίας, θα πραγματοποιηθούν με γραπτές εξετάσεις, οι οποίες θα διενεργηθούν στα μέσα του Δεκεμβρίου 2020.

Σας ενημερώνουμε ότι η διενέργεια των κατατακτηρίων εξετάσεων θα γίνει δια ζώσης. Ωστόσο, σύμφωνα με εγκύκλιο του Υπουργείου, εάν η περιοχή μας εξασθενήσει να είναι επιβαρυνόμενη, στο επίπεδο 4, λόγω covid, οι εξετάσεις θα αναβληθούν, μέχρι την άρση των σχετικών περιορισμών.

Η ημερομηνία υποβολής αιτήσεων και δικαιολογητικών είναι: **1 έως 15 Νοεμβρίου του 2020**

Απαραίτητα δικαιολογητικά:

1. **ΑΙΤΗΣΗ ΓΙΑ ΚΑΤΑΤΑΚΤΗΡΙΕΣ**
2. Αντίγραφο πτυχίου ή πιστοποιητικό περάτωσης σπουδών. Προκειμένου για πτυχιούχους εξωτερικού συνυποβάλλεται και βεβαίωση ισοτιμίας του τίτλου σπουδών τους από τον Διεπιστημονικό Οργανισμό Αναγνώρισης Τίτλων Ακαδημαϊκών και Πληροφόρησης (Δ.Ο.Α.Τ.Α.Π.) ή από το όργανο που έχει την αρμοδιότητα αναγνώρισης του τίτλου σπουδών.
3. Αναλυτική βαθμολογία του τίτλου σπουδών, με το οποίο αιτείται η κατάταξη του πτυχιούχου.

Οι αιτήσεις και τα συνημμένα δικαιολογητικά θα πρέπει να αποσταλούν **αποκλειστικά ταχυδρομικά ή με εταιρεία ταχυμεταφοράς**, από τους αιτούντες, στη Γραμματεία του Τμήματος, ως τις 15-11-2020 (σφραγίδα ταχυδρομείου). Η Δ/ση αποστολής είναι: **Πανεπιστήμιο Δυτ. Μακεδονίας, Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας, Κοίλα Κοζάνης, Τ.Κ. 50100, τηλ.: 2461068221.**

Η ακριβής ημερομηνία και το πρόγραμμα των γραπτών εξετάσεων θα ανακοινωθεί στις αρχές Δεκεμβρίου του 2020.

Η κατάταξη των πτυχιούχων θα γίνει από την Επιτροπή Κατατάξεων με εξετάσεις σε τρία μαθήματα, τα εξής:

- **Μεθοδολογία Επιστημονικής και Εκπαιδευτικής Έρευνας**
- **Παιδαγωγική και Φιλοσοφία της Παιδείας**
- **Αρχές Μάρκετινγκ**

Οι υποψήφιοι θα εξεταστούν στην παρακάτω ύλη και στα παρακάτω μαθήματα:

Μάθημα 1ο

Τίτλος «Μεθοδολογία Επιστημονικής και Εκπαιδευτικής Έρευνας»

- Εισαγωγικά ζητήματα στη σημαντικότητα της ερευνητικής διαδικασίας στις επιχειρήσεις, τη διοίκηση και την οικονομία
- Διαμόρφωση και αποσαφήνιση του ερευνητικού αντικειμένου και των ερευνητικών ερωτημάτων
- Κριτική επισκόπηση της βιβλιογραφίας
- Διαμόρφωση του ερευνητικού σχεδιασμού
- Διαπραγμάτευση πρόσβασης και ερευνητική δεοντολογία
- Διαδικασία αποσαφήνισης πληθυσμού και επιλογή δείγματος
- Υιοθέτηση δευτερογενών ερευνών για την υποστήριξη της επιστημονικής ερευνητικής διαδικασίας
- Η μέθοδος της παρατήρησης στη συλλογή πρωτογενών δεδομένων
- Η μέθοδος της συνέντευξης στη συλλογή πρωτογενών δεδομένων
- Η μέθοδος του ερωτηματολογίου στη συλλογή πρωτογενών δεδομένων
- Συστήματα βιβλιογραφικών αναφορών

Συνιστώμενη Βιβλιογραφία:

1. Saunders, M., Lewis, P., και Thornhill, A. (2019). Μέθοδοι έρευνας στις επιχειρήσεις και την οικονομία. Εκδόσεις Δίσιγμα, Θεσσαλονίκη.
2. Gray, D. (2018). Η ερευνητική μεθοδολογία στον πραγματικό κόσμο (4^η Έκδοση). Εκδόσεις Τζιόλα, Θεσσαλονίκη.

Μάθημα 2^ο

Τίτλος «Παιδαγωγική και Φιλοσοφία της Παιδείας»

Εξεταστέα Ύλη - Περιεχόμενο μαθήματος:

- Στοιχειοθέτηση της Παιδαγωγικής, σύγχρονες παιδαγωγικές αντιλήψεις, σχέση με τη Φιλοσοφία της Παιδείας
- Ερμηνεία βασικών εννοιών παιδεία-εκπαίδευση-αγωγή-κοινωνικοποίηση-ηθική-δογματισμός-δίκαιο-ανθρώπινα δικαιώματα
- Φιλοσοφική θεώρηση των εκάστοτε σπουδαιών εκπροσώπων σε θέματα Παιδείας
- Συμβολή και σημασία της Φιλοσοφίας της Παιδείας στη Διοίκηση και ειδικότερα στη Συμβουλευτική Παιδαγωγική, στον Επαγγελματικό Προσανατολισμό, στην Ανάπτυξη Δεξιοτήτων, στη Διαχείριση Ανθρώπινου Δυναμικού και στην Αγορά Εργασίας.

Συνιστώμενη Βιβλιογραφία:

1. Αθανασούλα-Ρέππα, Αν. (2008). Εκπαιδευτική Διοίκηση και Οργανωσιακή Συμπεριφορά. Η Παιδαγωγική της Διοίκησης Εκπαίδευσης. Εκδόσεις Ίων, Αθήνα.
2. Τριαντάρη, Σ. Α. (2005). Ιστορία της Φιλοσοφίας. Από την Αρχαιότητα στο Μεσαίωνα. Α΄ Τόμος. Θεσσαλονίκη: Αντ. Σταμούλης.

Μάθημα 3ο

Τίτλος «Αρχές Μάρκετινγκ»

Εξεταστέα Ύλη - Περιεχόμενο μαθήματος:

- Εισαγωγικές έννοιες και σημασία marketing για τη σύγχρονη επιχείρηση/ οργανισμό – Μείγμα marketing (marketingmix)
- Ανάλυση εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος marketing
- Διάκριση αγορών – σχέσεις με καταναλωτές
- Συμπεριφορά καταναλωτών – Τμηματοποίηση και στόχευση καταναλωτών.
- Εισαγωγή στην έρευνα αγοράς και στη λήψη αποφάσεων marketing.
- Προϊόντα/Υπηρεσίες. Σημασία και χαρακτηριστικά μάρκας (brands). Προϊοντικό χαρτοφυλάκιο.
- Τιμολόγηση προϊόντων / υπηρεσιών και marketing
- Κανάλια διανομής – εφοδιαστική αλυσίδα και marketing
- Προώθηση - διαφημιστικές και προωθητικές ενέργειες

Βιβλιογραφία:

1. Βλάχβη Α., (2019)., Μάρκετινγκ: αρχές, στρατηγικές, εξελίξεις και νέα δεδομένα., Εκδόσεις Ευγενία Μπένου, Αθήνα.
2. Armstrong Gary, Kotler Philip (2010), Εισαγωγή στο Marketing., Εκδόσεις Επίκεντρο, Θεσσαλονίκη.
3. Kotler , Keller K.L. (2017) Μάρκετινγκ Μανατζμεντ. (15η έκδοση)., Εκδόσεις Κλειδάριθμος, Αθήνα.
Πασχαλούδης Δ. (2018)., Εισαγωγή στο Marketing., Εκδόσεις Α. ΤΖΙΟΛΑ&ΥΙΟΙΑ.Ε.

Οι υποψήφιοι έχουν τη δυνατότητα δανεισμού συγγραμμάτων, εν όψει της συμμετοχής τους στις εξετάσεις, από την κεντρική Βιβλιοθήκη του Πανεπιστημίου Δυτικής Μακεδονίας στην Κοζάνη, με τους όρους και τις προϋποθέσεις που αναφέρονται στην ιστοσελίδα της Βιβλιοθήκης <https://library.uowm.gr/?p=2583> _

ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ

Περισσότερες πληροφορίες θα παρέχονται από τη Γραμματεία του Τμήματος (Κοίλα Κοζάνης, Κοζάνη 50100) και στο τηλέφωνο 24610-68221, καθημερινά 11:00 – 13:00.