



**ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ
ΜΑΘΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΕΞΕΤΑΣΤΕΑ ΥΛΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΚΑΤΑΤΑΚΤΗΡΙΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ**

Για το ακαδημαϊκό έτος 2024-2025, η κατάταξη πτυχιούχων άλλων Τμημάτων ή Σχολών της Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης στο Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας, της Σχολής Οικονομικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Δυτικής Μακεδονίας, θα πραγματοποιηθεί με γραπτές εξετάσεις, προσκομίζοντας τα παρακάτω δικαιολογητικά:

Αίτηση

Αντίγραφο Πτυχίου

Βεβαίωσης ισοτιμίας από το Δ.Ο.Α.Τ.Α.Π στην περίπτωση που ο ενδιαφερόμενος είναι κάτοχος τίτλου σπουδών από Πανεπιστήμια της αλλοδαπής.

Ευκρινές Φωτοαντίγραφο Αστυνομικής Ταυτότητας

Ημερομηνία υποβολής αιτήσεων – δικαιολογητικών: 1 έως 15 Νοεμβρίου του 2024.

Το πρόγραμμα εξεταστικής θα ανακοινωθεί αρχές Δεκεμβρίου του 2024. Οι γραπτές εξετάσεις θα πραγματοποιηθούν στα παρακάτω μαθήματα:

Εξεταζόμενα Μαθήματα

Οι υποψήφιοι θα εξεταστούν στα παρακάτω τρία μαθήματα

Μάθημα 1ο

Τίτλος «Χρηματοοικονομική Λογιστική Ι»

Εξεταστέα Ύλη - Περιεχόμενο μαθήματος:

- Κεφάλαιο 1ο Σύντομη ιστορική αναδρομή από τα αρχαία χρόνια έως τον 21ο αιώνα
- Κεφάλαιο 2ο Η Δομή των ετήσιων Οικονομικών καταστάσεων και οι διεθνείς κανόνες Εναρμόνισης.
- Κεφάλαιο 3ο Εθελοντική και υποχρεωτική εφαρμογή των ΔΛΠ και οι αλλαγές στη λογιστική ποιότητα πληροφόρησης
- Κεφάλαιο 4ο Ο ρόλος της αφηγηματικής πληροφόρησης στην ποιότητα των οικονομικών Καταστάσεων.
- Κεφάλαιο 5ο Ισολογισμός.
- Κεφάλαιο 6ο Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσης.

Συνιστώμενη Βιβλιογραφία:

1. Αρχές Χρηματοοικονομικής Λογιστικής και σύγχρονη Ανάλυση των Οικονομικών Καταστάσεων. Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 86201981. Έκδοση: 1η/2019. Συγγραφείς: Γαρεφαλάκης Αλέξανδρος ISBN: 9786185440039 Τύπος: Σύγγραμμα Διαθέτης (Εκδότης): ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ Σ. Ι.Κ.Ε. <https://service.eudoxus.gr/search/#a/id:86201981/0>
2. Χρηματοοικονομική λογιστική. Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 102074465. Έκδοση: 1η έκδ./2021. Συγγραφείς: Williams J., Haka S., Bettner M., Carcello J., Ντόκας Ι. ISBN: 9789600237535. Τύπος: Σύγγραμμα. Διαθέτης (Εκδότης): ΕΚΔΟΣΕΙΣ Α.ΠΑΠΑΖΗΣΗΣ ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥΧΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ <https://service.eudoxus.gr/search/#a/id:102074465/0>
3. Χρηματοοικονομική Λογιστική. Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 102070202. Έκδοση: 1/2021. Συγγραφείς: Libby Robert, Libby Patricia A., Hodge Frank. ISBN: 9789925588305. Τύπος: Σύγγραμμα. Διαθέτης (Εκδότης): BROKEN HILL PUBLISHERS LTD <https://service.eudoxus.gr/search/#a/id:102070202/0>

Μάθημα 2^ο

Τίτλος «**Ηγεσία και Θεωρίες Ηγεσίας στους Οργανισμούς και στις Επιχειρήσεις**»

Εξεταστέα Ύλη - Περιεχόμενο μαθήματος:

- Σημασία και η σχέση του ρήτορα με τον ηγέτη, μέσα από μια ιστορικό-φιλοσοφική αναδρομή
- Οι βασικές θεωρίες για την ηγεσία, τα μοντέλα ηγεσία, την προσωπικότητα, τις επικοινωνιακές δεξιότητες, το ρόλο του ηγέτη
- Οι διαφορές του ηγέτη από το μάνατζμεντ, το σύγχρονο προφίλ του ηγέτη-μάνατζμεντ, τα βασικά στοιχεία μιας αποτελεσματικής ηγεσίας στους οργανισμούς και στις Επιχειρήσεις
- Οι βασικές θεωρίες Ηγεσίας στην υποκίνηση και στη λήψη αποφάσεων

Συνιστώμενη Βιβλιογραφία:

- 1 Τριαντάρη, Σ. Α. (2020). Ηγεσία. Θεωρίες Ηγεσίας. Από τον Αριστοτελικό Ρήτορα στο σύγχρονο Ηγέτη. Θεσσαλονίκη: Ι. Χαρμπαντίδης.
1. Μπουραντάς, Δ. (2005). *Ηγεσία: Ο Δρόμος της Διαρκούς Επιτυχίας*. Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα.
2. Gordon, T. (2001). *Τα Μυστικά της Αποτελεσματικής Ηγεσίας*. Εκδόσεις Μάρτης & Gordon Hellas, Αθήνα.

Μάθημα 3ο

Τίτλος «Αρχές Μάρκετινγκ»

Εξεταστέα Ύλη - Περιεχόμενο μαθήματος:

- Εισαγωγικές έννοιες και σημασία marketingγια 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 στηνέρευνα 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)., Μαρκετινγκ: αρχές, στρατηγικές, εξελίξεις και νέα δεδομένα., Εκδόσεις Ευγενία Μπένου, Αθήνα.
2. ArmstrongGary,KotlerPhilip (2010), Εισαγωγή στο Marketing., Εκδόσεις Επίκεντρο, Θεσσαλονίκη.
3. Kotler , Keller K.L. (2017) ΜαρκετινγκΜανατζμεντ. (15η έκδοση)., Εκδόσεις Κλειδάριθμος, Αθήνα.
4. Πασχαλούδης Δ. (2018)., Εισαγωγή στο Marketing., ΕκδόσειςΑ. ΤΖΙΟΛΑ&ΥΙΟΙΑ.Ε.