

**Οδηγός Σπουδών του Προγράμματος**

**«Διεθνές Μάρκετινγκ»**



ΠΑΤΡΑ, 2026

## Περιεχόμενα

A. Γενικά Στοιχεία & Περιγραφή Προγράμματος .....	3
B. Δομή του Προγράμματος .....	7
Γ. Μεθοδολογία Υλοποίησης του Προγράμματος , Αξιολόγηση & Πιστοποίηση .....	9
Δ. Τρόπος Επιλογής & Εγγραφή στο Πρόγραμμα.....	10

## A. Γενικά Στοιχεία & Περιγραφή Προγράμματος

**Τίτλος Προγράμματος:** Διεθνές Μάρκετινγκ

**Συνολική διάρκεια:** 125 ώρες (συνολικός φόρτος) - 12 εβδομάδες

**Μονάδες ECTS:** 5

**Μέθοδος υλοποίησης και διαδικασίες παρακολούθησης:** Εξ αποστάσεως

**Θεματικό Πεδίο :** Κοινωνικών Επιστημών

### **Διδακτικές Ενότητες του Προγράμματος:**

1. Εισαγωγή στο Διεθνές Μάρκετινγκ και στο πλαίσιο χρήσης ΤΝ
2. Έρευνα αγοράς, ανάλυση διεθνών αγορών και χρήση δευτερογενών δεδομένων, καταναλωτική συμπεριφορά σε διεθνές περιβάλλον
3. Στρατηγικός σχεδιασμός μάρκετινγκ: Τμηματοποίηση, Στόχευση, Τοποθέτηση. Στρατηγική διαφοροποίησης, στρατηγικές εισόδου σε διεθνείς αγορές
4. Προσαρμογή μείγματος μάρκετινγκ στο διεθνές περιβάλλον
5. Υποστηρικτικά εργαλεία ΤΝ

### **Σκοπός και προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα του προγράμματος:**

Σκοπός του προγράμματος είναι η επιμόρφωση σε σύγχρονες έννοιες και πρακτικές του Διεθνούς Μάρκετινγκ, μέσω της ενισχυμένης αξιοποίησης εργαλείων τεχνητής νοημοσύνης (ΤΝ). Το πρόγραμμα ανταποκρίνεται στην αυξανόμενη ανάγκη της αγοράς για στελέχη που διαθέτουν ικανότητα κατανόησης διεθνών αγορών αξιοποιώντας παράλληλα σύγχρονα τεχνολογικά εργαλεία για σκοπούς ανάλυσης δεδομένων, οργάνωσης περιεχομένου και τεκμηρίωσης αποφάσεων.

**Γνώσεις** - Με την ολοκλήρωση του προγράμματος ο/η εκπαιδευόμενος/η θα είναι σε θέση να:

1. Περιγράφει τις βασικές αρχές και έννοιες του Διεθνούς Μάρκετινγκ, καθώς και τους παράγοντες που διαμορφώνουν τις διεθνείς αγορές.
2. Προσδιορίζει τα στάδια ανάλυσης ξένων αγορών, αξιοποιώντας δευτερογενή δεδομένα και εργαλεία υποστήριξης.
3. Διατυπώνει τα χαρακτηριστικά και τις προκλήσεις της καταναλωτικής συμπεριφοράς σε διεθνές περιβάλλον.
4. Αναγνωρίζει τις κύριες στρατηγικές εισόδου σε διεθνείς αγορές και τα κριτήρια επιλογής τους.
5. Περιγράφει τις βασικές μεθόδους στρατηγικής τοποθέτησης προϊόντος και ανάπτυξης ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.
6. Προτείνει πιθανές ανάγκες προσαρμογής των στοιχείων του μείγματος μάρκετινγκ σε ένα διεθνές περιβάλλον δραστηριοποίησης
7. Ανακαλεί και εξηγεί τους επιτρεπτούς και μη επιτρεπτούς τρόπους χρήσης Τεχνητής Νοημοσύνης, όπως ορίζονται από το πλαίσιο του προγράμματος.
8. Προσδιορίζει τις διαδικασίες διαφάνειας, ελέγχου ακρίβειας και τεκμηρίωσης που απαιτούνται κατά τη χρήση εργαλείων ΤΝ σε ακαδημαϊκό περιβάλλον.

**Δεξιότητες** - Μετά το πέρας του προγράμματος ο/η εκπαιδευόμενος/η θα είναι σε θέση να:

1. Αναλύει δεδομένα και πληροφορίες σχετικές με διεθνείς αγορές, εφαρμόζοντας δομημένες μεθόδους συγκριτικής αξιολόγησης.
2. Συνθέτει δομές, περιεχόμενο και επιχειρηματολογία για εργασίες στο αντικείμενο του Διεθνούς Μάρκετινγκ, αξιοποιώντας επιτρεπτές χρήσεις εργαλείων ΤΝ (ιδεοκαταιγισμό, οργάνωση, σύνοψη).
3. Οικοδομεί τεκμηριωμένες θέσεις και στρατηγικές προσεγγίσεις σε ζητήματα διεθνούς επιχειρηματικής ανάπτυξης.
4. Εφαρμόζει διαδικασίες ελέγχου ακρίβειας, διασταύρωσης πηγών και διαφάνειας κατά τη χρήση εργαλείων ΤΝ, σύμφωνα με το καθορισμένο πλαίσιο.
5. Σχεδιάζει βασικά στοιχεία μιας στρατηγικής διεθνούς εισόδου ή τοποθέτησης προϊόντος, αξιοποιώντας δεδομένα και επιτρεπόμενες υποστηρικτικές λειτουργίες ΤΝ.
6. Δομεί σαφείς και λειτουργικές παρουσιάσεις, χρησιμοποιώντας εργαλεία ΤΝ για προετοιμασία ερωτήσεων–απαντήσεων και οργάνωση περιεχομένου, χωρίς να υποκαθιστά την προσωπική κρίση.
7. Εφαρμόζει εναλλακτικά επίπεδα χρήσης ΤΝ (light, balanced, toolchain), τεκμηριώνοντας τις επιλογές του/της και αποτυπώνοντας το προσωπικό του/της μερίδιο συμβολής.

**Ικανότητες** - Μετά το πέρας του προγράμματος ο/η εκπαιδευόμενος/η θα:

1. Υποστηρίζει πρακτικές υπεύθυνης και διαφανούς χρήσης Τεχνητής Νοημοσύνης, τηρώντας τις αρχές ακαδημαϊκής δεοντολογίας και τεκμηρίωσης.
2. Προάγει στάσεις κριτικής σκέψης, αξιολογώντας με συνέπεια την ακρίβεια, την εγκυρότητα και τα όρια των εργαλείων ΤΝ.

3. Αναπτύσσει προθυμία για προσαρμογή σε εναλλακτικές προσεγγίσεις χρήσης TN (light, balanced, toolchain), αναγνωρίζοντας πλεονεκτήματα και δυσλειτουργίες.
4. Καλλιεργεί κουλτούρα συνεργασίας, συζήτησης και ανταλλαγής εμπειριών σχετικά με τον τρόπο ενσωμάτωσης της TN στη μαθησιακή διαδικασία.
5. Ενισχύει τη συνειδητοποίηση της προσωπικής του/της συμβολής στη διαμόρφωση τελικών εργασιών, διαχωρίζοντας με σαφήνεια τι προέρχεται από εργαλεία TN και τι αποτελεί αποτέλεσμα δικής του/της κρίσης.
6. Συνηγορεί υπέρ της ακαδημαϊκής ακεραιότητας, απορρίπτοντας πρακτικές όπως η κατασκευή πηγών ή η πλήρως αυτοματοποιημένη συγγραφή χωρίς έλεγχο και προσωπική ευθύνη

#### **Σε ποιους/ες απευθύνεται το πρόγραμμα:**

Το πρόγραμμα απευθύνεται σε εν ενεργεία προπτυχιακούς και μεταπτυχιακούς φοιτητές και φοιτήτριες του Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου (ΕΑΠ), οι οποίοι/ες έχουν ολοκληρώσει επιτυχώς, τουλάχιστον μία Θεματική Ενότητα Μάρκετινγκ (π.χ. ΔΕΟ23, ΔΕΟ33, ΔΙΤ53, ΔΜΔ62, ΔΜΔ65) και επιθυμούν να συμμετάσχουν εθελοντικά σε μια πιλοτική Θεματική Ενότητα με αντικείμενο το Διεθνές Μάρκετινγκ και με σαφώς καθορισμένο πλαίσιο χρήσης Τεχνητής Νοημοσύνης (TN). Η συμμετοχή προϋποθέτει διάθεση για ενεργό εμπλοκή στις εξ αποστάσεως ΟΣΣ, στις εκπαιδευτικές δραστηριότητες και στις διαδικασίες αξιολόγησης, καθώς και ενδιαφέρον για την αξιοποίηση της TN ως υποστηρικτικού εργαλείου μάθησης.

#### **Στοιχεία Επιστημονικά Υπεύθυνου**

**Όνοματεπώνυμο:** Προκόπης Θεοδωρίδης

**Ιδιότητα:** Καθηγητής Μάρκετινγκ, Σχολή Κοινωνικών Επιστημών ΕΑΠ

**Email Επιστημονικά Υπεύθυνου:** [proth@eap.gr](mailto:proth@eap.gr)

**Σχολή:** Κοινωνικών Επιστημών

**Πλήρες βιογραφικό σημείωμα Επιστημονικά Υπεύθυνου/ης:** [https://mpalab.eap.gr/wp-content/uploads/2024/10/Theodoridis\\_2024\\_EAP\\_θ-1.pdf](https://mpalab.eap.gr/wp-content/uploads/2024/10/Theodoridis_2024_EAP_θ-1.pdf)

#### **Σύντομο βιογραφικό σημείωμα Επιστημονικά Υπεύθυνου**

Ο Προκόπης Κ. Θεοδωρίδης είναι Καθηγητής Μάρκετινγκ στη Σχολή Κοινωνικών Επιστημών του Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου και από τον Σεπτέμβριο του 2024 είναι Κοσμήτορας της Σχολής Κοινωνικών Επιστημών. Ξεκίνησε τις σπουδές του από το ΤΕΙ Πειραιά και το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών (Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων) και συνέχισε με μεταπτυχιακές σπουδές στο University of Stirling στην Σκωτία (MSc in Marketing). Είναι Διδάκτορας του Τμήματος Οργάνωσης και Διοίκησης των Επιχειρήσεων του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών.

Στο Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο είναι Συντονιστής της ΘΕ ΔΕΟ23 «Μάρκετινγκ!» και Διευθυντής στο ΠΠΣ «Διοίκηση Επιχειρήσεων & Οργανισμών (ΔΕΟ)». Υπηρέτησε για 14 συνεχή έτη στο Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων του Πανεπιστημίου Πατρών όπου

διετέλεσε Πρόεδρος του Τμήματος και Διευθυντής στο ΠΜΣ «ΜΒΑ Διοίκηση Επιχειρήσεων Τροφίμων» και στο Εργαστήριο «Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων του Αγροτικού Χώρου».

Το ερευνητικό του ενδιαφέρον εστιάζει στα πεδία της συμπεριφοράς του καταναλωτή, στην σχέση του μάρκετινγκ με την βιώσιμη ανάπτυξη, μάρκετινγκ τροφίμων, εφαρμογές τεχνητής νοημοσύνης στο μάρκετινγκ και στο εσωτερικό μάρκετινγκ. Έχει παρουσιάσει ερευνητικές μελέτες σε διεθνή περιοδικά και συνέδρια και συμμετέχει σε ερευνητικά προγράμματα της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Είναι μέλος της Ελληνικής Ακαδημίας Μάρκετινγκ (ΕΛ.Α.Μ), όπου υπηρέτησε ως Γραμματέας.

### **Εκπαιδευτές/τριες**

#### **Σύντομο βιογραφικό σημείωμα Εκπαιδευτή/ 1: Θωμάς Δασακλής**

<https://www.eap.gr/wp-content/uploads/2021/09/short%20cv-gr-Dasaklis.pdf>

Ο Θωμάς Δασακλής είναι Πτυχιούχος καθώς και κάτοχος Μεταπτυχιακού και Διδακτορικού Διπλώματος από το Τμήμα Βιομηχανικής Διοίκησης και Τεχνολογίας του Πανεπιστημίου Πειραιώς. Τα ερευνητικά του ενδιαφέροντα εστιάζονται στη Διοίκηση Επιχειρήσεων, στη Διοίκηση της Εφοδιαστικής Αλυσίδας, στην Επιχειρησιακή Έρευνα, στη Διοίκηση των Logistics αντιμετώπισης Κρίσεων, στην Επιχειρηματική Ανάλυση, στη τεχνολογία blockchain καθώς και στις εφαρμογές Διαδικτύου των Πραγμάτων (Internet of Things). Έχει λάβει μέρος σε εθνικά και ευρωπαϊκά ερευνητικά προγράμματα. Έχει δημοσιεύσει άρθρα σε διεθνή επιστημονικά περιοδικά και έχει παρουσιάσει εργασίες σε διεθνή επιστημονικά συνέδρια. Έχει εργαστεί στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή (Γενική Διεύθυνση Ανθρωπιστικής Βοήθειας και Πολιτικής Προστασίας) και στο Κέντρο Ερευνών του Πανεπιστημίου Πειραιώς. Επίσης, έχει εργαστεί στον ιδιωτικό τομέα ως Διευθυντής Εφοδιαστικής Αλυσίδας σε εταιρεία χονδρεμπορίου.

#### **Σύντομο βιογραφικό σημείωμα Εκπαιδευτριας 2: Αθηνά Νέλλα**

Η Δρ Αθηνά Νέλλα είναι Επίκουρη Καθηγήτρια Τουριστικού Μάρκετινγκ και Μέλος του Εργαστηρίου Management & Δημόσιας Διοίκησης του Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου (ΕΑΠ). Έχει λάβει σειρά υποτροφιών και διακρίσεων, μεταξύ των οποίων και από το Ίδρυμα Fulbright (California State University). Ξεκινώντας την καριέρα της από το μάρκετινγκ υπηρεσιών, εργάστηκε -μεταξύ άλλων- στην Procter & Gamble Hellas ως Consumer & Market Knowledge Associate Manager και στο Ινστιτούτο Εκπαιδευτικής Πολιτικής (πρ. Παιδαγωγικό Ινστιτούτο) ως Σύμβουλος Τομέα Διοίκησης και Οικονομίας. Από το 2021 ως το 2024 εργάστηκε στα γραφεία του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού (ΕΟΤ) στην Αθήνα και το Λονδίνο, συμμετέχοντας σε πλήθος διεθνών τουριστικών εκθέσεων.

Παράλληλα, διαθέτει πολυετή διδακτική εμπειρία στην τριτοβάθμια εκπαίδευση στα αντικείμενα του μάρκετινγκ, της επικοινωνίας και της διοίκησης (ΕΑΠ, Γεωπονικό Αθηνών, Πανεπιστήμια Πατρών, Αιγαίου, ΠΑΔΑ, ΔΙΠΑΕ). Ακόμη, έχει διδάξει Μάρκετινγκ Προορισμών και Τουριστική Πολιτική στο πλαίσιο της Εθνικής Σχολής Δημόσιας Διοίκησης και σε λοιπά επιμορφωτικά προγράμματα. Τα ερευνητικά της ενδιαφέροντα, εκκινώντας από το μάρκετινγκ τουριστικών προορισμών και ειδικών μορφών τουρισμού, επεκτείνονται σε επίκαιρα ζητήματα προσανατολισμού και εφαρμογών μάρκετινγκ, branding και τουριστικής συμπεριφοράς.

[https://www.eap.gr/wp-content/uploads/2024/03/CV\\_NEΛΛΑ\\_2024-brief-1.pdf](https://www.eap.gr/wp-content/uploads/2024/03/CV_NEΛΛΑ_2024-brief-1.pdf)

## B. Δομή του Προγράμματος

### Θεματικές Ενότητες Προγράμματος & Περιγραφή τους:

#### Τίτλος Δ.Ε.1: Εισαγωγή στο Διεθνές Μάρκετινγκ και στο πλαίσιο χρήσης ΤΝ

Σύντομη περιγραφή

Διάρκεια σε ώρες: 19, Αξία σε ECTS: 0,76

Υπεύθυνοι εκπαιδευτές: Π. Θεοδωρίδης - Θ. Δασακλής

#### Τίτλος Δ.Ε.2: Έρευνα αγοράς

Σύντομη περιγραφή: Ανάλυση διεθνών αγορών, χρήση δευτερογενών δεδομένων, καταναλωτική συμπεριφορά στο διεθνές περιβάλλον

Διάρκεια σε ώρες: 19, Αξία σε ECTS: 0,76

Υπεύθυνη εκπαιδευτρια: Α. Νέλλα

#### Τίτλος Δ.Ε.3: Στρατηγικός σχεδιασμός μάρκετινγκ

Σύντομη περιγραφή: Τμηματοποίηση, Στόχευση, Τοποθέτηση. Στρατηγική διαφοροποίησης, στρατηγικές εισόδου σε διεθνείς αγορές

Διάρκεια σε ώρες: 19, Αξία σε ECTS: 0,76

Υπεύθυνος εκπαιδευτής: Π. Θεοδωρίδης

#### Τίτλος Δ.Ε.4: Προσαρμογή μείγματος μάρκετινγκ στο διεθνές περιβάλλον

Σύντομη περιγραφή: 4 Ps: εφαρμογές και παραδείγματα

Διάρκεια σε ώρες: 19, Αξία σε ECTS: 0,76

Υπεύθυνη εκπαιδευτρια: Α. Νέλλα

#### Τίτλος Δ.Ε.5: Υποστηρικτικά εργαλεία ΤΝ

Σύντομη περιγραφή: Εργαλεία παραγωγικής ΤΝ, αποτελεσματικές εντολές

Διάρκεια σε ώρες: 19, Αξία σε ECTS: 0,76

Υπεύθυνος εκπαιδευτής: Θ. Δασακλής

**Χρονοδιάγραμμα Υλοποίησης Επιμέρους Διδακτικών Ενοτήτων:**

Τίτλος ενότητας	Εβδομάδα	Ώρες	ECTS	ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΗΣ/ΤΡΙΑ
Εισαγωγή στο Διεθνές Μάρκετινγκ και στο πλαίσιο χρήσης ΤΝ	1-2	19	0.76	Π. Θεοδωρίδης, Θ. Δασακλής
Έρευνα αγοράς, ανάλυση διεθνών αγορών και χρήση δευτερογενών δεδομένων, καταναλωτική συμπεριφορά σε διεθνές περιβάλλον	4-5	19	0.76	Α. Νέλλα
Στρατηγικός σχεδιασμός μάρκετινγκ: Τμηματοποίηση, Στόχευση, Τοποθέτηση. Στρατηγική διαφοροποίησης, στρατηγικές εισόδου σε διεθνείς αγορές	7-8	19	0.76	Π. Θεοδωρίδης,
Προσαρμογή μείγματος μάρκετινγκ στο διεθνές περιβάλλον	10-11	19	0.76	Α. Νέλλα
Υποστηρικτικά εργαλεία ΤΝ	12	19	0.76	Θ. Δασακλής
Εργασίες	3, 6, 9	30	1.2	Π. Θεοδωρίδης, Α. Νέλλα
<b>Σύνολο</b>		<b>125</b>	<b>5</b>	

## Γ. Μεθοδολογία Υλοποίησης του Προγράμματος , Αξιολόγηση & Πιστοποίηση

### **Διδασκαλία & Παρακολούθηση:** (εξ αποστάσεως, με ηλεκτρονικό υλικό)

Ο εκπαιδευτικός σχεδιασμός ακολουθεί τη μεθοδολογία που υποστηρίζει την Ανοικτή και Εξ Αποστάσεως ηλεκτρονική μάθηση. Η διδασκαλία μέσω συστήματος ασύγχρονης τηλεκπαίδευσης βασίζεται κυρίως στην ασύγχρονη μελέτη του εκπαιδευτικού υλικού και ανάπτυξη δραστηριοτήτων, προκειμένου να εξασφαλιστεί σε μεγάλο βαθμό η αυτονομία του/της Εκπαιδευόμενου/ης. Όμως, συμπληρωματικά και με βάση τις εκπαιδευτικές ανάγκες, κατά περίπτωση πραγματοποιείται και σύγχρονη μάθηση μέσω συστήματος σύγχρονης τηλεκπαίδευσης.

Η διανομή του εκπαιδευτικού και υποστηρικτικού υλικού γίνεται σταδιακά και σε εβδομαδιαία βάση. Το εκπαιδευτικό υλικό βρίσκεται on-line, σε ψηφιακή μορφή, ενώ παράλληλα δίνεται η δυνατότητα τοπικής αποθήκευσής του. Είναι εύκολα εκτυπώσιμο για τους χρήστες που προτιμούν το έντυπο υλικό. Επιπλέον, προβλέπεται η ανάρτηση υλικού και εργασιών από την πλευρά των επιμορφούμενων προς ανατροφοδότηση και αξιολόγηση.

**Περιγραφή εκπαιδευτικού υλικού:** Διαφάνειες - σημειώσεις, πηγές δευτερογενών δεδομένων από τη διεθνή αγορά, ασκήσεις αυτοαξιολόγησης, παραδείγματα χρήσης ΤΝ, μελέτες περίπτωσης

### **Δείγμα εκπαιδευτικού υλικού:**

[https://docs.google.com/presentation/d/1YQoF4tRI\\_c2IQZfRWvMiYiAC8Jnigkxp/edit?usp=sharing&ouid=115046100290571483132&rtpof=true&sd=true](https://docs.google.com/presentation/d/1YQoF4tRI_c2IQZfRWvMiYiAC8Jnigkxp/edit?usp=sharing&ouid=115046100290571483132&rtpof=true&sd=true)

### **Τρόπος αξιολόγησης των εκπαιδευομένων:**

Οι εκπαιδευόμενοι/ες εκπονούν 3 γραπτές εργασίες, για τις οποίες λαμβάνουν ανατροφοδότηση, και συμμετέχουν παράλληλα σε δραστηριότητες αυτό-αξιολόγησης. Η τελική αξιολόγηση επίδοσης και εκπλήρωσης των υποχρεώσεων του προγράμματος έχει τη μορφή «Επιτυχής/μη επιτυχής ολοκλήρωση».

### **Αξιολόγηση Προγράμματος**

Για την αξιολόγηση των παρεχόμενων από το Πρόγραμμα υπηρεσιών σε επίπεδο εκπαιδευτικού έργου αλλά και διοικητικής και τεχνικής υποστήριξης, ο/η Εκπαιδευόμενος/η στο τέλος του προγράμματος καλείται να συμπληρώσει ενιαίο ερωτηματολόγιο, το οποίο περιλαμβάνει συγκεκριμένους άξονες και δείκτες αξιολόγησης, που επεξεργάζεται και παρακολουθείται από την ΜΕΑ του Ε.Α.Π.<sup>1</sup>

### **Τύπος χορηγούμενου πιστοποιητικού**

Μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του προγράμματος, χορηγείται «Πιστοποιητικό Επιμόρφωσης» καθώς και «Παράρτημα Πιστοποιητικού Επιμόρφωσης», στα οποία αναγράφονται τα εξής στοιχεία: α) η

---

<sup>1</sup> Σύμφωνα με τον Εσωτερικό Κανονισμό Λειτουργίας του Κ.Ε.ΔΙ.ΒΙ.Μ., Άρθρο 8  
**Ε 600.1.2/2<sup>ο</sup>** **ΣΥΣΤΗΜΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ**

διάρκεια του προγράμματος σε ώρες, β) η μέθοδος διδασκαλίας, γ) οι πιστωτικές μονάδες ECTS και δ) οι τίτλοι των θεματικών ή διδακτικών ενοτήτων του προγράμματος.

Τα πιστοποιητικά υπογράφονται από τον/την Επιστημονικά Υπεύθυνο/η του Προγράμματος, τον/την Πρόεδρο του Κ.Ε.ΔΙ.ΒΙ.Μ και θα είναι διαθέσιμα μετά την ολοκλήρωση του προγράμματος. Σε περίπτωση μη επιτυχούς ολοκλήρωσης του Προγράμματος χορηγείται απλή «Βεβαίωση Παρακολούθησης». Για τη χορήγηση των πιστοποιητικών απαιτείται επιπλέον και η αποπληρωμή του συνόλου των διδάκτρων του Προγράμματος.

#### **Λοιπές Υποχρεώσεις Εκπαιδευομένων**

Πέρα από την επιτυχή ολοκλήρωση του προγράμματος, για τη χορήγηση του Πιστοποιητικού απαιτούνται τα εξής από τους/τις εκπαιδευομένους/ες:

- Αποδοχή συμμετοχής τους στη διαδικασία αξιολόγησης του προγράμματος

#### **Υποχρεώσεις Εκπαιδευτών/τριών**

- Επικοινωνούν μέσω της εκπαιδευτικής πλατφόρμας με τους/τις εκπαιδευόμενους/ες απαντώντας σε απορίες / διευκρινίσεις που τυχόν έχουν διατυπωθεί από τους/τις εκπαιδευόμενους/ες.
- Αναρτούν στην εκπαιδευτική πλατφόρμα ανακοινώσεις αναφορικά με το μάθημα και τον τρόπο διεξαγωγής του.
- Επιλύουν απορίες, κατευθύνει τους/τις εκπαιδευόμενους/ες στην σωστή μελέτη του εκπαιδευτικού υλικού, προτείνει επιπρόσθετη βιβλιογραφία -εφόσον ζητηθεί.
- Παροτρύνουν τους/τις εκπαιδευόμενους/ες για συμμετοχή στην εκπαιδευτική διαδικασία, εφόσον διαπιστωθεί ότι κάποιος/ες απέχουν από την εκπαιδευτική διαδικασία.
- Ασκούν κάθε έργο ή εργασία που άπτεται της εκπαιδευτικής υποστήριξης των εκπαιδευομένων.
- Βαθμολογούν τις ερωτήσεις ανάπτυξης (ερωτήσεις ανοικτού τύπου) και τις εργασίες των εκπαιδευομένων.

## **Δ. Τρόπος Επιλογής & Εγγραφή στο Πρόγραμμα**

**Απαιτούμενα τυπικά προσόντα και απαραίτητα δικαιολογητικά:**

- Εν ενεργεία φοιτητές/τριες σε ΠΣ/ΜΠΣ του ΕΑΠ (ΔΕΟ, ΔΙΤ, ΔΜΔ)
- Επιτυχής ολοκλήρωση μίας τουλάχιστον Θ.Ε. σχετικής με Μάρκετινγκ (π.χ. ΔΕΟ23, ΔΕΟ33, ΔΙΤ53, ΔΜΔ62, ΔΜΔ65,)
- Καλή γνώση αγγλικής (βάσει αποδεικτικού γλωσσομάθειας ή υπεύθυνης δήλωσης)

**Τρόπος επιλογής των εκπαιδευομένων:** βάσει χρονικής προτεραιότητας της αίτησης (μέγιστος αριθμός συμμετεχόντων/ουσών: 50)

**Τρόπος εγγραφής στο πρόγραμμα:**

Η εγγραφή στο Πρόγραμμα γίνεται ηλεκτρονικά με την υποβολή Αίτησης Εγγραφής στο <https://apps.eap.gr/kedivim/web/>

**Δίδακτρα και τρόπος πληρωμής:**

Η συμμετοχή στο πρόγραμμα είναι δωρεάν.

Πληροφορίες : Αθηνά Νέλλα, [a.nella@eap.gr](mailto:a.nella@eap.gr)