

## **Περιεχόμενα του μαθήματος:**

### **Ενότητα 1. Εισαγωγή στο Management**

Ορισμός.

- Η σημασία του management για την αποτελεσματικότητα των επιχειρήσεων.
- Οι σύγχρονες τάσεις της οργάνωσης και διοίκησης επιχειρήσεων.

### **Ενότητα 2. Η λειτουργία του Προγραμματισμού και της Οργάνωσης**

Ορισμοί.

Η διαδικασία του προγραμματισμού και της οργάνωσης.

Αναγκαιότητα του προγραμματισμού και της οργάνωσης για την επιχείρηση.

### **Ενότητα 3. Η λειτουργία της Διεύθυνσης και του Ελέγχου**

Ορισμοί.

Διεύθυνση και ηγεσία.

Λήψη αποφάσεων.

Μέθοδοι και τεχνικές λήψης αποφάσεων.

Σκοπός του ελέγχου.

Αναγκαιότητα του ελέγχου για την επιχείρηση.

### **Ενότητα 4. Επιχειρηματικότητα**

Ορισμός.

Η έννοια του επιχειρηματία.

Χαρακτηριστικά του επιτυχημένου επιχειρηματία.

Λόγοι αποτυχίας νέων επιχειρήσεων.

Κανόνες για την επιβίωση των επιχειρήσεων.

### **Ενότητα 5. Εισαγωγή στο Marketing**

Η έννοια του Marketing.

Το Marketing ως λειτουργία της επιχείρησης.

Βασική ορολογία του Marketing.

### **Ενότητα 6. Μείγμα Marketing**

Εισαγωγή.

Τύποι προσανατολισμού επιχειρήσεων.

Προσανατολισμός στην παραγωγή

Προσανατολισμός στο προϊόν.

Προσανατολισμός στις πωλήσεις.

Προσανατολισμός στις ανάγκες της αγοράς.

### **Ενότητα 7. Διαφοροποίηση και Τοποθέτηση του Προϊόντος. Πολιτική Προϊόντος**

Εναλλακτικές Μεταβλητές που μπορεί να χρησιμοποιήσει η επιχείρηση για να διαφοροποιήσει ένα προϊόν - επιτυχημένη τοποθέτηση του προϊόντος της επιχείρησης.

Τι είναι προϊόν - χαρακτηριστικά προϊόντος - χαρτοφυλάκιο προϊόντων - κύκλος ζωής προϊόντος - επωνυμοποίηση προϊόντος - συσκευασία προϊόντος - νομικό πλαίσιο προϊόντος.

### **Ενότητα 8. Πολιτική Τιμών. Συμπεριφορά Καταναλωτή**

Ορισμός τιμής - ο ρόλος της τιμολόγησης στο Μείγμα Marketing - τιμολόγηση υπηρεσιών - διαδικασία τιμολόγησης - τιμολογιακές στρατηγικές - τιμολόγηση και εξωτερικό περιβάλλον.

Στοιχεία της συμπεριφοράς του καταναλωτή και της τμηματοποίησης της αγοράς.

### **Ενότητα 9. Προώθηση Πωλήσεων και Άμεσο Marketing. Στρατηγικός Σχεδιασμός Άμεσου Marketing**

Ορισμός - διαφορά άμεσου Marketing από το Marketing προς τις μάζες - κανάλια επικοινωνίας της επιχείρησης με τον πελάτη - συγκριτικό πλεονέκτημα και άμεσο Marketing.

Ορισμός - σημεία διαφοροποίησης και χάραξη στρατηγικής - δημιουργική στρατηγική άμεσου marketing - συμβολή της δημιουργικής ομάδας στην εξασφάλιση της συμμετοχής του δέκτη.

### **Ενότητα 10. Εισαγωγή στα οικονομικά της υγείας**

Βασικά οικονομικά μοντέλα.

Μικροοικονομικά εργαλεία για οικονομία της υγείας.

### **Ενότητα 11. Οργάνωση και χρηματοδότηση των συστημάτων υγείας. Κόστος παροχής υγείας**

Στατιστικά εργαλεία για οικονομία της υγείας.

Οικονομική αξιολόγηση - cost effectiveness analysis.

*Η παραγωγή της Υγείας- προσφορά και ζήτηση.*

## **Ενότητα 12. Οργάνωση συστήματος Υγείας. Ο ρόλος της Οικονομίας της Υγείας στη λήψη αποφάσεων.**

*Κοινωνική ασφάλιση.*

*Νοσοκομεία, κέντρα Υγείας, κέντρα αποκατάστασης.*

*Φυσικοθεραπεία και οικονομία.*

*Μη κυβερνητικές οργανώσεις.*

## **Ενότητα 13. Εισαγωγή στην Επικοινωνία**

*Τι σημαίνει επικοινωνία - αρχές επικοινωνίας - εμπόδια επικοινωνίας – τρόποι και μορφές επικοινωνίας - επικοινωνία με τον δυνητικό αγοραστή - ρόλος και αξία της επικοινωνίας στην σύγχρονη επιχείρηση - οι ανάγκες του πελάτη και πώς να τις κατανοήσουμε - γλώσσα του σώματος.*

*Αγγλική ορολογία σχετική με το γνωστικό αντικείμενο του μαθήματος.*

## **Ενότητα 14. Τελική αξιολόγηση των φοιτητών**

*Αξιολογείται η επίδοση των φοιτητών σύμφωνα με τον κανονισμό σπουδών του Ιδρύματος και τον τρόπο αξιολόγησης του μαθήματος όπως αναφέρεται παρακάτω.*