



# ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΩΝ, ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ  
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ	Μορφών	Εκπαιδευτικές και Επικοινωνιακές	Ενέργειες
Αρ. Πρωτ.	6374		
Ημερ.	05-02-25		

Πανεπιστημιούπολη Αρχαίου Ελαιώνα  
Ταχ. Δ/ση : Π. Ράλλη & Θηβών, 122 44 Αιγάλεω  
Τηλέφωνο : 210 5381508

Ημερομηνία : Αιγάλεω 05.02.2025  
Αριθμ. Πρωτ. : Φ.12/

E-mail : marikita@uniwa.gr  
Πληροφορ.: Μ. Παπαμιχαήλ

**ΘΕΜΑ** : «Αξιολόγηση αιτήσεων υποψηφίων, στο πλαίσιο της πράξης Απόκτηση Ακαδημαϊκής Διδακτικής Εμπειρίας σε Νέους Επιστήμονες Κατόχους Διδακτορικού εαρινού εξαμήνου ακαδ. έτους 2024-2025»

**ΠΡΟΣ:** Γραφείο ΕΣΠΑ  
υπόψη κας Ε. Κακούρου

**ΣΧΕΤ.** :

**ΚΟΙΝ.**

Σας διαβιβάζουμε απόσπασμα του με αριθμ. 3/05.02.2025 πρακτικού Συνέλευσης Τμήματος, σχετικά με την αξιολόγηση αιτήσεων των υποψηφίων στο πλαίσιο του προγράμματος «Απόκτηση Ακαδημαϊκής Διδακτικής Εμπειρίας σε Νέους Επιστήμονες Κατόχους Διδακτορικού εαρινού εξαμήνου ακαδ. έτους 2024-2025» στο Πανεπιστήμιο Δυτικής Αττικής.

Παρακαλούμε για τις δικές σας ενέργειες .



Ο Πρόεδρος του Τμήματος

Ιωάννης Σαλμόν  
Αναπλ. Καθηγητής

Πρακτικό Συνέλευσης Τμήματος  
No 3/05.02.01.2025

Συνήλθε σήμερα, 5 Φεβρουαρίου 2025, ημέρα Τετάρτη και ώρα 11:30, η Συνέλευση του Τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων, μέσω τηλεδιάσκεψης, μετά από τη με αριθμ. πρωτ. Φ3/ 8606/31.01.2025 πρόσκληση του Προέδρου του Τμήματος, Αναπληρωτή Καθηγητή, κ. Ιωάννη Σαλμόν.

Παρόντες από τα μέλη είναι:

1. Αναγνωστοπούλου Γεωργία, Λέκτορας Εφαρμογών
2. Γιαννόπουλος Γεώργιος, Επίκουρος Καθηγητής
3. Γκίκας Γρηγόριος, Καθηγητής
4. Γιοβάνης Απόστολος, Καθηγητής
5. Δρόσος Δημήτριος, Αναπληρωτής Καθηγητής
6. Κάργας Αντώνιος, Επίκουρος Καθηγητής
7. Κομισόπουλος Φαίδων, Επίκουρος Καθηγητής
8. Κυτάγιας Χρήστος, Αναπληρωτής Καθηγητής
9. Λουκέρης Νικόλαος, Επίκουρος Καθηγητής
10. Μάνθος Απόστολος, Επίκουρος Καθηγητής
11. Νταλιάνης Κλήμης, Καθηγητής
12. Παπακυριακόπουλος Δημήτριος, Επίκουρος Καθηγητής
13. Πιερράκος Γεώργιος, Καθηγητής
14. Ριζομυλιώτης Ιωάννης, Αναπληρωτής Καθηγητής
15. Σαλμόν Ιωάννης, Αναπληρωτής Καθηγητής
16. Σεπετής Αναστάσιος, Επίκουρος Καθηγητής
17. Σίμος Δημήτριος, Λέκτορας Εφαρμογών
18. Σπυριδάκος Αθανάσιος, Καθηγητής
19. Στράνης Δημήτριος, Καθηγητής
20. Τσιριντάνη Μαρία, Καθηγήτρια
21. Τσότσολας Νικόλαος, Αναπληρωτής Καθηγητής

Απουσιάζουν οι κ.κ.:

1. Αμίσης Γαβριήλ, Καθηγητής
2. Ασωνίτου Σοφία, Καθηγήτρια
3. Γιαννάς Πρόδρομος, Καθηγητής
4. Γούλα Ασπασία, Καθηγήτρια
5. Ζωντήρος Δημήτριος, Λέκτορας Εφαρμογών
6. Κάβουρα Ανδρονίκη, Καθηγήτρια
7. Καλλιβωκάς Δημήτριος, Επίκουρος Καθηγητής
8. Νόβας Δημήτριος, Λέκτορας Εφαρμογών
9. Σαχινίδης Αλέξανδρος, Καθηγητής



10. Ψαρομήλιγκος Ιωάννης, Καθηγητής  
11. Γκίκα Ελένη, Ε.ΔΙ.Π

Χρέη γραμματέα ασκεί η κα Μ. Παπαμιχαήλ, διοικητικός υπάλληλος, κλάδου Τ.Ε. Διοικητικού-Λογιστικού, Προϊσταμένη Γραμματείας τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων.

**Θέμα 8<sup>ο</sup>: Αξιολόγηση αιτήσεων υποψηφίων στο πλαίσιο υλοποίησης της Πράξης με τίτλο «Απόκτηση Ακαδημαϊκής Διδακτικής Εμπειρίας σε Νέους Επιστήμονες κατόχους Διδακτορικού», εαρινού εξαμήνου ακαδ. έτους 2024 – 2025.**

Η Συνέλευση του Τμήματος, αφού έλαβε υπόψη το με αριθμ. πρωτ. 9744/03.02.2025 πρακτικό της Επιτροπής αξιολόγησης υποψηφίων στο πλαίσιο υλοποίησης της πράξης «Απόκτηση Ακαδημαϊκής Διδακτικής Εμπειρίας σε Νέους Επιστήμονες κατόχους Διδακτορικού», η οποία ορίστηκε με τη με αριθμ. 33/27.11.2024 απόφαση Συνέλευσης, **ομόφωνα αποφασίζει, εγκρίνει τους πίνακες αξιολόγησης των υποψηφίων, ως ακολούθως:**

**Α) Κρίση αιτήσεων - Αίτηση υποψηφιότητας για τη θέση 61**  
Αρ. Πρωτοκόλλου: ΔΙΕ19

Για τη θέση 61 του επιστημονικού πεδίου ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ με αριθμό πρωτοκόλλου ΔΙΕ19. Σύμφωνα με την επιστημονική άποψη της επιτροπής και τα προσκομισθέντα στοιχεία, ο/η υποψήφιος/φια συγκεντρώνει την κάτωθι βαθμολογία, γεγονός που καθιστά δυνατή την ανάληψη της διδασκαλίας καθώς σύμφωνα με τους πίνακες που ακολουθούν, έχει τα τυπικά και ουσιαστικά προσόντα για την κατάληψη της θέσης. Συγκεκριμένα, ο/η υποψήφιος/φια έχει λάβει το διδακτορικό κατά το διάστημα που απαιτεί ο νόμος, δεν υπερβαίνει τα 5 ακαδημαϊκά εξάμηνα έργου σε ΑΕΙ (έχει 1 εξάμηνο μετά τη λήψη του διδακτορικού), έχει καταθέσει σχεδιάγραμμα διδασκαλίας (που έχει συνάφεια, είναι καινοτόμο, έχει οργανώσει την ύλη, έχει υποβάλει τις δηλώσεις).

**ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΠΟΚΛΕΙΣΜΟΥ**

1	Εμπρόθεσμη Υποβολή Πλήρους Αίτησης Υποψηφιότητας	ΝΑΙ
2	Λήψη διδακτορικού τίτλου μετά την 01.01.2014 (με Βεβαίωση για την ημερομηνία επιτυχούς υποστήριξης)	ΝΑΙ
3	Υποβολή αναλυτικού Βιογραφικού Σημειώματος (με όλα τα τεκμήρια)	ΝΑΙ
4	Σύνδεσμος της αναρτημένης στο ΕΚΤ Διδακτορικής Διατριβής, όπου απαιτείται (σύμφωνα με τις διατάξεις του Ν.1566/1985 αρ.70 παρ.15) ή Πλήρες κείμενο της διδακτορικής διατριβής	ΝΑΙ
5	Για τις περιπτώσεις διδακτορικών τίτλων από Ιδρύματα της αλλοδαπής απαιτείται αναγνώριση από το ΔΟΑΤΑΠ (ή ακολουθείται η διαδικασία όπως αποτυπώνεται στην παρ. 2	Δεν απαιτείται

	των Δικαιολογητικών Υποβολής Αίτησης Εκδήλωσης Ενδιαφέροντος)	
6	Σωρευτική άσκηση αυτοδύναμου διδακτικού έργου σε Α.Ε.Ι. που δεν υπερβαίνει τα 5 ακαδημαϊκά εξάμηνα (συμπεριλαμβανομένου και του χειμερινού εξαμήνου του ακαδημαϊκού έτος 2024-2025)	ΝΑΙ
7	Υποβολή σχεδιαγράμματος διδασκαλίας για καθένα από τα μαθήματα της θέσης του γνωστικού αντικειμένου	ΝΑΙ
8	Υποβολή πλήρως συμπληρωμένων και υπογεγραμμένων Υπεύθυνων Δηλώσεων σύμφωνα με τα πρότυπα που επισυνάπτονται	ΟΧΙ (δεν υποβλήθηκε μία εκ των ΥΔ)

Σύμφωνα με τη γνώμη της επιτροπής ο / η υποψήφιος με αριθ. πρωτοκόλλου ΔΙΕ19 δεν προσκόμισε το δικαιολογητικό 8 (ΥΔ σχετικά με τη σώρευση των ενισχύσεων ήσσονος σημασίας) και ως εκ τούτου αποκλείεται από την αξιολόγηση για τη θέση με κωδικό 61.

#### **Β)Κρίση αιτήσεων - ΚΩΔΙΚΟΣ ΘΕΣΗΣ 63 (ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ)**

Για τη θέση 63 του επιστημονικού πεδίου «**ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ/ΔΙΕΘΝΕΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ**», κατατέθηκαν δυο (2) αιτήσεις. Συγκεκριμένα, οι υποψήφιοι/ες πληρούν τις προϋποθέσεις που αφορούν στην πρόσκληση για την "Απόκτηση Ακαδημαϊκής Διδακτικής Εμπειρίας σε Νέους Επιστήμονες κατόχους Διδακτορικού» ακαδ. έτους 2024-2025 και καλύπτουν όλα τα κριτήρια αποκλεισμού (1-8).

Σύμφωνα με την επιστημονική άποψη της επιτροπής και τα προσκομισθέντα στοιχεία, οι υποψήφιοι λαμβάνουν την παρακάτω βαθμολογία για την οποία καταγράφεται άμεσα και η αντίστοιχη αιτιολόγηση για καθέναν/ καθεμία εξ αυτών:

#### **ΥΠΟΨΗΦΙΟΣ/Α: ΔΙΕ18**

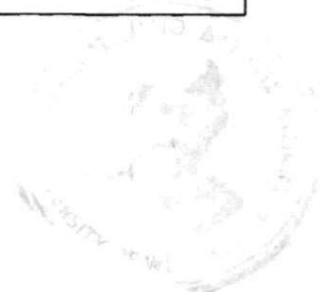
#### **ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΠΟΚΛΕΙΣΜΟΥ**

1	Εμπρόθεσμη Υποβολή Πλήρους Αίτησης Υποψηφιότητας	ΝΑΙ
2	Λήψη διδακτορικού τίτλου μετά την 01.01.2014 (με Βεβαίωση για την ημερομηνία επιτυχούς υποστήριξης)	ΝΑΙ
3	Υποβολή αναλυτικού Βιογραφικού Σημειώματος (με όλα τα τεκμήρια)	ΝΑΙ
4	Σύνδεσμος της αναρτημένης στο ΕΚΤ Διδακτορικής Διατριβής, όπου απαιτείται (σύμφωνα με τις διατάξεις του Ν.1566/1985 αρ.70 παρ.15) ή Πλήρες κείμενο της διδακτορικής διατριβής	ΝΑΙ
5	Για τις περιπτώσεις διδακτορικών τίτλων από Ιδρύματα της αλλοδαπής απαιτείται αναγνώριση από το ΔΟΑΤΑΠ (ή ακολουθείται η διαδικασία όπως αποτυπώνεται στην παρ. 2 των Δικαιολογητικών Υποβολής Αίτησης Εκδήλωσης Ενδιαφέροντος)	ΝΑΙ
6	Σωρευτική άσκηση αυτοδύναμου διδακτικού έργου σε Α.Ε.Ι. που δεν υπερβαίνει τα 5 ακαδημαϊκά εξάμηνα	ΝΑΙ

	(συμπεριλαμβανομένου και του χειμερινού εξαμήνου του ακαδημαϊκού έτος 2024-2025)	
7	Υποβολή σχεδιαγράμματος διδασκαλίας για καθένα από τα μαθήματα της θέσης του γνωστικού αντικειμένου	ΝΑΙ
8	Υποβολή πλήρως συμπληρωμένων και υπογεγραμμένων Υπεύθυνων Δηλώσεων σύμφωνα με τα πρότυπα που επισυνάπτονται	ΝΑΙ

Κριτήρια Αξιολόγησης		Μονάδες Βαθμολόγησης
<b>A. Βιογραφικό σημείωμα υποψηφίου-υποψήφιας, το οποίο αναλύεται στα ακόλουθα:</b>		
A1	<p><b>Αιτιολόγηση:</b> Το διδακτορικό αυτό είναι άμεσα σχετικό με το γνωστικό αντικείμενο «Μάρκετινγκ», καθώς επικεντρώνεται στην έννοια της επωνυμίας μιας χώρας (nation branding) και τη σχέση της με την ανταγωνιστικότητα στο παγκόσμιο περιβάλλον. Η διαχείριση επωνυμίας είναι κεντρική για το μάρκετινγκ, ιδιαίτερα όταν πρόκειται για το nation branding, το οποίο αφορά την εικόνα και τη φήμη μιας χώρας διεθνώς. Το να κατανοήσουμε πώς η αξία της επωνυμίας μιας χώρας μπορεί να επηρεάσει την ανταγωνιστικότητά της είναι ένα ζήτημα που συνδέεται με στρατηγικές μάρκετινγκ, καθώς ενσωματώνει τη διαχείριση της φήμης και της δημόσιας αντίληψης, στοιχεία που είναι κρίσιμα για τη δημιουργία αξίας και την προσέλκυση επενδύσεων, τουρισμού και επιχειρηματικών συνεργασιών. Επιπλέον, η ανάλυση του ρόλου των πόρων μιας χώρας εντάσσεται στη στρατηγική μάρκετινγκ, καθώς αυτοί οι πόροι μπορούν να αποτελέσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα που ενισχύει τη θέση της χώρας στην παγκόσμια αγορά. Συνολικά, η διατριβή αυτή εξετάζει σημαντικές έννοιες και στρατηγικές που ανήκουν στη σφαίρα όσων μελετά το Μάρκετινγκ.</p>	20
A2	<p><b>Αιτιολόγηση:</b> Σύμφωνα με τα στοιχεία που έχε υποβάλλει ο/η υποψήφιος/α</p> <p>3 δημοσιεύσεις σε επιστημονικά περιοδικά με σύστημα κριτών: 3 x 3 =9 μόρια</p> <p>15 δημοσιεύσεις εκ των οποίων οι 10 είναι συναφείς και δημοσιεύονται σε πρακτικά διεθνών συνεδρίων : 10 x 2 = 20 μόρια</p>	29

A3	<p><b>Αιτιολόγηση:</b> Μεταδιδάκτορας σε θέμα συναφές: <b>Exploring sustainable place branding: place brand sustainability through the lens of brand love</b>, από 12/2023</p>	1,5
<b>Συνολική Βαθμολογία Κριτηρίου A</b>		<b>50,5</b>
<b>B. Σχεδιάγραμμα Διδασκαλίας όλων των μαθημάτων της Θέσης (ανά γνωστικό αντικείμενο), το οποίο αναλύεται στα ακόλουθα:</b>		
B1	<p><b>Αιτιολόγηση:</b> Το προτεινόμενο σχεδιάγραμμα για το μάθημα "<b>Στρατηγικό Μάρκετινγκ</b>" είναι απόλυτα ευθυγραμμισμένο με το αντικείμενο της διδασκαλίας, καθώς εστιάζει στις βασικές στρατηγικές αποφάσεις που λαμβάνουν τα στελέχη μάρκετινγκ για τη διαμόρφωση και την υλοποίηση σχεδίων μάρκετινγκ. Καλύπτει αναλυτικά τα εργαλεία στρατηγικού σχεδιασμού, όπως η ανάλυση SWOT και PESTEL, η τμηματοποίηση της αγοράς και η δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Παράλληλα, δίνει έμφαση στην ανάλυση ανταγωνισμού και στην αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας των στρατηγικών επιλογών. Μέσα από μελέτες περιπτώσεων και την ανάπτυξη στρατηγικών σχεδίων μάρκετινγκ, οι φοιτητές αποκτούν πρακτική κατανόηση του αντικειμένου, συνδέοντας τη θεωρία με την εφαρμογή.</p> <p>Το προτεινόμενο σχεδιάγραμμα για το μάθημα "<b>Διεθνές Μάρκετινγκ</b>" είναι εξίσου συναφές με το πεδίο, καθώς επικεντρώνεται στην κατανόηση του διεθνούς επιχειρηματικού περιβάλλοντος και των παραγόντων που διαμορφώνουν τη στρατηγική μιας επιχείρησης στις ξένες αγορές. Εξετάζει θέματα όπως η ανάλυση διεθνών αγορών, η αγοραστική συμπεριφορά σε διαφορετικά πολιτισμικά πλαίσια και η ανάπτυξη στρατηγικών διεθνούς μάρκετινγκ. Ιδιαίτερη σημασία δίνεται στη χρήση ερευνητικών δεδομένων για τη λήψη αποφάσεων και στη διαμόρφωση στρατηγικών εισόδου σε ξένες αγορές. Μέσω της εργαστηριακής προσέγγισης, οι φοιτητές εξασκούνται στη δημιουργία σχεδίων διεθνούς μάρκετινγκ, κατανοώντας τη σημασία της προσαρμογής στις τοπικές συνθήκες και τη διαχείριση των προκλήσεων της διεθνούς επιχειρηματικής δραστηριότητας.</p>	10

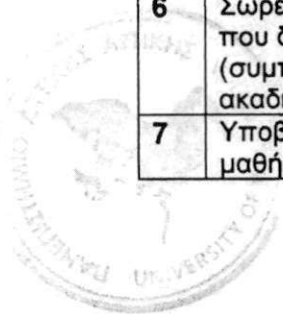


B2	<p><b>Αιτιολόγηση:</b> Τα δύο προτεινόμενα σχεδιαγράμματα διδασκαλίας, αξιοποιούν σύγχρονες και καινοτόμες μεθοδολογίες και θεωρίες, ενσωματώνοντας πρόσφατη βιβλιογραφία. Παράλληλα, η βιβλιογραφία εστιάζει στις νέες τεχνολογίες και τη στρατηγική διαχείριση της εμπειρίας πελάτη, συμβαδίζοντας με τις σύγχρονες απαιτήσεις του μάρκετινγκ.</p>	9
B3	<p>Δομή, οργάνωση, κατανομή ύλης</p> <p><b>Αιτιολόγηση:</b> Και τα δύο προτεινόμενα σχεδιαγράμματα διδασκαλίας, παρουσιάζουν μια δομημένη και οργανωμένη κατανομή της ύλης, που ευθυγραμμίζεται με τους μαθησιακούς στόχους των μαθημάτων. Η ύλη κατανέμεται με τρόπο που επιτρέπει την σταδιακή εμβάθυνση στις βασικές θεωρίες και πρακτικές, ενώ παράλληλα προσφέρει ένα ισορροπημένο συνδυασμό θεωρητικού και πρακτικού περιεχομένου. Και στα δύο μαθήματα, η σαφής κατανομή των θεματικών ενοτήτων και η ενσωμάτωση πρακτικών εφαρμογών ενισχύουν την κατανόηση και την εφαρμογή των εννοιών.</p>	9
<b>Συνολική Βαθμολογία Κριτηρίου B</b>		<b>28</b>
<b>Συνολική Βαθμολογία Κριτηρίου A&amp;B</b>		<b>78,5</b>
<b>* Συνολική Βαθμολογία Κριτηρίων A&amp;B ≥ 30</b>		

#### ΥΠΟΨΗΦΙΟΣ/Α: ΔΙΕ20

#### ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΠΟΚΛΕΙΣΜΟΥ

1	Εμπρόθεσμη Υποβολή Πλήρους Αίτησης Υποψηφιότητας	NAI
2	Λήψη διδακτορικού τίτλου μετά την 01.01.2014 (με Βεβαίωση για την ημερομηνία επιτυχούς υποστήριξης)	NAI
3	Υποβολή αναλυτικού Βιογραφικού Σημειώματος (με όλα τα τεκμήρια)	NAI
4	Σύνδεσμος της αναρτημένης στο ΕΚΤ Διδακτορικής Διατριβής, όπου απαιτείται (σύμφωνα με τις διατάξεις του Ν.1566/1985 αρ.70 παρ.15) ή Πλήρες κείμενο της διδακτορικής διατριβής	NAI
5	Για τις περιπτώσεις διδακτορικών τίτλων από Ιδρύματα της αλλοδαπής απαιτείται αναγνώριση από το ΔΟΑΤΑΠ (ή ακολουθείται η διαδικασία όπως αποτυπώνεται στην παρ. 2 των Δικαιολογητικών Υποβολής Αίτησης Εκδήλωσης Ενδιαφέροντος)	NAI
6	Σωρευτική άσκηση αυτοδύναμου διδακτικού έργου σε Α.Ε.Ι. που δεν υπερβαίνει τα 5 ακαδημαϊκά εξάμηνα (συμπεριλαμβανομένου και του χειμερινού εξαμήνου του ακαδημαϊκού έτος 2024-2025)	NAI
7	Υποβολή σχεδιαγράμματος διδασκαλίας για καθένα από τα μαθήματα της θέσης του γνωστικού αντικείμενου	NAI



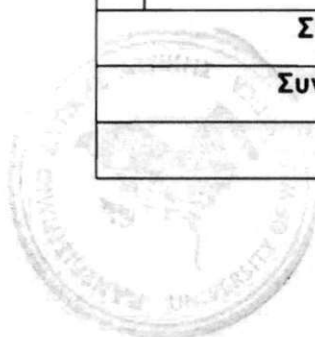
8	Υποβολή πλήρως συμπληρωμένων και υπογεγραμμένων Υπεύθυνων Δηλώσεων σύμφωνα με τα πρότυπα που επισυνάπτονται	ΝΑΙ
---	---	-----

Κριτήρια Αξιολόγησης		Μονάδες Βαθμολόγησης
<b>A. Βιογραφικό σημείωμα υποψηφίου-υποψήφιας, το οποίο αναλύεται στα ακόλουθα:</b>		
A1	<b>Αιτιολόγηση:</b> Το συγκεκριμένο διδακτορικό σχετίζεται με το γνωστικό αντικείμενο του Μάρκετινγκ, καθώς εστιάζει στην επίδραση περιβαλλοντικών ερεθισμάτων, όπως η μουσική και τα αρώματα, στη συμπεριφορά των καταναλωτών. Η ανάλυση του πώς τα «musicscapes» και «scentscapes» επηρεάζουν γνωστικές, συναισθηματικές και συμπεριφορικές αντιδράσεις, συνδέεται άμεσα με τη στρατηγική διαχείριση της εμπειρίας πελατών και της ατμόσφαιρας που δημιουργούν οι επιχειρήσεις για να επηρεάσουν τις καταναλωτικές επιλογές και τις αγορές τους. Αυτό είναι κεντρικό για το μάρκετινγκ, καθώς οι marketers συχνά σχεδιάζουν εμπειρίες που στοχεύουν να επηρεάσουν τις αντιλήψεις και τις αγοραστικές αποφάσεις των καταναλωτών. Ωστόσο, η διατριβή εστιάζει κυρίως στις γνωστικές και νευροεπιστημονικές αντιδράσεις των καταναλωτών μέσω της μεθόδου του ηλεκτροεγκεφαλογραφήματος (EEG), κάτι που την τοποθετεί στο πεδίο του νευρομάρκετινγκ. Το νευρομάρκετινγκ είναι ένας αναπτυσσόμενος κλάδος του μάρκετινγκ, συνεπώς, η διατριβή έχει σχέση με το μάρκετινγκ, ειδικά στο κομμάτι της εμπειρίας καταναλωτών και της ατμόσφαιρας (servicescapes), αλλά δεν καλύπτει ολόκληρο το φάσμα των στρατηγικών και τακτικών του μάρκετινγκ.	20
A2	<b>Αιτιολόγηση:</b> Σύμφωνα με τα στοιχεία που έχει υποβάλει ο/η υποψήφιος/α έχει : 12 δημοσιεύσεις εκ των οποίων οι 7 είναι συναφείς και δημοσιεύονται σε πρακτικά διεθνών συνεδρίων : $7 \times 2 = 14$ μόρια	14
A3	<b>Αιτιολόγηση:</b> Μεταδιδάκτορας σε θέμα συναφές: <i>Η χρήση της νευροεπιστήμης (neuroscience) στη διερεύνηση της βιώσιμης στρατηγικής ανάπτυξης τόπων (sustainable place branding)</i> , από 12/2023	1,5
<b>Συνολική Βαθμολογία Κριτηρίου A</b>		<b>35,5</b>





<b>B. Σχεδιάγραμμα Διδασκαλίας όλων των μαθημάτων της Θέσης (ανά γνωστικό αντικείμενο), το οποίο αναλύεται στα ακόλουθα:</b>	
<b>B1</b>	<p><b>Αιτιολόγηση:</b></p> <p>Το προτεινόμενο σχεδιάγραμμα για το μάθημα "<b>Στρατηγικό Μάρκετινγκ</b>" είναι απόλυτα συναφές με το αντικείμενο της διδασκαλίας, καθώς εξετάζει τη διαδικασία χάραξης στρατηγικής από τις επιχειρήσεις, από την ανάλυση των αναγκών των καταναλωτών και του ανταγωνισμού έως την ανάπτυξη στρατηγικών τοποθέτησης και διαχείρισης μάρκας. Το μάθημα δίνει έμφαση στη σημασία της στρατηγικής μάρκετινγκ για την επιβίωση και την ανάπτυξη των επιχειρήσεων στη σύγχρονη παγκοσμιοποιημένη αγορά, ενώ χρησιμοποιεί θεωρητικά και πρακτικά εργαλεία, όπως η ανάλυση αγοράς-στόχου, οι μέθοδοι διάθεσης και η τιμολογιακή πολιτική. Παράλληλα, η χρήση οπτικοακουστικών μέσων, gamification και εργασιών ενισχύει τη διαδραστικότητα και τη βιωματική μάθηση.</p> <p>Το προτεινόμενο σχεδιάγραμμα για το μάθημα "<b>Διεθνές Μάρκετινγκ</b>" είναι εξίσου σχετικό, καθώς επικεντρώνεται στις διαδικασίες διεθνοποίησης επιχειρήσεων, καλύπτοντας θέματα όπως η επιλογή ξένων αγορών, η στρατηγική εισόδου, η τμηματοποίηση και η διαχείριση των κινδύνων που προκύπτουν στο διεθνές περιβάλλον. Ιδιαίτερη σημασία δίνεται στην κατανόηση των προκλήσεων της παγκοσμιοποίησης, της ανάλυσης του διεθνούς ανταγωνισμού και της αξιοποίησης πληροφοριών για τον σχεδιασμό στρατηγικής διεθνούς μάρκετινγκ. Το μάθημα υπογραμμίζει επίσης τη σημασία του ψηφιακού μάρκετινγκ στις διεθνείς συναλλαγές, συνδέοντας τη θεωρία με την πρακτική μέσω μελετών περιπτώσεων και εργαστηριακών δραστηριοτήτων.</p>
<b>B2</b>	<p><b>Αιτιολόγηση:</b> Και τα δύο σχεδιαγράμματα αξιοποιούν σύγχρονες θεωρίες που είναι κεντρικές για τα αντικείμενα που διδάσκουν και κατάλληλες μεθοδολογίες. Παράλληλα, υπάρχει εστίαση στα εργαλεία που χρησιμοποιούνται. Και τα δύο μαθήματα είναι ενημερωμένα με τις τελευταίες εξελίξεις στον τομέα τους και προωθούν την εφαρμογή τους σε πραγματικά επιχειρηματικά περιβάλλοντα.</p>
<b>B3</b>	<p><b>Αιτιολόγηση:</b> Η δομή και η κατανομή της ύλης στα δύο μαθήματα είναι καλά οργανωμένη και επιτρέπουν μια σταδιακή και λογική προσέγγιση της γνώσης. Και στα δύο μαθήματα, η προσέγγιση της θεωρίας και της πρακτικής εφαρμογής μέσω μελετών περιπτώσεων και ομαδικών εργασιών ενισχύει την ενεργό συμμετοχή των φοιτητών.</p>
<b>Συνολική Βαθμολογία Κριτηρίου B</b>	
<b>Συνολική Βαθμολογία Κριτηρίου A&amp;B</b>	
<b>* Συνολική Βαθμολογία Κριτηρίων A&amp;B ≥ 30</b>	



Σύμφωνα με την επιστημονική κρίση από την Επιτροπή Αξιολόγησης, δημιουργείται Πίνακας κατάταξης των υποψηφίων με βάση την αξιολόγησή τους σε σχέση τα τυπικά και ουσιαστικά προσόντα για τη διδασκαλία του γνωστικού αντικειμένου «ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ».

<b>ΠΙΝΑΚΑΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΥΠΟΨΗΦΙΩΝ ΓΙΑ ΤΗ ΘΕΣΗ 63 «ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ»</b>	
<b>ΥΠΟΨΗΦΙΟΣ/Α</b>	<b>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ</b>
ΔΙΕ18	ΕΧΕΙ ΤΑ ΤΥΠΙΚΑ ΚΑΙ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΝΕΙ <b>78,5 ΜΟΝΑΔΕΣ</b>
ΔΙΕ20	ΕΧΕΙ ΤΑ ΤΥΠΙΚΑ ΚΑΙ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΝΕΙ <b>63,5 ΜΟΝΑΔΕΣ</b>

<b>ΠΙΝΑΚΑΣ ΚΑΤΑΤΑΞΗΣ ΥΠΟΨΗΦΙΩΝ ΓΙΑ ΤΗ ΘΕΣΗ 63 «ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ»</b>	
<b>ΚΑΤΑΤΑΞΗ</b>	<b>ΥΠΟΨΗΦΙΟΣ/Α</b>
1	ΔΙΕ18
2	ΔΙΕ20

Επισημαίνεται ότι για τη θέση 62, δεν υποβλήθηκαν αιτήσεις υποψηφιότητας.

Άλλο θέμα δεν υπάρχει και το παρόν πρακτικό επικυρώνεται αυθημερόν.

Ο Πρόεδρος

Η Γραμματέας

Τα Μέλη

Ακριβές Απόσπασμα  
Η Προϊσταμένη Γραμματείας

Μ. Παπαμιχαήλ

Προς τη  
ΣΥΝΕΛΕΥΣΗ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ  
ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

31/1/2025

Συνήλθε σήμερα Παρασκευή 31/1/2025 και ώρα 10:00 π.μ. η επιτροπή όπως ορίστηκε από τη Συνέλευση Τμήματος σχετικά με την κρίση των αιτήσεων για την "Απόκτηση Ακαδημαϊκής Διδακτικής Εμπειρίας σε Νέους Επιστήμονες κατόχους Διδακτορικού» ακαδ. έτους 2024-2025", αποτελούμενη από την κα Σοφία Ασωνίτου, κο Νικόλαο Τσότσολα και κο Ιωάννη Ριζομυλιώτη.

Θέματα για τα οποία η επιτροπή εισηγήθηκε προς τη συνέλευση του Τμήματος ομόφωνα

**Α) Κρίση αιτήσεων - Αίτηση υποψηφιότητας για τη θέση 61**  
Αρ. Πρωτοκόλλου: ΔΙΕ19

Για τη θέση 61 του επιστημονικού πεδίου ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ με αριθμό πρωτοκόλλου ΔΙΕ19. Σύμφωνα με την επιστημονική άποψη της επιτροπής και τα προσκομισθέντα στοιχεία, ο/η υποψήφιος/φια συγκεντρώνει την κάτωθι βαθμολογία, γεγονός που καθιστά δυνατή την ανάληψη της διδασκαλίας καθώς σύμφωνα με τους πίνακες που ακολουθούν, έχει τα τυπικά και ουσιαστικά προσόντα για την κατάληψη της θέσης. Συγκεκριμένα, ο/η υποψήφιος/φια έχει λάβει το διδακτορικό κατά το διάστημα που απαιτεί ο νόμος, δεν υπερβαίνει τα 5 ακαδημαϊκά εξάμηνα έργου σε ΑΕΙ (έχει 1 εξάμηνο μετά τη λήψη του διδακτορικού), έχει καταθέσει σχεδιάγραμμα διδασκαλίας (που έχει συνάφεια, είναι καινοτόμο, έχει οργανώσει την ύλη, έχει υποβάλει τις δηλώσεις).

**ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΠΟΚΛΕΙΣΜΟΥ**

1	Εμπρόθεσμη Υποβολή Πλήρους Αίτησης Υποψηφιότητας	ΝΑΙ
2	Λήψη διδακτορικού τίτλου μετά την 01.01.2014 (με Βεβαίωση για την ημερομηνία επιτυχούς υποστήριξης)	ΝΑΙ
3	Υποβολή αναλυτικού Βιογραφικού Σημειώματος (με όλα τα τεκμήρια)	ΝΑΙ
4	Σύνδεσμος της αναρτημένης στο ΕΚΤ Διδακτορικής Διατριβής, όπου απαιτείται (σύμφωνα με τις διατάξεις του Ν.1566/1985 αρ.70 παρ.15) ή Ιπλήρες κείμενο της διδακτορικής διατριβής	ΝΑΙ
5	Για τις περιπτώσεις διδακτορικών τίτλων από Ιδρύματα της αλλοδαπής απαιτείται αναγνώριση από το ΔΟΑΤΑΠ (ή ακολουθείται η διαδικασία όπως αποτυπώνεται στην παρ. 2 των Δικαιολογητικών Υποβολής Αίτησης Εκδήλωσης Ενδιαφέροντος)	Δεν απαιτείται
6	Σωρευτική άσκηση αυτοδύναμου διδακτικού έργου σε Α.Ε.Ι. που δεν υπερβαίνει τα 5 ακαδημαϊκά εξάμηνα (συμπεριλαμβανομένου και του χειμερινού εξαμήνου του ακαδημαϊκού έτος 2024-2025)	ΝΑΙ
7	Υποβολή σχεδιαγράμματος διδασκαλίας για καθένα από τα μαθήματα της θέσης του γνωστικού αντικείμενου	ΝΑΙ
8	Υποβολή πλήρως συμπληρωμένων και υπογεγραμμένων	ΟΧΙ (δεν

Υπεύθυνων Δηλώσεων σύμφωνα με τα πρότυπα που επισυνάπτονται	υποβλήθηκε μία εκ των ΥΔ)
---	---------------------------

Σύμφωνα με τη γνώμη της επιτροπής ο / η υποψήφιος με αριθ. πρωτοκόλλου ΔΙΕ19 δεν προσκόμισε το δικαιολογητικό 8 (ΥΔ σχετικά με τη σώρευση των ενισχύσεων ήσσονος σημασίας) και ως εκ τούτου αποκλείεται από την αξιολόγηση για τη θέση με κωδικό 61.

### Β)Κρίση αιτήσεων - ΚΩΔΙΚΟΣ ΘΕΣΗΣ 63 (ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ)

Για τη θέση 63 του επιστημονικού πεδίου «ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ/ΔΙΕΘΝΕΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ», κατατέθηκαν δυο (2) αιτήσεις. Συγκεκριμένα, οι υποψήφιοι/ες πληρούν τις προϋποθέσεις που αφορούν στην πρόσκληση για την "Απόκτηση Ακαδημαϊκής Διδακτικής Εμπειρίας σε Νέους Επιστήμονες κατόχους Διδακτορικού» ακαδ. έτους 2024-2025 και καλύπτουν όλα τα κριτήρια αποκλεισμού (1-8).

Σύμφωνα με την επιστημονική άποψη της επιτροπής και τα προσκομισθέντα στοιχεία, οι υποψήφιοι λαμβάνουν την παρακάτω βαθμολογία για την οποία καταγράφεται άμεσα και η αντίστοιχη αιτιολόγηση για καθέναν/ καθεμία εξ αυτών:

#### ΥΠΟΨΗΦΙΟΣ/Α: ΔΙΕ18

#### ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΠΟΚΛΕΙΣΜΟΥ

1	Εμπρόθεσμη Υποβολή Πλήρους Αίτησης Υποψηφιότητας	ΝΑΙ
2	Λήψη διδακτορικού τίτλου μετά την 01.01.2014 (με Βεβαίωση για την ημερομηνία επιτυχούς υποστήριξης)	ΝΑΙ
3	Υποβολή αναλυτικού Βιογραφικού Σημειώματος (με όλα τα τεκμήρια)	ΝΑΙ
4	Σύνδεσμος της αναρτημένης στο ΕΚΤ Διδακτορικής Διατριβής, όπου απαιτείται (σύμφωνα με τις διατάξεις του Ν.1566/1985 αρ.70 παρ.15) ή Πλήρες κείμενο της διδακτορικής διατριβής	ΝΑΙ
5	Για τις περιπτώσεις διδακτορικών τίτλων από Ιδρύματα της αλλοδαπής απαιτείται αναγνώριση από το ΔΟΑΤΑΠ (ή ακολουθείται η διαδικασία όπως αποτυπώνεται στην παρ. 2 των Δικαιολογητικών Υποβολής Αίτησης Εκδήλωσης Ενδιαφέροντος)	ΝΑΙ
6	Σωρευτική άσκηση αυτοδύναμου διδακτικού έργου σε Α.Ε.Ι. που δεν υπερβαίνει τα 5 ακαδημαϊκά εξάμηνα (συμπεριλαμβανομένου και του χειμερινού εξαμήνου του ακαδημαϊκού έτος 2024-2025)	ΝΑΙ
7	Υποβολή σχεδιαγράμματος διδασκαλίας για καθένα από τα μαθήματα της θέσης του γνωστικού αντικείμενου	ΝΑΙ
8	Υποβολή πλήρως συμπληρωμένων και υπογεγραμμένων Υπεύθυνων Δηλώσεων σύμφωνα με τα πρότυπα που επισυνάπτονται	ΝΑΙ

Κριτήρια Αξιολόγησης	Μονάδες Βαθμολόγησης
<b>A. Βιογραφικό σημείωμα υποψηφίου-υποψήφιας, το οποίο αναλύεται στα ακόλουθα:</b>	
<p><b>A1</b> <u>Αιτιολόγηση:</u> Το διδακτορικό αυτό είναι άμεσα σχετικό με το γνωστικό αντικείμενο «Μάρκετινγκ», καθώς επικεντρώνεται στην έννοια της επωνυμίας μιας χώρας (nation branding) και τη σχέση της με την ανταγωνιστικότητα στο παγκόσμιο περιβάλλον. Η διαχείριση επωνυμίας είναι κεντρική για το μάρκετινγκ, ιδιαίτερα όταν πρόκειται για το nation branding, το οποίο αφορά την εικόνα και τη φήμη μιας χώρας διεθνώς. Το να κατανοήσουμε πώς η αξία της επωνυμίας μιας χώρας μπορεί να επηρεάσει την ανταγωνιστικότητά της είναι ένα ζήτημα που συνδέεται με στρατηγικές μάρκετινγκ, καθώς ενσωματώνει τη διαχείριση της φήμης και της δημόσιας αντίληψης, στοιχεία που είναι κρίσιμα για τη δημιουργία αξίας και την προσέλκυση επενδύσεων, τουρισμού και επιχειρηματικών συνεργασιών. Επιπλέον, η ανάλυση του ρόλου των πόρων μιας χώρας εντάσσεται στη στρατηγική μάρκετινγκ, καθώς αυτοί οι πόροι μπορούν να αποτελέσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα που ενισχύει τη θέση της χώρας στην παγκόσμια αγορά. Συνολικά, η διατριβή αυτή εξετάζει σημαντικές έννοιες και στρατηγικές που ανήκουν στη σφαίρα όσων μελετά το Μάρκετινγκ.</p>	20
<p><b>A2</b> <u>Αιτιολόγηση:</u> Σύμφωνα με τα στοιχεία που έχε υποβάλλει ο/η υποψήφιος/α</p> <p>3 δημοσιεύσεις σε επιστημονικά περιοδικά με σύστημα κριτών: 3 x 3 =9 μόρια</p> <p>15 δημοσιεύσεις εκ των οποίων οι 10 είναι συναφείς και δημοσιεύονται σε πρακτικά διεθνών συνεδρίων : 10 x 2 = 20 μόρια</p>	29
<p><b>A3</b> <u>Αιτιολόγηση:</u> Μεταδιδάκτορας σε θέμα συναφές: <b>Exploring sustainable place branding: place brand sustainability through the lens of brand love</b>, από 12/2023</p>	1,5
<b>Συνολική Βαθμολογία Κριτηρίου A</b>	<b>50,5</b>
<b>B. Σχεδιάγραμμα Διδασκαλίας όλων των μαθημάτων της Θέσης (ανά γνωστικό αντικείμενο), το οποίο αναλύεται στα ακόλουθα:</b>	
<p><b>B1</b> <u>Αιτιολόγηση:</u> Το προτεινόμενο σχεδιάγραμμα για το μάθημα "Στρατηγικό Μάρκετινγκ" είναι απόλυτα ευθυγραμμισμένο με το αντικείμενο της διδασκαλίας, καθώς εστιάζει στις βασικές στρατηγικές αποφάσεις που λαμβάνουν τα στελέχη μάρκετινγκ για τη διαμόρφωση και την υλοποίηση σχεδίων</p>	10

	<p>μάρκετινγκ. Καλύπτει αναλυτικά τα εργαλεία στρατηγικού σχεδιασμού, όπως η ανάλυση SWOT και PESTEL, η τμηματοποίηση της αγοράς και η δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Παράλληλα, δίνει έμφαση στην ανάλυση ανταγωνισμού και στην αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας των στρατηγικών επιλογών. Μέσα από μελέτες περιπτώσεων και την ανάπτυξη στρατηγικών σχεδίων μάρκετινγκ, οι φοιτητές αποκτούν πρακτική κατανόηση του αντικειμένου, συνδέοντας τη θεωρία με την εφαρμογή.</p> <p>Το προτεινόμενο σχεδιάγραμμα για το μάθημα "Διεθνές Μάρκετινγκ" είναι εξίσου συναφές με το πεδίο, καθώς επικεντρώνεται στην κατανόηση του διεθνούς επιχειρηματικού περιβάλλοντος και των παραγόντων που διαμορφώνουν τη στρατηγική μιας επιχείρησης στις ξένες αγορές. Εξετάζει θέματα όπως η ανάλυση διεθνών αγορών, η αγοραστική συμπεριφορά σε διαφορετικά πολιτισμικά πλαίσια και η ανάπτυξη στρατηγικών διεθνούς μάρκετινγκ. Ιδιαίτερη σημασία δίνεται στη χρήση ερευνητικών δεδομένων για τη λήψη αποφάσεων και στη διαμόρφωση στρατηγικών εισόδου σε ξένες αγορές. Μέσω της εργαστηριακής προσέγγισης, οι φοιτητές εξασκούνται στη δημιουργία σχεδίων διεθνούς μάρκετινγκ, κατανοώντας τη σημασία της προσαρμογής στις τοπικές συνθήκες και τη διαχείριση των προκλήσεων της διεθνούς επιχειρηματικής δραστηριότητας.</p>	
B2	<p><b>Αιτιολόγηση:</b> Τα δύο προτεινόμενα σχεδιαγράμματα διδασκαλίας αξιοποιούν σύγχρονες και καινοτόμες μεθοδολογίες και θεωρίες ενσωματώνοντας πρόσφατη βιβλιογραφία. Παράλληλα, η βιβλιογραφία εστιάζει στις νέες τεχνολογίες και τη στρατηγική διαχείριση της εμπειρίας πελάτη, συμβαδίζοντας με τις σύγχρονες απαιτήσεις του μάρκετινγκ.</p>	9
B3	<p>Δομή, οργάνωση, κατανομή ύλης</p> <p><b>Αιτιολόγηση:</b> Και τα δύο προτεινόμενα σχεδιαγράμματα διδασκαλίας, παρουσιάζουν μια δομημένη και οργανωμένη κατανομή της ύλης, που ευθυγραμμίζεται με τους μαθησιακούς στόχους των μαθημάτων. Η ύλη κατανέμεται με τρόπο που επιτρέπει την σταδιακή εμπάθυνση στις βασικές θεωρίες και πρακτικές, ενώ παράλληλα προσφέρει ένα ισορροπημένο συνδυασμό θεωρητικού και πρακτικού περιεχομένου. Και στα δύο μαθήματα, η σαφής κατανομή των θεματικών ενοτήτων και η ενσωμάτωση πρακτικών εφαρμογών ενισχύουν την κατανόηση και την εφαρμογή των εννοιών.</p>	9
Συνολική Βαθμολογία Κριτηρίου B		28
Συνολική Βαθμολογία Κριτηρίου A&B		78,5
* Συνολική Βαθμολογία Κριτηρίων A&B $\geq$ 30		

**ΥΠΟΨΗΦΙΟΣ/Α: ΔΙΕ20**

**ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΠΟΚΛΕΙΣΜΟΥ**

1	Εμπρόθεσμη Υποβολή Πλήρους Αίτησης Υποψηφιότητας	ΝΑΙ
2	Λήψη διδακτορικού τίτλου μετά την 01.01.2014 (με Βεβαίωση για την ημερομηνία επιτυχούς υποστήριξης)	ΝΑΙ
3	Υποβολή αναλυτικού Βιογραφικού Σημειώματος (με όλα τα τεκμήρια)	ΝΑΙ
4	Σύνδεσμος της αναρτημένης στο ΕΚΤ Διδακτορικής Διατριβής, όπου απαιτείται (σύμφωνα με τις διατάξεις του Ν.1566/1985 αρ.70 παρ.15) ή Πλήρες κείμενο της διδακτορικής διατριβής	ΝΑΙ
5	Για τις περιπτώσεις διδακτορικών τίτλων από Ιδρύματα της αλλοδαπής απαιτείται αναγνώριση από το ΔΟΑΤΑΠ (ή ακολουθείται η διαδικασία όπως αποτυπώνεται στην παρ. 2 των Δικαιολογητικών Υποβολής Αίτησης Εκδήλωσης Ενδιαφέροντος)	ΝΑΙ
6	Σωρευτική άσκηση αυτοδύναμου διδακτικού έργου σε Α.Ε.Ι. που δεν υπερβαίνει τα 5 ακαδημαϊκά εξάμηνα (συμπεριλαμβανομένου και του χειμερινού εξαμήνου του ακαδημαϊκού έτος 2024-2025)	ΝΑΙ
7	Υποβολή σχεδιαγράμματος διδασκαλίας για καθένα από τα μαθήματα της θέσης του γνωστικού αντικειμένου	ΝΑΙ
8	Υποβολή πλήρως συμπληρωμένων και υπογεγραμμένων Υπεύθυνων Δηλώσεων σύμφωνα με τα πρότυπα που επισυνάπτονται	ΝΑΙ

Κριτήρια Αξιολόγησης	Μονάδες Βαθμολόγησης
<b>Α. Βιογραφικό σημείωμα υποψηφίου-υποψήφιας, το οποίο αναλύεται στα ακόλουθα:</b>	
<p><b>Α1</b> <u>Αιτιολόγηση:</u> Το συγκεκριμένο διδακτορικό σχετίζεται με το γνωστικό αντικείμενο του Μάρκετινγκ, καθώς εστιάζει στην επίδραση περιβαλλοντικών ερεθισμάτων, όπως η μουσική και τα αρώματα, στη συμπεριφορά των καταναλωτών. Η ανάλυση του πώς τα «musicscapes» και «scentscapes» επηρεάζουν γνωστικές, συναισθηματικές και συμπεριφορικές αντιδράσεις, συνδέεται άμεσα με τη στρατηγική διαχείριση της εμπειρίας πελατών και της ατμόσφαιρας που δημιουργούν οι επιχειρήσεις για να επηρεάσουν τις καταναλωτικές επιλογές και τις αγορές τους. Αυτό είναι κεντρικό για το μάρκετινγκ, καθώς οι marketers συχνά σχεδιάζουν εμπειρίες που στοχεύουν να επηρεάσουν τις αντιλήψεις και τις αγοραστικές αποφάσεις των καταναλωτών. Ωστόσο, η διατριβή εστιάζει κυρίως στις γνωστικές και νευροεπιστημονικές αντιδράσεις των καταναλωτών μέσω της μεθόδου του ηλεκτροεγκεφαλογραφήματος (EEG), κάτι που την τοποθετεί στο πεδίο του νευρομάρκετινγκ. Το νευρομάρκετινγκ είναι ένας αναπτυσσόμενος κλάδος του μάρκετινγκ, συνεπώς, η διατριβή έχει σχέση με το μάρκετινγκ, ειδικά στο κομμάτι της εμπειρίας καταναλωτών και της ατμόσφαιρας (servicescapes), αλλά δεν καλύπτει ολόκληρο το φάσμα των στρατηγικών και τακτικών του μάρκετινγκ.</p>	20

A2	<p><b>Αιτιολόγηση:</b> Σύμφωνα με τα στοιχεία που έχει υποβάλει ο/η υποψήφιος/α έχει :</p> <p>12 δημοσιεύσεις εκ των οποίων οι 7 είναι συναφείς και δημοσιεύονται σε πρακτικά διεθνών συνεδρίων : <math>7 \times 2 = 14</math> μόρια</p>	14
A3	<p><b>Αιτιολόγηση:</b> Μεταδιδάκτορας σε θέμα συναφές: <i>Η χρήση της νευροεπιστήμης (neuroscience) στη διερεύνηση της βιώσιμης στρατηγικής ανάπτυξης τόπων (sustainable place branding)</i>, από 12/2023</p>	1,5
<b>Συνολική Βαθμολογία Κριτηρίου Α</b>		<b>35,5</b>
<b>Β. Σχεδιάγραμμα Διδασκαλίας όλων των μαθημάτων της Θέσης (ανά γνωστικό αντικείμενο), το οποίο αναλύεται στα ακόλουθα:</b>		
B1	<p><b>Αιτιολόγηση:</b></p> <p>Το προτεινόμενο σχεδιάγραμμα για το μάθημα "Στρατηγικό Μάρκετινγκ" είναι απόλυτα συναφές με το αντικείμενο της διδασκαλίας, καθώς εξετάζει τη διαδικασία χάραξης στρατηγικής από τις επιχειρήσεις, από την ανάλυση των αναγκών των καταναλωτών και του ανταγωνισμού έως την ανάπτυξη στρατηγικών τοποθέτησης και διαχείρισης μάρκας. Το μάθημα δίνει έμφαση στη σημασία της στρατηγικής μάρκετινγκ για την επιβίωση και την ανάπτυξη των επιχειρήσεων στη σύγχρονη παγκοσμιοποιημένη αγορά, ενώ χρησιμοποιεί θεωρητικά και πρακτικά εργαλεία, όπως η ανάλυση αγοράς-στόχου, οι μέθοδοι διάθεσης και η τιμολογιακή πολιτική. Παράλληλα, η χρήση οπτικοακουστικών μέσων, gamification και εργασιών ενισχύει τη διαδραστικότητα και τη βιωματική μάθηση.</p> <p>Το προτεινόμενο σχεδιάγραμμα για το μάθημα "Διεθνές Μάρκετινγκ" είναι εξίσου σχετικό, καθώς επικεντρώνεται στις διαδικασίες διεθνοποίησης επιχειρήσεων, καλύπτοντας θέματα όπως η επιλογή ξένων αγορών, η στρατηγική εισόδου, η τμηματοποίηση και η διαχείριση των κινδύνων που προκύπτουν στο διεθνές περιβάλλον. Ιδιαίτερη σημασία δίνεται στην κατανόηση των προκλήσεων της παγκοσμιοποίησης, της ανάλυσης του διεθνούς ανταγωνισμού και της αξιοποίησης πληροφοριών για τον σχεδιασμό στρατηγικής διεθνούς μάρκετινγκ. Το μάθημα υπογραμμίζει επίσης τη σημασία του ψηφιακού μάρκετινγκ στις διεθνείς συναλλαγές, συνδέοντας τη θεωρία με την πρακτική μέσω μελετών περιπτώσεων και εργαστηριακών δραστηριοτήτων.</p>	10
B2	<p><b>Αιτιολόγηση:</b> Και τα δύο σχεδιαγράμματα αξιοποιούν σύγχρονες θεωρίες που είναι κεντρικές για τα αντικείμενα που διδάσκουν και κατάλληλες μεθοδολογίες. Παράλληλα, υπάρχει εστίαση στα εργαλεία που χρησιμοποιούνται. Και τα δύο μαθήματα είναι ενημερωμένα με τις τελευταίες εξελίξεις στον τομέα τους και προωθούν την εφαρμογή τους σε πραγματικά επιχειρηματικά περιβάλλοντα.</p>	9



B3	<b>Αιτιολόγηση:</b> Η δομή και η κατανομή της ύλης στα δύο μαθήματα είναι καλά οργανωμένη και επιτρέπουν μια σταδιακή και λογική προσέγγιση της γνώσης. Και στα δύο μαθήματα, η προσέγγιση της θεωρίας και της πρακτικής εφαρμογής μέσω μελετών περιπτώσεων και ομαδικών εργασιών ενισχύει την ενεργό συμμετοχή των φοιτητών.	9
Συνολική Βαθμολογία Κριτηρίου B		28
Συνολική Βαθμολογία Κριτηρίου A&B		63,5
* Συνολική Βαθμολογία Κριτηρίων A&B $\geq$ 30		

Σύμφωνα με την επιστημονική κρίση από την Επιτροπή Αξιολόγησης, δημιουργείται Πίνακας κατάταξης των υποψηφίων με βάση την αξιολόγησή τους σε σχέση τα τυπικά και ουσιαστικά προσόντα για τη διδασκαλία του γνωστικού αντικείμενου «ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ».

**ΠΙΝΑΚΑΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΥΠΟΨΗΦΙΩΝ ΓΙΑ ΤΗ ΘΕΣΗ 63 «ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ»**

ΥΠΟΨΗΦΙΟΣ/Α	ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ
ΔΙΕ18	ΕΧΕΙ ΤΑ ΤΥΠΙΚΑ ΚΑΙ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΝΕΙ 78,5 ΜΟΝΑΔΕΣ
ΔΙΕ20	ΕΧΕΙ ΤΑ ΤΥΠΙΚΑ ΚΑΙ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΝΕΙ 63,5 ΜΟΝΑΔΕΣ

**ΠΙΝΑΚΑΣ ΚΑΤΑΤΑΞΗΣ ΥΠΟΨΗΦΙΩΝ ΓΙΑ ΤΗ ΘΕΣΗ 63 «ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ»**

ΚΑΤΑΤΑΞΗ	ΥΠΟΨΗΦΙΟΣ/Α
1	ΔΙΕ18
2	ΔΙΕ20

Επισημαίνεται ότι για τη θέση 62, δεν υποβλήθηκαν αιτήσεις υποψηφιότητας.

Η επιτροπή αξιολόγησης

Σοφία Ασωνίτου



Νικόλαος Τσότσολας



Ιωάννης Ριζομυλιώτης

