

## ΑΠΟΓΡΑΦΙΚΟ ΔΕΛΤΙΟ ΕΞΑΜΗΝΙΑΙΟΥ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Συμπληρώνεται με ευθύνη του κάθε διδάσκοντος  
χωριστά για καθένα από τα εξαμηνιαία προ-ή και μετά-πτυχιακά μαθήματα

### I. ΒΑΣΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Πανεπιστήμιο	ΤΕΙ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ
Σχολή	ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
Τμήμα	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
Τομέας	ΜΓΥ
Όνομα διδάσκοντος / Βαθμίδα:	ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ ΓΑΤΟΜΑΤΗΣ / ΕΠΙΚΟΥΡΟΣ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ
Επιστημονική Ειδίκευση	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Κωδ. Αριθμός Μαθήματος Προπτυχιακό / Μεταπτυχιακό	Τίτλος Μαθήματος
<b>102</b>	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Εξοπλισμός υποστήριξης μαθήματος:	Τα μαθήματα παρουσιάζονται υπό μορφή διαφανειών, οπότε και είναι απαραίτητη η χρήση Laptop & Data video projector.
Απαιτούμενο λογισμικό:	

#### I.1 Περιγραφή / Περιεχόμενο μαθήματος

Το μάθημα αναλύει τη διαδικασία αποτελεσματικότερης εφαρμογής της στρατηγικής του marketing στις νέες συνθήκες που διαμορφώνονται στην αγορά. Αναλύει τη κατάσταση που επικρατεί στην αγορά και προσδιορίζει τους παράγοντες που επιδρούν στη διαμόρφωσή της, αναλύοντας μεθόδους και τεχνικές που χρησιμοποιούνται από το marketing όπως η ανάλυση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος, η ερευνά αγοράς, ο καθορισμός της συμπεριφοράς του καταναλωτή, η τμηματοποίηση της αγοράς και η επιλογή του κατάλληλου τμήματος κλπ. Εξετάζονται θέματα υλοποίησης της στρατηγικής marketing μέσω του προσδιορισμού του μείγματος marketing σε θέματα που αφορούν τη στρατηγική του προϊόντος, τη στρατηγική τιμολόγησης, τη στρατηγική προώθησης του προϊόντος και τη στρατηγική προβολής κάνοντας αναφορά αναλύοντας σύγχρονες μεθόδους. Ιδιαίτερη έμφαση θα δοθεί στη διαμόρφωση και την υλοποίηση του προγράμματος marketing, στην αξιολόγηση και στον έλεγχο των αποτελεσμάτων του.

#### Κύριος Εκπαιδευτικός Στόχος

Στόχος του μαθήματος είναι η κατανόηση των εννοιών, του περιεχομένου του marketing,, η κατανόηση, ανάλυση και προσδιορισμός των παραγόντων που επιδρούν στην αγορά, ο προγραμματισμός και η υλοποίηση αποτελεσματικών στρατηγικών marketing, η δημιουργία και η αξιολόγηση ενός προγράμματος marketing.

**Main Educational Objective**

The aim of the course is the understanding of the concepts, the content of marketing, the understanding of analysis and identification of factors affecting the market, the planning and the implementation of effective marketing strategies, the creation and evaluation of a marketing program.

**I.2 Μαθησιακοί στόχοι**

- Η παροχή συγκεκριμένων θεωρητικών γνώσεων
- Η ανάλυση τη κατάσταση που επικρατεί στην αγορά και ο προσδιορισμός των παραγόντων που επιδρούν στη διαμόρφωσή της και η χρήση των αντίστοιχων μεθόδων και τεχνικών.
- Η υλοποίηση αποτελεσματικών στρατηγικών marketing.
- Η διαμόρφωση και αξιολόγηση ενός αποτελεσματικού προγράμματος marketing.

**Learning objectives**

- Providing specific theoretical knowledge
- Analyzing the market situation and the identification of factors affecting the configuration and the use of the respective methods and techniques.
- The implementation of effective marketing strategies.

The formulation and evaluation of an effective marketing program.

**Μαθησιακά αποτελέσματα**

Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές θα είναι σε θέση να:

- κατανοήσουν τη σημασία και τον ρόλο του marketing στην ανάπτυξη της επιχείρησης.
- εντοπίσουν και να αξιολογήσουν τους παράγοντες του περιβάλλοντος που επιδρούν στην αγορά και στο καθορισμό της στρατηγικής της επιχείρησης.
- χρησιμοποιούν την ερευνά αγοράς σχετικά με την επίλυση προβλημάτων marketing.
- επιλέγουν το κατάλληλο τμήμα (αγορά - στόχο) στο οποίο θα επικεντρωθούν.
- καθορίσουν τους παράγοντες που επιδρούν στη συμπεριφορά του καταναλωτή και στη λήψη αγοραστικής απόφασης.
- κατανοήσουν και προσδιορίσουν επιτυχημένες στρατηγικές διαχείρισης στρατηγικής προϊόντος.
- κατανοήσουν τις αρχές της τιμολόγησης και να προσδιορίσουν μια αποτελεσματική στρατηγική.
- κατανοήσουν και καθορίσουν μια αποτελεσματική στρατηγική του συστήματος διανομής.
- επιλέγουν μια αποτελεσματική στρατηγική επικοινωνίας και προβολής.
- καταρτίζουν και να υλοποιούν ένα αποτελεσματικό πρόγραμμα marketing, αξιολογώντας τα αποτελέσματά του.

**Learning outcomes**

At the end of the course students will be able to:

- Understand the importance and the role of marketing in the development of the company.
- Identify and assess ambient factors affecting the market and determining the strategy of the company.
- Use the search market on the problem solving marketing.
- Choose the appropriate segment (market - view) in which it will focus.
- Determine the factors influencing the behavior of the consumer and purchasing decision.
- Understand and identify successful strategies management strategy product.
- Understand the principles of pricing and to identify an effective strategy.
- Understand and determine an effective strategy of distribution system.
- Choose an effective communication strategy and view.
- Establish and implement an effective marketing program, assessing the results.

**Αναλυτικός πίνακας 15 εβδομαδιαίων μαθημάτων**

1. Εισαγωγή στην έννοια και τη φιλοσοφία του μάρκετινγκ. Μείγμα Μάρκετινγκ.
2. Ανάλυση Μακροπεριβάλλοντος και Μικροπεριβάλλοντος της επιχείρησης.
3. Σύστημα Πληροφοριών Μάρκετινγκ. Πληροφοριακό Σύστημα Μάρκετινγκ.
4. Έρευνα Μάρκετινγκ. Έρευνα Αγοράς
5. Τμηματοποίηση τη; Αγοράς. Επιλογή της Αγοράς – Στόχου.
6. Αγοραστική Συμπεριφορά του καταναλωτή. Διαδικασία Λήψης Αγοραστικής Απόφασης.
7. Προϊόν. Εμπορικό Σήμα. Άριστο Προϊόν.
8. Κύκλος Ζωής Προϊόντος. Στρατηγικές του Προϊόντος. Ανάπτυξη νέου προϊόντος.
9. Παράγοντες που επηρεάζουν τη στρατηγική τιμολόγησης. Στρατηγικές τιμολόγησης. Εκπτώσεις.
10. Φορείς Εμπορίας. Στρατηγικές Δικτύων Διανομής και παροχή Κινήτρων.
11. Μοντέλο Επικοινωνίας. Διαφήμιση. Προγραμματισμός Διαφημιστικής Εκστρατείας.
12. Δημόσιες Σχέσεις. Προσωπική Πώληση. Προγραμματισμός διαδικασίας πώλησης.
13. Άμεσο Μάρκετινγκ. Ηλεκτρονικό Μάρκετινγκ.
14. Δημιουργία Σχεδίου Μάρκετινγκ.
15. Αξιολόγηση και Έλεγχος των αποτελεσμάτων Μάρκετινγκ.

Analytical table 15 weekly courses

1. Introduction to the concept and the philosophy of marketing. Marketing mix.
2. Analysis of Macro – environment and Micro –environment of the enterprise.
3. System Marketing Information. Information marketing system.
4. Marketing research. Market Research
5. The segmentation of market. Selection of Market - objective.
6. Purchasing behavior of consumers. Download purchasing decision.
7. Product. Trademark. Excellent product.
8. Life Cycle of product. Strategies for the product. New product development.
9. Factors that affect the pricing strategy. Pricing strategies. Discounts.
10. Marketing bodies. Strategic distribution networks and incentives.
11. Model Communication. Advertising. Planning an advertising campaign.
12. Public relations. Personal sale. Planning the sale.
13. Direct Marketing. Electronic Marketing.
14. Create Marketing Plan.
15. Evaluation and control of marketing results.

### ***Ιδρύματα που υλοποιούν σχετικό διδακτικό αντικείμενο***

#### **A. Ιδρύματα Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης στα οποία διδάσκεται το ίδιο ή παρόμοιο μάθημα**

Σε προπτυχιακό επίπεδο το μάθημα στην υφισταμένη δομή του διδάσκεται σε όλες τις σχολές θετικών επιστημών και σε μεταπτυχιακά προγράμματα της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης στην Ελλάδα.

Ενδεικτικά αναφέρονται:

Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών:

[http://www.mbc.aueb.gr/images/ME\\_OdigosSpoudon\\_2014-15.pdf](http://www.mbc.aueb.gr/images/ME_OdigosSpoudon_2014-15.pdf)

Πανεπιστήμιο Πειραιώς:

<http://www.ode.unipi.gr/index.php/el/thirdsemester>

#### **B. Ιδρύματα της Ευρωπαϊκής Ένωσης στα οποία διδάσκεται το ίδιο ή παρόμοιο μάθημα**

Η Marketing αποτελεί διδασκόμενο μάθημα πολλών προπτυχιακών και μεταπτυχιακών προγραμμάτων ξένων πανεπιστημίων με διάφορα αντικείμενα. Ενδεικτικά αναφέρονται :

- Προπτυχιακά:

1. Kingston university of London :

([http://www.kingston.ac.uk/courses/find-a-course/postgraduate/advanced-search/?subjectid=44&part\\_time=2](http://www.kingston.ac.uk/courses/find-a-course/postgraduate/advanced-search/?subjectid=44&part_time=2))

2. Leeds University :

(<http://business.leeds.ac.uk/undergraduate/ba-management-with-marketing/>)

3. Manchester University:

(<http://www.manchester.ac.uk/study/undergraduate/courses/2016/03528/management-marketing-3-years-bsc/>)

4. Liverpool University:

(<https://www.liv.ac.uk/study/undergraduate/courses/marketing-ba-hons/overview/>)

- Μεταπτυχιακά :
  1. Kingston university of London :  
(<http://www.kingston.ac.uk/postgraduate-course/marketing-and-strategy-msc/>)
  2. Leeds University:  
(<http://business.leeds.ac.uk/masters/masters-programmes/msc-management/>)
  3. Manchester University :  
(<http://www.manchester.ac.uk/study/masters/courses/list/02247/marketing-msc/>)
  4. Liverpool University:  
(<http://www.liv.ac.uk/study/postgraduate/taught/marketing-msc/overview/>)

### I.3 Είδος Μαθήματος

Εξάμηνο Διδασκαλίας 1 <sup>ο</sup> – 12 <sup>ο</sup>	Υποχρεωτικό (Υ), Υποχρεωτικής Επιλογής (ΥΕ), Ελεύθερης Επιλογής (ΕΕ)	Υποβάθρου (ΥΠ), Επιστημονικής Περιοχής (ΕΠ), Γενικών Γνώσεων (ΓΓ), Ανάπτυξης Δεξιοτήτων (ΑΔ)	Μάθημα Κορμού (ΚΟ), Ειδίκευσης (ΕΙΔ), Κατεύθυνσης (ΚΑ)
1 <sup>ο</sup>	Υ	ΥΠ	ΚΟ

### I.4 Διδασκαλία

Προβλεπόμενες Ώρες Διδασκαλίας ανά εξάμηνο				Σύνολο εβδομαδιαίων ωρών διδασκαλίας	Διδακτικές Μονάδες	Χρήση Πολλαπλής Βιβλιογραφίας (Ναι/Όχι)	Εργασία ή Πρόδος (Ναι / Όχι) Υποχρεωτική / Προαιρετική
Διαλέξεις	Εργαστήρια	Μικρές ομάδες	Άλλη				
60	--	--	--	4	5	ΝΑΙ	Προαιρετική

### I.5 Ενημέρωση – Αξιολόγηση

Το μάθημα περιλαμβάνεται στον Οδηγό Σπουδών; (Ναι/Όχι) Σελίδα αναφοράς μαθήματος	Υπάρχει ιστοσελίδα μαθήματος; (Ναι/Όχι) Διεύθυνση URL	Έχει γίνει στο τρέχον εξάμηνο αξιολόγηση του μαθήματος από τους φοιτητές; (Ναι/Όχι)
ΝΑΙ	Υπό κατασκευή	ΝΑΙ

## II. ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΟΥ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

### II.1 Διδακτέα Ύλη

II.1.1 Πότε πραγματοποιήθηκε η τελευταία αναπροσαρμογή / επικαιροποίηση της ύλης του μαθήματος;

ΤΟ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2014-15

II.1.2 Υπάρχει επικάλυψη ύλης με άλλα μαθήματα και πώς το αντιμετωπίζετε;

Δεν υπάρχει επικάλυψη.

### II.2 Διδακτικά Βοηθήματα

II.2.1 Βοηθήματα που διανέμονται στους φοιτητές για το συγκεκριμένο μάθημα.

1. William D. Perreault, Joseph P. Cannon, E. Jerome McCarthy, 2012. Βασικές Αρχές Marketing. Εκδόσεις BROKEN HILL PUBLISHERS LTD

2. John Fahy, David Jobber, 2014. Αρχές Marketing. Εκδόσεις ΚΡΙΤΙΚΗ
3. Καζάζης Νίκος, 2006. Αποτελεσματικό Marketing για Κερδοφόρες Πωλήσεις. Εκδόσεις ΣΤΑΜΟΥΛΗΣ

II.2.1 Γίνεται επικαιροποίηση των βοηθημάτων και με ποια διαδικασία;

Ναι, συνεχής βιβλιογραφική ανασκόπηση.

II.2.2 Ποιο ποσοστό της διδασκόμενης ύλης καλύπτεται από τα βοηθήματα;

100%

II.2.3 Παρέχετε πρόσθετη βιβλιογραφία πέραν των διανεμόμενων συγγραμμάτων;

Ναι, ενδεικτικά αναφέρεται

- Γκάβαλη Ελένη, Σκυφτός Κυριάκος, 2014. Διοικηση Μαρκετινγκ.
- Πετρώφ Γ., Τζωρτζάκης Κ., Τζωρτζάκη Α., 2002. Μάρκετινγκ Μάνατζμεντ η Ελληνική Προσέγγιση. Εκδόσεις ROSILI

II.2.4 Πώς γνωστοποιείτε στους φοιτητές την ύλη του μαθήματος, τους μαθησιακούς στόχους και τον τρόπο αξιολόγησης τους;

Κατά την έναρξη των διδασκαλιών του μαθήματος καθώς και στο eclass του μαθήματος και προφορικά κατά την διάρκεια των μαθημάτων.

### II.3 Επικοινωνία & Καθοδήγηση Φοιτητών / Συνεργασίες

II.3.1 Έχετε ανακοινωμένες ώρες γραφείου για συνεργασία με τους φοιτητές;

ΝΑΙ

II.3.2 Πώς μεθοδεύετε την εκπαίδευση των φοιτητών στην ερευνητική διαδικασία (π.χ. αναζήτηση και χρήση βιβλιογραφίας);

Τους εκπαιδεύουμε να χρησιμοποιούν ηλεκτρονικές πηγές πληροφόρησης - βιβλιοθήκες, χρήση της βιβλιοθήκης του ΤΕΙ για περαιτέρω έρευνα.

II.3.3 Οργανώνετε στο πλαίσιο του μαθήματος εκπαιδευτικές επισκέψεις φοιτητών / διαλέξεις επιστημόνων ή άλλες δραστηριότητες σε συνεργασία με τοπικούς, περιφερειακούς ή εθνικούς κοινωνικούς, πολιτιστικούς και παραγωγικούς φορείς;

ΝΑΙ

### II.4 Συμμετοχή των φοιτητών στο μάθημα

Κατά την εκτίμησή σας, τι ποσοστό φοιτητών κατά μέσο όρο παρακολουθεί το θεωρητικό μέρος του μαθήματος;

0-20%		20-40%		40-60%	X	60-80%		80-100%		Δεν γνωρίζω	
-------	--	--------	--	--------	---	--------	--	---------	--	-------------	--

### II.5 Αξιολόγηση της επίδοσης των φοιτητών στο μάθημα

II.5.1 Τρόποι Αξιολόγησης;

Σημειώστε στον πίνακα που ακολουθεί τις μεθόδους που χρησιμοποιείτε για την αξιολόγηση της απόδοσης των φοιτητών στο συγκεκριμένο μάθημα.

Εξέταση γραπτή στο τέλος του εξαμήνου	X
Εξέταση προφορική στο τέλος του εξαμήνου	
Πρόοδος (ενδιάμεση εξέταση):	
Κατ' οίκον εργασία:	X
Προφορική παρουσίαση εργασίας:	X
Εργαστήριο ή πρακτικές ασκήσεις:	
Άλλα * :	

\* Περιγράψτε συνοπτικά τυχόν άλλους τρόπους αξιολόγησης.

--

Παρακολουθούνται όλοι οι φοιτητές κατά την εκτέλεση των εργαστηριακών ή πρακτικών ασκήσεων; (Ναι ή Όχι)	
Λαμβάνουν οι φοιτητές συστηματικά σχόλια (προφορικά ή γραπτά) στο μέσον του εξαμήνου; (Ναι ή Όχι).	ΝΑΙ

Π.5.2 Πώς διασφαρίζετε τη διαφάνεια στην αξιολόγηση της επίδοσης των φοιτητών;

Με πρόσβαση στο γραπτό τους
-----------------------------

### III. ΥΠΟΔΟΜΕΣ

#### III.1 Διαθέσιμη εκπαιδευτική υποδομή του μαθήματος

III.1.1 Αίθουσες διδασκαλίας που χρησιμοποιούνται για το συγκεκριμένο μάθημα:

*Αναφερθείτε στην επάρκεια, καταλληλότητα, ποιότητα των αιθουσών και του υποστηρικτικού εξοπλισμού και τη διαθεσιμότητά τους.*

Χρησιμοποιείται αίθουσα του Τμήματος που διαθέτει προβολικό και πληρεί όλες τις σύγχρονες προδιαγραφές.
---

III.1.2 Εργαστήρια που χρησιμοποιούνται για το συγκεκριμένο μάθημα:

*Αναφερθείτε στην επάρκεια, καταλληλότητα, ποιότητα των εργαστηριακών χώρων, του εργαστηριακού εξοπλισμού και της διαθεσιμότητάς τους.*

--

III.1.3 Είναι διαθέσιμα τα εργαστήρια του μαθήματος για χρήση εκτός προγραμματισμένων ωρών;

--

III.1.4 Σπουδαστήρια:

*Αναφερθείτε στην επάρκεια, καταλληλότητα, ποιότητα των χώρων, του εξοπλισμού και της διαθεσιμότητάς τους.*

Υπάρχουν σπουδαστήρια στο χώρο της Βιβλιοθήκης του ΤΕΙ, επαρκή και κατάλληλα στα οποία πέραν των τραπεζιών για μελέτη υπάρχουν και Ηλεκτρονικοί Υπολογιστές με συνεχή διασύνδεση στο διαδίκτυο. Η Βιβλιοθήκη του ΤΕΙ Δυτικής Ελλάδας είναι προσβάσιμη στους σπουδαστές στο μεγαλύτερο μέρος της ημέρας.
---

III.1.5 Χρησιμοποιείτε Εκπαιδευτικό Λογισμικό και ποιο; (περιγράψτε συνοπτικά)

--

III.1.6 Υπάρχει ικανοποιητική υποστήριξη του μαθήματος από τη βιβλιοθήκη (βιβλιογραφία και άλλοι μαθησιακοί πόροι);

ΝΑΙ
-----

III.1.7 Πώς κρίνετε συνολικά τη διαθέσιμη εκπαιδευτική υποδομή;

*Αν η απάντηση είναι αρνητική, σχολιάστε συνοπτικά τυχόν ελλείψεις και καταγράψτε τις αναγκαίες βελτιώσεις σύμφωνα με τις παραπάνω κατηγορίες.*

Ικανοποιητική
---------------

### III.2 Αξιοποίηση Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών (ΤΠΕ)

III.2.1 Χρησιμοποιούνται Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών στη διδασκαλία του μαθήματος και πώς;

Ναι, χρησιμοποιούνται Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών κατά την ώρα της διδασκαλίας με την προβολή διαφανειών. Επίσης σε ορισμένες αίθουσες υπάρχουν ηλεκτρονικοί διαδραστικοί πίνακες και σε όλους σχεδόν τους χώρους υπάρχει ενσύρματη σύνδεση με το Δίκτυο Υψηλών Ταχυτήτων του ΤΕΙ.
--

III.2.2 Χρησιμοποιούνται μαθησιακά βοηθήματα βασισμένα σε ΤΠΕ; (Αναφέρατε παραδείγματα).

ΟΧΙ
-----

III.2.3 Χρησιμοποιούνται ΤΠΕ στην εργαστηριακή εκπαίδευση; Πώς;

ΟΧΙ
-----

III.2.4 Χρησιμοποιείτε ΤΠΕ στην αξιολόγηση των φοιτητών; Πώς;

ΟΧΙ
-----

III.2.5 Χρησιμοποιείτε ΤΠΕ στην επικοινωνία σας με τους φοιτητές; Πώς;

Ναι, καταρχήν με χρήση της πλατφόρμας eclass, μέσω της οποίας ανακοινώνονται στους σπουδαστές ζητήματα που αφορούν στην εκπαίδευσή τους και μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που κοινοποιείται στους φοιτητές, ώστε να μπορούν να επικοινωνήσουν μαζί μας για εκπαιδευτικά θέματα.
--



#### IV. ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΦΟΙΤΗΤΩΝ

##### IV.1 Σας κοινοποιείται κατάλογος των φοιτητών που είναι εγγεγραμμένοι στο μάθημα και πότε;

Μόλις ολοκληρωθεί η διαδικασία εγγραφής και δηλώσεων μαθημάτων.

##### IV.2 Ποια είναι η κατανομή βαθμολογίας και ο μέσος βαθμός των φοιτητών του μαθήματος;

Ξεκινήστε από το τρέχον έτος. Στην περίπτωση που διδάσκατε το μάθημα και τα προηγούμενα έτη καταγράψτε και τα συγκριτικά στοιχεία των προηγούμενων ετών

Έτος	Κατανομή Βαθμών (% φοιτητών)						Μέσος όρος Βαθμολογίας (σύνολο φοιτητών)
	0 – 3,9	4 – 4,9	5 – 5,9	6.0-6.9	7.0-8.4	8.5-10.0	
2013-2014							
2012-2013							
2011-2012							
2010-2011							
2009-2010							

#### V. Η ΑΠΟΨΗ ΤΩΝ ΦΟΙΤΗΤΩΝ ΓΙΑ ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ

##### V.1 Υπάρχει διαδικασία αξιολόγησης του μαθήματος και της διδασκαλίας από τους φοιτητές; Πώς εφαρμόζεται; Επισυνάψτε δείγμα του σχετικού ερωτηματολογίου.

Ναι. Εφαρμόζεται στα πλαίσια της γενικής αξιολόγησης του Τμήματος. Το ερωτηματολόγιο βρίσκεται στην έκθεση εσωτερικής αξιολόγησης.

##### V.2 Πώς αξιοποιούνται τα αποτελέσματα αυτών των αξιολογήσεων;

Τα αποτελέσματα αυτών των αξιολογήσεων αναλύονται με σκοπό τη εξαγωγή χρήσιμων συμπερασμάτων και προτάσεων που θα οδηγήσουν στη βελτίωση της λειτουργίας του Τμήματος.