



**ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΑΘΗΝΩΝ**



**ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΛΙΑΝΙΚΗΣ ΠΩΛΗΣΕΩΣ ΕΛΛΑΔΟΣ**

ΑΘΗΝΑ 2007

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΚΑΙ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ

ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗ
ΕΜΠΟΡΙΟΥ - ΛΙΑΝΕΜΠΟΡΙΟΥ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ



ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΣΤΟΧΟΙ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ	4
ΔΟΜΗ & ΔΙΑΘΡΩΣΗ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ.....	5
ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ.....	6
ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ	7
<i>Σε ποιους απευθύνεται</i>	<i>7</i>
<i>Δομή.....</i>	<i>7</i>
<i>Τόπος διεξαγωγής:.....</i>	<i>8</i>
<i>Διδάσκοντες</i>	<i>8</i>
<i>Μέθοδοι Εκπαίδευσης</i>	<i>8</i>
<i>Εκπαιδευτικά & Τεχνολογικά Μέσα.....</i>	<i>9</i>
<i>Τρόπος βαθμολόγησης.....</i>	<i>9</i>
<i>Διδακτικές Ενότητες.....</i>	<i>9</i>
<i>Διπλωματική Εργασία</i>	<i>10</i>
<i>Πτυχίο</i>	<i>10</i>
<i>Αριθμός Συμμετεχόντων</i>	<i>10</i>
<i>Κόστος</i>	<i>11</i>
RETAIL MANAGEMENT - CUSTOMIZED COURSES	12
<i>Σε ποιους απευθύνεται.....</i>	<i>12</i>
<i>Δομή.....</i>	<i>12</i>
<i>Τόπος διεξαγωγής:.....</i>	<i>13</i>
<i>Διδάσκοντες</i>	<i>13</i>
<i>Μέθοδοι Εκπαίδευσης</i>	<i>13</i>
<i>Εκπαιδευτικά & Τεχνολογικά Μέσα.....</i>	<i>14</i>
<i>Τρόπος βαθμολόγησης.....</i>	<i>14</i>
<i>Διδακτικές Ενότητες.....</i>	<i>14</i>
<i>Πτυχίο</i>	<i>14</i>
<i>Αριθμός Συμμετεχόντων</i>	<i>15</i>
<i>Κόστος</i>	<i>15</i>
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ Σ ΤΕΛΕΧΩΝ - EXECUTIVE TRAINNING	16
<i>Σε ποιους απευθύνεται.....</i>	<i>16</i>
<i>Δομή.....</i>	<i>16</i>
ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΔΙΑΝΟΜΗΣ.....	17
<i>Τόπος διεξαγωγής:.....</i>	<i>17</i>
<i>Διδάσκοντες</i>	<i>17</i>
<i>Μέθοδοι Εκπαίδευσης</i>	<i>17</i>
<i>Εκπαιδευτικά & Τεχνολογικά Μέσα.....</i>	<i>18</i>
<i>Τρόπος βαθμολόγησης.....</i>	<i>18</i>
<i>Διδακτικές Ενότητες.....</i>	<i>18</i>
<i>Πτυχίο</i>	<i>18</i>
<i>Αριθμός Συμμετεχόντων</i>	<i>19</i>
<i>Κόστος</i>	<i>19</i>
E-LEARNING.....	20
<i>ΣΤΟΧΟΙ.....</i>	<i>20</i>
<i>Περιεχόμενο και μορφή των εκπαιδευτικών εφαρμογών</i>	<i>21</i>
<i>ΑΝΑΜΕΝΟΜΕΝΑ ΟΦΕΛΗ.....</i>	<i>22</i>
<i>Κόστος</i>	<i>24</i>
ΑΝΑΛΥΣΗ ΘΕΜΑΤΙΚΩΝ ΕΝΟΤΗΤΩΝ.....	25
RETAIL MARKETING.....	25
ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ ΚΑΙ ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ	26
ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ.....	26
ΈΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ.....	26
ΕΙΔΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΛΙΑΝΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ.....	27

<i>Διοίκηση Προσωπικού του Καταστήματος</i>	27
<i>Διαχείριση Χρόνου - Time Management</i>	27
ΕΙΔΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	27
<i>Promotion – merchandising</i>	27
<i>Δημόσιες Σχέσεις</i>	27
<i>Διοίκηση παράπονων & Διοίκηση Κρίσεων</i>	27
ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΔΙΑΝΟΜΗΣ	29
ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ & ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ	30

ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗ ΕΜΠΟΡΙΟΥ - ΛΙΑΝΕΜΠΟΡΙΟΥ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

ΣΤΟΧΟΙ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ

Το εμπόριο και οι υπηρεσίες συνιστούν από τις σημαντικότερες οικονομικές δραστηριότητες διεθνώς. Ειδικά οι Επιχειρήσεις λιανικής πώλησης αντιπροσωπεύουν το 40% του συνόλου των επιχειρήσεων στην Ευρώπη. Το 18% του ευρωπαϊκού ανθρώπινου δυναμικού απασχολείται στον κλάδο του λιανεμπορίου, συμμετέχουν δε στο ΑΕΠ σε ποσοστό 16%.

Το λιανεμπόριο σε παγκόσμιο επίπεδο αποτελεί έναν κλάδο με σημαντικές εξελίξεις και αναδιαρθρώσεις καθιστώντας αναγκαία την υιοθέτηση σύγχρονης διοικητικής σκέψης και πρακτικής.

Αντικειμενικός στόχος του προγράμματος είναι η ενίσχυση των υπάρχοντων στελεχών των επιχειρήσεων εμπορίου, λιανικής πώλησης και υπηρεσιών, καθώς και των ενδιαφερομένων να ασχοληθούν μελλοντικά με τους κλάδους αυτούς, μέσα από τη παροχή εξειδικευμένων γνώσεων που αφορούν τη πολυδιάστατη έννοια της σύγχρονης λειτουργίας μίας εμπορικής επιχείρησης.

Συγκεκριμένα το πρόγραμμα σπουδών καλύπτει ανάγκες εξειδικευμένης κατάρτισης ενός από τους σημαντικότερους και μεγαλύτερους κλάδους της ελληνικής οικονομίας.

Το πρόγραμμα σπουδών έρχεται να καλύψει ένα κενό που υπάρχει στην εκπαίδευση εμπορικών επιχειρήσεων και να συμβαδίσει εννοιολογικά και πρακτικά με τις σύγχρονες ανάγκες των επιχειρήσεων που λειτουργούν σε έντονο ανταγωνιστικό περιβάλλον. Πιο συγκεκριμένα, εξετάζοντας θεματικές περιοχές που αναφέρονται στην σύγχρονη διοικητική των εμπορικών επιχειρήσεων καλύπτεται από ένα ευρύ φάσμα γνωστικών αντικειμένων απαραίτητων όμως για ένα σύγχρονο στέλεχος επιχειρήσεων.

ΔΟΜΗ & ΔΙΑΘΡΩΣΗ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ

Το πρόγραμμα σπουδών εμπεριέχει τρία παράλληλα εκπαιδευτικά προγράμματα. Έχουν δημιουργηθεί τρεις κύκλοι εκπαίδευσης έτσι ώστε να καλύπτονται όλες οι πιθανές εκπαιδευτικές ανάγκες της λιανεμπορικής επιχείρησης.

Στο πρώτο εκπαιδευτικό πρόγραμμα υπάρχει το **Ολοκληρωμένο Πρόγραμμα Σπουδών στη Διοίκηση Λιανεμπορικών Επιχειρήσεων «Retail Management»** με συνολική διάρκεια 300 ωρών (190 ώρες εκπαίδευσης και 120 ώρες πρακτικής και εκπόνησης διπλωματικής εργασίας) με οχτώ (8) θεματικές ενότητες που καλύπτουν την σύγχρονη διοικητική των επιχειρήσεων λιανικής πώλησης. Η παρακολούθηση του Ολοκληρωμένου Προγράμματος Σπουδών οδηγεί στην απόκτηση *«Πιστοποιητικού Επαγγελματικής Εκπαίδευσης και Κατάρτισης του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών»*, με απόφαση της Συγκλήτου του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών και σύμφωνα με τον κανονισμό λειτουργίας του Πανεπιστημίου.

Το δεύτερο εκπαιδευτικό πρόγραμμα - customized courses αφορά την διεξαγωγή οποιασδήποτε μεμονωμένης θεματικής ενότητας που εμπεριέχεται στο ολοκληρωμένο πρόγραμμα ή όποια άλλη θεματική ενότητα είναι αναγκαία για την ικανοποίηση των εκπαιδευτικών αναγκών μιας επιχείρησης λιανικής πώλησης. Οι εκπαιδευτικές ενέργειες του δεύτερου κύκλου έχουν διάρκεια 30 ώρες.

Τέλος τρίτο εκπαιδευτικό πρόγραμμα - Executive Training στοχεύει αποκλειστικά σε στελέχη επιχειρήσεων λιανικής πώλησης που επιθυμούν να καταρτιστούν και να εμβαθύνουν σε σύγχρονα επιστημονικά πεδία όπως αυτά του μάρκετινγκ των σχέσεων (Relationship Marketing), της διοίκησης της σχέσης με τον πελάτη (Customer Relationship Management), του ηλεκτρονικού μάρκετινγκ (E-Marketing), των δημόσιων σχέσεων (Public Relations), της εξυπηρέτησης του πελάτη (Customer Care), της διοίκησης πελατών

κρίσιμης σημασίας (Key Account Management). Οι εκπαιδευτικές ενέργειες του τρίτου κύκλου έχουν διάρκεια 60 ώρες.

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ

Το εκπαιδευτικό πρόγραμμα το εποπτεύει η επιστημονική επιτροπή με Πρόεδρο και Επιστημονικό Υπεύθυνο τον Καθηγητή κ. Γεώργιο Πανηγυράκη και μέλη τους κ.κ. κ. Θ. Βάρδα Πρόεδρο του ΣΕΛΠΕ, κ. Α. Μακρή Εκτελεστικό Αντιπρόεδρο, κ. Ζαΐρη Αντώνη Γενικό Διευθυντή του ΣΕΛΠΕ, Πέτρο Καλκάνη Υπεύθυνο του ΚΕΚ ΟΠΑ και Θεοδωρίδη Προκόπη συντονιστή του Εκπαιδευτικού Προγράμματος. Στις περιπτώσεις των μεμονωμένων εκπαιδευτικών προγραμμάτων για μία επιχείρηση στην επιτροπή θα συμμετέχει στέλεχος της λιανεμπορικής επιχείρησης μετά από υπόδειξη της ίδιας.

ΤΑ μέλη της επιτροπής έχουν μόνο συμβουλευτικό δικαίωμα. Την ευθύνη για το εκπαιδευτικό πρόγραμμα την έχει εξ' ολοκλήρου ο Επιστημονικός Υπεύθυνος.

Η επιτροπή είναι υπεύθυνη για:

1. την ομαλή και επιτυχή διεξαγωγή και των εκπαιδευτικών προγραμμάτων
2. το συντονισμό και καθοδήγηση των εισηγητών
3. τον καθορισμό κατευθυντήριων αξόνων στις θεματικές ενότητες
4. καθορισμό κριτηρίων επιλογής συμμετεχόντων
5. επιλογή συμμετεχόντων (Εισηγητών και Εκπαιδευομένων)
6. επικύρωση βαθμολογιών
7. απονομή πιστοποιητικών και βεβαιώσεων
8. την επίλυση εκπαιδευτικών ζητημάτων

ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ

Σε ποιους απευθύνεται

1. Σε Στελέχη Λιανεμπορικών Επιχειρήσεων που είναι κάτοχοι πτυχίου Α.Ε.Ι., Α.Τ.Ε.Ι. ή μεταπτυχιακού της ημεδαπής ή αλλοδαπής ή έχουν πολύχρονη εμπειρία στο χώρο του λιανεμπορίου.
2. Σε αποφοίτους ΑΕΙ, ΑΤΕΙ και λυκείου που επιθυμούν την εξειδίκευσή τους στον χώρο του λιανεμπορίου.



Δομή

Το πρόγραμμα περιλαμβάνει οχτώ (8) διδακτικές ενότητες (11 μαθήματα) με συνολική διάρκεια των διαλέξεων στις 190 ώρες που θα πραγματοποιηθούν σε 2 χρονικές περιόδους (6 μήνες).

Επιπρόσθετα οι συμμετέχοντες εκπονούν διπλωματική εργασία την τρίτη περίοδο (120 ώρες - 3 μήνες).

Η συνολική χρονική διάρκεια του προγράμματος είναι 9 μήνες.

Οι οχτώ (8) διδακτικές ενότητες και οι αντίστοιχες ώρες είναι οι παρακάτω:

Διδακτικές Ενότητες	Ώρες
1^η Χρονική Περίοδος	
1. RETAIL MARKETING	20
2. ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ ΚΑΙ ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ	30
3. ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ - CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING	15
4. ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ	10
5. ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΔΙΑΝΟΜΗΣ	15
2^η Χρονική Περίοδος	
6. ΕΙΔΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΛΙΑΝΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ	
ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ ΤΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ - ΗΓΕΣΙΑ	20
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΧΡΟΝΟΥ - TIME MANAGEMENT	10
7. ΕΙΔΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	
PROMOTION - MERCHANDISING	20
ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ	15
ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΠΑΡΑΠΟΝΩΝ & ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΡΙΣΕΩΝ	15
8. ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ & ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ	20
ΣΥΝΟΛΟ	190
3^η Χρονική Περίοδος	
ΕΚΠΟΝΗΣΗ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	

Τόπος διεξαγωγής:

Το πρόγραμμα θα πραγματοποιηθεί στις αίθουσες του κέντρου συνεχούς εκπαίδευσης και επαγγελματικής κατάρτισης του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών ΚΕΚ/ΟΠΑ, Κεφαλληνίας 46.

Διδάσκοντες

Στο πρόγραμμα θα διδάξουν διακεκριμένοι καθηγητές του ΟΠΑ καθώς και καταξιωμένα και εξειδικευμένα στελέχη του Λιανεμπορίου και των Υπηρεσιών.

Μέθοδοι Εκπαίδευσης

Το θεωρητικό μέρος θα περιλαμβάνει:

- Διεξαγωγή διαλέξεων με εκπαιδευτές,
- Προβολή διαφανειών

Το πρακτικό μέρος θα περιλαμβάνει:

Εκπαίδευση των εκπαιδευομένων σε μελέτες πραγματικών περιπτώσεων (case studies). Στην περίπτωση αυτή, θα παρουσιάζονται στην αίθουσα κάποια παραδείγματα που θα αφορούν περιπτώσεις κάποιων επιχειρήσεων και οργανισμών. Στην συνέχεια θα επιχειρείτε ανάλυση αυτών των περιπτώσεων έτσι ώστε να απαντηθούν κάποια ερωτήματα που θα προκύπτουν, ενώ οι συμμετέχοντες θα πρέπει να τεκμηριώνουν τις θέσεις τους έναντι των άλλων συναδέλφων τους.

Εκπαιδευτικά & Τεχνολογικά Μέσα

- Προβολές διαφανειών και slides,
- Προβολές video
- Επιδείξεις προγραμμάτων και multimedia
- Χρήση επιχειρησιακών προγραμμάτων προσομοίωσης (business games)

Τρόπος βαθμολόγησης

Διδακτικές Ενότητες

Η τελική επίδοση των εκπαιδευομένων θα προκύπτει από τον κάθε φορά τρόπο αξιολόγησης τους. Ο εισηγητής του μαθήματος έχει την ευχέρεια να επιλέγει τον ή τους τρόπους αξιολογήσεις των συμμετεχόντων. Πάντα όμως θα πρέπει να υπάρχει γραπτή εξέταση. Σε περίπτωση που υφίσταται η εκπόνηση εργασίας ο βαθμός της δεν μπορεί να ξεπερνά το 30% του συνολικού βαθμού. Το ίδιο ισχύει και για οποιαδήποτε άλλη μορφή αξιολόγησης εκτός της γραπτής εξέτασης. Όλοι οι τρόποι αξιολόγησης του συμμετέχοντα (είτε γραπτή αξιολόγηση είτε εκπόνηση εργασίας είτε η συμμετοχή σε ανάλυση πραγματικών περιπτώσεων ή οτιδήποτε άλλο - βαθμολογούνται με άριστα το 100 και μετά γίνεται η αναγωγή στο αντίστοιχο ποσοστό. Η βάση για την προαγωγή του συμμετέχοντα είναι το 60.

Διπλωματική Εργασία

Όσοι από τους συμμετέχοντες έχουν με επιτυχία ολοκληρώσει και τους δύο εκπαιδευτικούς κύκλους με τα εννέα μαθήματα μπορούν να συνεχίσουν με την εκπόνηση της διπλωματικής εργασίας. Ο χρόνος που έχει στην διάθεσή του κάθε συμμετέχοντας είναι τρεις μήνες. Σε εξαιρετικές περιπτώσεις η επιστημονική επιτροπή μπορεί να δώσει κάποια χρονική παράταση στον αιτούντα συμμετέχοντα. Ο συμμετέχοντας μπορεί να επιλέξει επιβλέποντα καθηγητή για την διπλωματική εργασία οποιονδήποτε θέλει από τους εισηγητές του προγράμματος. Οι μόνοι περιορισμοί που υπάρχουν είναι ότι κάθε εισηγητής δεν μπορεί να επιβλέπει παραπάνω από 5 διπλωματικές εργασίες καθώς και ότι η θεματολογία των διπλωματικών εργασιών να είναι σε συνάφεια με τις θεματικές ενότητες που έχει διδάξει. Η διπλωματική εργασία βαθμολογείται με άριστα το 100 και η βάση είναι το 60.

Πτυχίο

Στους συμμετέχοντες που είναι απόφοιτοι ΑΕΙ και ΑΤΕΙ (ημεδαπής ή αλλοδαπής) ή κάτοχοι μεταπτυχιακού τίτλου της ημεδαπής ή αλλοδαπής απονέμεται ***Πιστοποιητικό Επαγγελματικής Εκπαίδευσης και Κατάρτισης στη Διοίκηση Λιανεμπορικών Επιχειρήσεων*** του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών με απόφαση της Συγκλήτου του ΟΠΤΑ και σύμφωνα με τον κανονισμό λειτουργίας.

Στους συμμετέχοντες που δεν υπάγονται στην παραπάνω κατηγορία απονέμεται ***Πιστοποιητικό Παρακολούθησης*** από τον επιστημονικό υπεύθυνο καθηγητή κ. Γιώργο Πανηγυράκη του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών.

Αριθμός Συμμετεχόντων

Το πρόγραμμα για να υλοποιηθεί θα πρέπει να έχει τουλάχιστον 30 συμμετέχοντες.

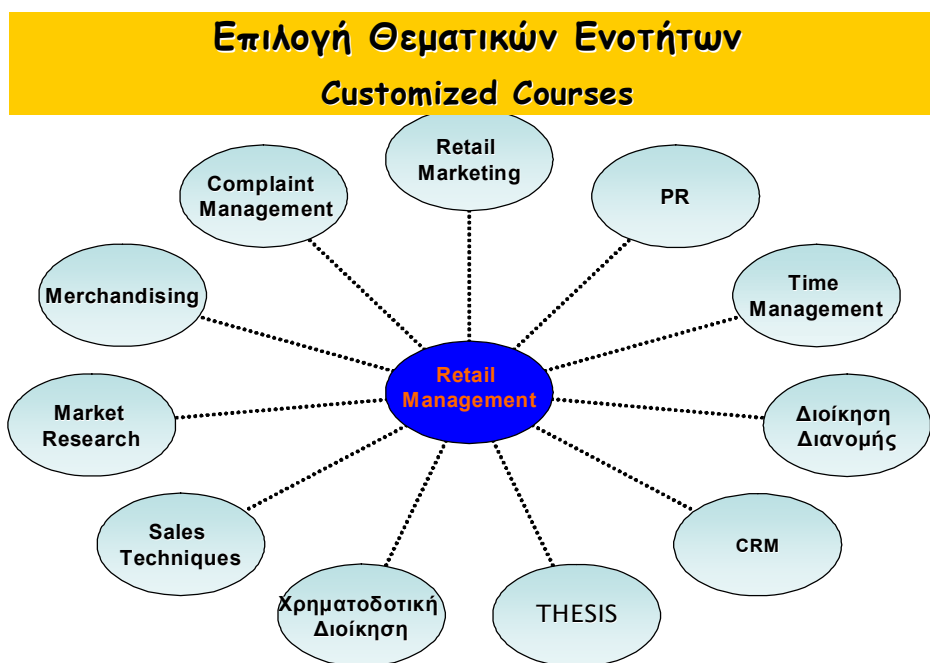
Κόστος

Το κόστος συμμετοχής ανέρχεται στα 3.500 € ανά συμμετέχοντα. (Το πρόγραμμα υπόκειται στο νόμο 0,45).

RETAIL MANAGEMENT - CUSTOMIZED COURSES

Σε ποιους απευθύνεται

Σε στελέχη και εργαζόμενους όλων των βαθμίδων της λιανεμπορικής επιχείρησης που επιθυμούν ταχύρυθμη εκπαίδευση με ειδίκευση σε θέματα εξυπηρέτησης πελατών, πωλήσεων και επικοινωνίας.



Δομή

Το πρόγραμμα δημιουργείται σύμφωνα με τις ανάγκες της λιανεμπορικής επιχείρησης. Η επιλογή της θεματικής ενότητας δεν περιορίζεται μόνο στον κατάλογο των προτεινόμενων ενοτήτων όπως αυτές παρουσιάζονται στον επόμενο πίνακα.

Η χρονική διάρκεια του προγράμματος για κάθε θεματική ενότητα είναι 30 ώρες (1 μήνας) με εκπαίδευση 2 φορές την εβδομάδα (4 ώρες, Δευτέρα και Τετάρτη).

Οι διδακτικές ενότητες είναι οι παρακάτω:

Διδακτικές Ενότητες

1. RETAIL MARKETING
2. ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ ΚΑΙ ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ
3. ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ - CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING
4. ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ
5. ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΔΙΑΝΟΜΗΣ
6. ΕΙΔΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΛΙΑΝΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ
ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ ΤΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ - ΗΓΕΣΙΑ
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΧΡΟΝΟΥ - TIME MANAGEMENT
7. ΕΙΔΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
PROMOTION - MERCHANDISING
ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ
8. ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΠΑΡΑΠΟΝΩΝ & ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΡΙΣΕΩΝ
9. ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ & ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ

Τόπος διεξαγωγής:

Το πρόγραμμα θα πραγματοποιηθεί στις αίθουσες του κέντρου συνεχούς εκπαίδευσης και επαγγελματικής κατάρτισης του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών ΚΕΚ/ΟΠΑ, Κεφαλληνίας 46.

Διδάσκοντες

Στο πρόγραμμα θα διδάξουν διακεκριμένοι καθηγητές του ΟΠΑ καθώς και καταξιωμένα και εξειδικευμένα στελέχη του Λιανεμπορίου και των Υπηρεσιών.

Μέθοδοι Εκπαίδευσης

Το θεωρητικό μέρος θα περιλαμβάνει:

- Διεξαγωγή διαλέξεων με εκπαιδευτές,
- Προβολή διαφανειών

Το πρακτικό μέρος θα περιλαμβάνει:

Εκπαίδευση των εκπαιδευομένων σε μελέτες πραγματικών περιπτώσεων (case studies). Στην περίπτωση αυτή, θα παρουσιάζονται στην αίθουσα κάποια παραδείγματα που θα αφορούν περιπτώσεις λιανεμπορικών επιχειρήσεων. Στην συνέχεια θα επιχειρείτε ανάλυση αυτών των περιπτώσεων έτσι ώστε να απαντηθούν κάποια ερωτήματα που θα προκύπτουν, ενώ οι συμμετέχοντες θα πρέπει να τεκμηριώνουν τις θέσεις τους έναντι των άλλων συναδέλφων τους.

Εκπαιδευτικά & Τεχνολογικά Μέσα

- Προβολές διαφανειών και slides,
- Προβολές video
- Επιδείξεις προγραμμάτων και multimedia

Τρόπος βαθμολόγησης

Διδακτικές Ενότητες

Η τελική επίδοση των εκπαιδευομένων θα προκύπτει από τον κάθε φορά τρόπο αξιολόγησης τους. Ο εισηγητής του μαθήματος έχει την ευχέρεια να επιλέγει τον ή τους τρόπους αξιολογήσεις των συμμετεχόντων. Όλοι οι τρόποι αξιολόγησης του συμμετέχοντα (είτε γραπτή αξιολόγηση είτε εκπόνηση εργασίας είτε η συμμετοχή σε ανάλυση πραγματικών περιπτώσεων ή οτιδήποτε άλλο - βαθμολογούνται με άριστα το 100 και μετά γίνεται η αναγωγή στο αντίστοιχο ποσοστό. Η βάση για την προαγωγή του συμμετέχοντα είναι το 60.

Πτυχίο

Στους συμμετέχοντες που είναι απόφοιτοι ΑΕΙ και ΑΤΕΙ απονέμεται **Βεβαίωση Επαγγελματικής Εκπαίδευσης και Κατάρτισης** για την κάθε φορά θεματική ενότητα που έχουν παρακολουθήσει από τον επιστημονικό υπεύθυνο καθηγητή κ. Γιώργο Πανηγυράκη του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών.

Αριθμός Συμμετεχόντων

Ο αριθμός καθορίζεται σε συνεργασία με την λιανεμπορική επιχείρηση και τις εκπαιδευτικές ανάγκες της.

Κόστος

Το ενδεικτικό κόστος συμμετοχής ανέρχεται στα 900 € ανά συμμετέχοντα όταν ο αριθμός τους είναι τουλάχιστον 25. (Το πρόγραμμα υπόκειται στο νόμο 0,45).

ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΣΤΕΛΕΧΩΝ - EXECUTIVE TRAINING

Σε ποιους απευθύνεται

Σε στελέχη της λιανεμπορικής επιχείρησης που επιθυμούν ταχύρρυθμη εκπαίδευση με ειδίκευση σε θέματα εξυπηρέτησης πελατών, διοίκησης προσωπικού, πωλήσεων και επικοινωνίας.



Δομή

Το πρόγραμμα δημιουργείται σύμφωνα με τις ανάγκες της λιανεμπορικής επιχείρησης. Η επιλογή της θεματικής ενότητας δεν περιορίζεται μόνο στον κατάλογο των προτεινόμενων ενοτήτων όπως αυτές παρουσιάζονται στον επόμενο πίνακα. Η χρονική διάρκεια του προγράμματος είναι 60 ώρες, 2 φορές την εβδομάδα (5 ώρες, Δευτέρα και Τετάρτη).

Οι προτεινόμενες διδακτικές ενότητες είναι οι παρακάτω:

Διδακτικές Ενότητες

RETAIL
MARKETING
ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ ΚΑΙ ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ
ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ - CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING
ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ
ΕΙΔΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΛΙΑΝΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ
ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ ΤΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ - ΗΓΕΣΙΑ
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΧΡΟΝΟΥ - TIME MANAGEMENT
MERCHANDISING
ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΠΑΡΑΠΟΝΩΝ
ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΔΙΑΝΟΜΗΣ
ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ & ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ
ΚΑΙ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ

Τόπος διεξαγωγής:

Το πρόγραμμα θα πραγματοποιηθεί στις αίθουσες του κέντρου συνεχούς εκπαίδευσης και επαγγελματικής κατάρτισης του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών ΚΕΚ/ΟΠΑ.

Διδάσκοντες

Στο πρόγραμμα θα διδάξουν διακεκριμένοι καθηγητές του ΟΠΑ καθώς και καταξιωμένα και εξειδικευμένα στελέχη του Λιανεμπορίου και των Υπηρεσιών.

Μέθοδοι Εκπαίδευσης

Το θεωρητικό μέρος θα περιλαμβάνει:

- Διεξαγωγή διαλέξεων με εκπαιδευτές,
- Προβολή διαφανειών

Το πρακτικό μέρος θα περιλαμβάνει εκπαίδευση των εκπαιδευομένων σε μελέτες πραγματικών περιπτώσεων (case studies). Στην περίπτωση αυτή, θα παρουσιάζονται στην αίθουσα κάποια παραδείγματα που θα αφορούν περιπτώσεις λιανεμπορικών επιχειρήσεων.

Στην συνέχεια θα επιχειρείται ανάλυση αυτών των περιπτώσεων έτσι ώστε να απαντηθούν κάποια ερωτήματα που θα προκύπτουν, ενώ οι συμμετέχοντες θα πρέπει να τεκμηριώνουν τις θέσεις τους έναντι των άλλων συναδέλφων τους.

Εκπαιδευτικά & Τεχνολογικά Μέσα

- Προβολές διαφανειών και slides,
- Προβολές video
- Επιδείξεις προγραμμάτων και multimedia

Τρόπος βαθμολόγησης

Διδακτικές Ενότητες

Η τελική επίδοση των εκπαιδευόμενων θα προκύπτει από τον κάθε φορά τρόπο αξιολόγησης τους. Ο εισηγητής του μαθήματος έχει την ευχέρεια να επιλέγει τον ή τους τρόπους αξιολογήσεις των συμμετεχόντων. Στις συγκεκριμένες εκπαιδευτικές ενότητες ο τρόπος αξιολόγησης είναι η εκπόνηση κάποιας μορφής εργασίας. Όλοι οι τρόποι αξιολόγησης του συμμετέχοντα (είτε εκπόνηση εργασίας είτε η συμμετοχή σε ανάλυση πραγματικών περιπτώσεων ή οτιδήποτε άλλο - βαθμολογούνται με άριστα το 100 και μετά γίνεται η αναγωγή στο αντίστοιχο ποσοστό). Η βάση για την επιτυχή ολοκλήρωση της θεματικής ενότητας του συμμετέχοντα είναι το 60.

Πτυχίο

Στους συμμετέχοντες απονέμεται ***Βεβαίωση Επαγγελματικής Εκπαίδευσης και Κατάρτισης*** για την κάθε φορά θεματική ενότητα που έχουν παρακολουθήσει από τον επιστημονικό υπεύθυνο καθηγητή κ. Γιώργο Πανηγυράκη του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών.

Αριθμός Συμμετεχόντων

Το πρόγραμμα για να υλοποιηθεί θα πρέπει να έχει τουλάχιστον 25 συμμετέχοντες.

Κόστος

Το ενδεικτικό κόστος συμμετοχής ανέρχεται σε 1200 ανά συμμετέχοντα.

E-Learning

Το E-learning περιλαμβάνει την ανάπτυξη εκπαιδευτικών εφαρμογών - ηλεκτρονικών μαθημάτων (πολυμεσικών και διαδικτυακού τύπου) στις θεματικές ενότητες που έχουν περιγραφεί προηγουμένως στα εκπαιδευτικά προγράμματα:

1. RETAIL MARKETING
2. ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ ΚΑΙ ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ
3. ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ - CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING
4. ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ
5. ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΔΙΑΝΟΜΗΣ
6. ΕΙΔΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΛΙΑΝΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ
ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ ΤΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ - ΗΓΕΣΙΑ
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΧΡΟΝΟΥ - TIME MANAGEMENT
7. ΕΙΔΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
PROMOTION - MERCHANDISING
ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ
8. ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΠΑΡΑΠΟΝΩΝ & ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΡΙΣΕΩΝ
9. ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ & ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ

Με τον όρο ανάπτυξη εκπαιδευτικών εφαρμογών στο εξής εννοούνται οι εργασίες του σχεδιασμού, της ανάπτυξης, του ελέγχου και της παράδοσης στην επιχείρηση, **διαδραστικών εφαρμογών πολυμέσων**, με την βοήθεια των οποίων θα υποστηριχθούν αποτελεσματικότερα οι λειτουργίες του εκπαιδευτικού έργου της κάθε ενδιαφερόμενης επιχείρησης.

Στόχοι

Ο σκοπός των εκπαιδευτικών εφαρμογών είναι η αποτελεσματική υποβοήθηση του έργου της εκπαίδευσης των εργαζομένων της επιχείρησης.

Οι εφαρμογές που θα αναπτυχθούν θα βασίζονται στο εκπαιδευτικό υλικό που θα αναπτυχθεί από καθηγητές του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών, ειδικούς σε θέματα Μάρκετινγκ, Πωλήσεων, Επικοινωνίας, Διοίκησης Ανθρώπινων Πόρων και Διοίκησης(Management). Η εκπαιδευτική μεθοδολογία η οποία θα ακολουθηθεί θα βασίζεται στις αρχές της εξ αποστάσεως εκπαίδευσης (τηλεκπαίδευση).

Περιεχόμενο και μορφή των εκπαιδευτικών εφαρμογών

Εκπαιδευτικές εφαρμογές-Ηλεκτρονικά μαθήματα.

Κάθε εκπαιδευτική εφαρμογή θα αποτελείται από:

- Αυτοδύναμες εκπαιδευτικές ενότητες.
- Σε κάθε εκπαιδευτική ενότητα θα παρέχονται:
 - Τα κύρια σημεία σε μορφή διαφανειών.
 - Φωτογραφίες, γραφικά, διαγράμματα ή κινούμενο σχέδιο για την οπτική υποστήριξη των κυρίων σημείων.
 - Κείμενα αναλυτικής παρουσίασης των θεμάτων.
 - Σε ορισμένες κύριες ενότητες θα υπάρχουν επεξηγηματικά βίντεο ή ηχητικά αποσπάσματα διάρκειας 30sec έως 5 min,
- Περίπου 40 ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής, για την αξιολόγηση της κατανόησης των θεμάτων που καλύπτονται από την εκπαιδευτική εφαρμογή, και σύνδεσμοι (links) από κάθε ερώτηση προς τα σχετικά θεωρητικά θέματα.
- Σε κάθε εφαρμογή για την αποτελεσματικότερη μαθησιακή χρήση του εκπαιδευτικού υλικού, θα υπάρχει γλωσσάριο όρων, θεματικό ευρετήριο και κατάλογος περιεχομένων, μέσω των οποίων θα είναι δυνατή η άμεση πρόσβαση στο εκπαιδευτικό υλικό.
- Κάθε χρήστης των εφαρμογών θα μπορεί να δηλώνει τον προσωπικό κωδικό κατά την έναρξη της εφαρμογής, ώστε να καταγράφεται ο βαθμός κάλυψης της ύλης και οι επιδόσεις του στις ερωτήσεις κατανόησης και αξιολόγησης κάθε διδακτικής ενότητας.

Μέσα στην εφαρμογή θα υπάρχει ειδική θεματική περιοχή, όπου θα παρουσιάζονται αναλυτικά τα ανωτέρω στοιχεία του χρήστη.

Οι εκπαιδευτικές ενότητες- ηλεκτρονικά μαθήματα μπορούν να αναπτυχθούν σε δύο διαφορετικές εκδόσεις:

- Πολυμεσική έκδοση.
- Δικτυακή έκδοση.

Κάθε μία από τις εφαρμογές θα συνοδεύεται με το αντίστοιχο εκπαιδευτικό εγχειρίδιο, το οποίο θα καλύπτει το μεγαλύτερο μέρος της ύλης σε έντυπη μορφή.

Για κάθε μια από τις εκπαιδευτικές ενότητες θα υπάρχει αναλυτικό σχέδιο μαθήματος για την πλήρη αξιοποίηση του εκπαιδευτικού υλικού.

Αναμενόμενα Ωφέλη

Η χρήση συστημάτων εξ Αποστάσεως & Ευέλικτης Εκπαίδευσης / Κατάρτισης, σε σύγκριση με τα παραδοσιακά συστήματα επιμόρφωσης, προσφέρει πολλά πλεονεκτήματα. Η ανάπτυξη του συγκεκριμένου εκπαιδευτικού συστήματος, γίνεται για την αποτελεσματικότερη εκπαίδευση του προσωπικού όλων των βαθμίδων, σε σύγκριση με τα παραδοσιακά συστήματα, για τα οποία αντιμετωπίζονται οι ακόλουθοι περιορισμοί:

1. **Γεωγραφικοί Περιορισμοί:** Ένα από τα προβλήματα που συχνά αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις στο εμπόριο και τις υπηρεσίες είναι ότι υπάρχει προσωπικό σε πολλά μέρη, διάσπαρτα σε όλη την Ελλάδα που δημιουργεί προβλήματα στην συγκέντρωσή τους και την εκπαίδευσή τους.
2. **Λειτουργικοί Περιορισμοί:** Πολλές επιχειρήσεις που εμπλέκονται με την λιανική πώληση έχουν σοβαρούς περιορισμούς σχετικά με το ωράριο εργασίας του προσωπικού τους και την δυνατότητα παρακολούθησης ενός συμβατού-παραδοσιακού εκπαιδευτικού προγράμματος.

3. **Ατομικός Προγραμματισμός Παρακολούθησης Μαθημάτων:** Ο εκπαιδευόμενος μπορεί να προγραμματίσει την παρακολούθηση του μαθήματος (με την βοήθεια της εκπαιδευτικής εφαρμογής) σε χρονικές περιόδους που είναι για τον ίδιο καταλληλότερες.
4. **Ατομικός Χρόνος και Ρυθμός Μάθησης:** Ο εκπαιδευόμενος μπορεί να προσαρμόσει την παρακολούθηση στον δικό του ρυθμό μάθησης επιτυγχάνοντας αποτελεσματικότερη αφομοίωση των παρεχομένων πληροφοριών.
5. **Περιβάλλον Εκπαίδευσης:** Ο εκπαιδευόμενος μπορεί να χρησιμοποιήσει τον χώρο εργασίας του σαν χώρο εκπαίδευσης ή αν προτιμά περισσότερο το σπίτι του, για να παρακολουθήσει εκεί την εκπαιδευτική εφαρμογή (με την προϋπόθεση ότι διαθέτει ηλεκτρονικό υπολογιστή).
6. **Επιμορφωτικές Ανάγκες του Εκπαιδευόμενου:** Ο εκπαιδευόμενος μπορεί ν' ανατρέξει κάθε φορά που το κρίνει αναγκαίο, στο συγκεκριμένο εκπαιδευτικό υλικό που προσωπικά τον ενδιαφέρει ή χρειάζεται και διαφορετικά δεν θα ήταν εύκολα διαθέσιμο (π.χ. εκπαιδευτικό video).
7. **Εξατομίκευση της Διαδικασίας Διδασκαλίας/ Μάθησης:** Ο εκπαιδευόμενος μπορεί να παρακολουθήσει μια εκπαίδευση με τρόπο προσαρμοσμένο στις ιδιαίτερες προτιμήσεις του και επιθυμίες (π.χ. ακούγοντας - ακουστικός τύπος, ή διαβάζοντας - οπτικός τύπος).
8. **Κόστος Εκπαίδευσης:** Με την χρήση των εκπαιδευτικών εφαρμογών αναμένεται μείωση του κόστους εκπαίδευσης αρχικά μέσω της επιτάχυνσης της εκπαιδευτικής διαδικασίας (μείωση του χρόνου με ταυτόχρονη βελτίωση της αποτελεσματικότητας των αρχικών εισηγήσεων), και της μείωσης των αναγκών επανεκπαίδευσης σαν αποτέλεσμα της επαναλαμβανόμενης χρήσης της εκπαιδευτικής εφαρμογής από τους ίδιους τους εκπαιδευόμενους.

9. **Βελτίωση της εικόνας της επιχείρησης:** Η ανάπτυξη μιας τέτοιας καινοτόμου εκπαιδευτικής εφαρμογής η οποία βάζει στο επίκεντρο την αποτελεσματική ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού και των συνεργατών (με την προϋπόθεση ότι θα επικοινωνηθεί σωστά) θα ενδυναμώσει εν γένει την εικόνα της επιχείρησης.

Κόστος

- Το κόστος για την δημιουργία της κάθε εκπαιδευτικής εφαρμογής θα προσδιορίζεται σύμφωνα με τις εκπαιδευτικές ανάγκες της επιχείρησης.

ΑΝΑΛΥΣΗ ΘΕΜΑΤΙΚΩΝ ΕΝΟΤΗΤΩΝ

Retail Marketing

Η συγκεκριμένη ενότητα έχει σκοπό να αυξήσει τη γνώση και κατανόηση του ρόλου του μάρκετινγκ στο λιανεμπόριο και αντίστροφα. Εξηγεί τι σημαίνει για μια λιανεμπορική επιχείρηση να είναι προσανατολισμένη στο μάρκετινγκ και εστιάζει στην ανάγκη ολοκλήρωσης της πολιτικής μάρκετινγκ με την επιχειρησιακή στρατηγική. Ο γενικός στόχος της ενότητας είναι να αναπτύξει μια εκτίμηση του εύρους και της ποικιλίας των θεμάτων στο μάρκετινγκ του λιανεμπορίου. Αυτά περιλαμβάνουν:

- Φύση του λιανεμπορικού προϊόντος
- Τμηματοποίηση και τοποθέτηση
- Επικοινωνία στα πλαίσια του λιανεμπορίου
- Συμπεριφορά καταναλωτή και λιανεμπόριο
- Επωνυμία Λιανοπωλητή
- Μορφή, σχέδιο και εμφάνιση καταστήματος
- Εξυπηρέτηση πελάτη

Μετά το τέλος της ενότητας οι συμμετέχοντες θα μπορούν να:

- Κατανοούν τη σχέση του μάρκετινγκ με τις λιανεμπορικές επιχειρήσεις
- Κατανοούν την ανάγκη δημιουργίας και ανάπτυξης αξιών προσανατολισμένων προς τους πελάτες
- Περιγράφουν τις αρχές που κρύβονται πίσω από τη στρατηγική μάρκετινγκ
- Εξετάζουν τη χρήση των πληροφοριών από τις λιανικές επιχειρήσεις και τη σχετικότητα των αρχών του άμεσου μάρκετινγκ στις διαδικασίες τους
- Εξηγούν τις αρχές που απαιτούνται για την επιτυχημένη επικοινωνία των αξιών στους πελάτες.
- Κατανοούν τα μέσα για τη μεταφορά των αξιών στους πελάτες και να χρησιμοποιούν αυτά τα μέσα για να αυξήσουν τις σχετιζόμενες με τους πελάτες αξίες.

Σύγχρονες Μέθοδοι και Τεχνικές Πωλήσεων

Είναι γνωστό ότι ένα μεγάλος αριθμός πελατών ταυτίζει τους πωλητές με το κατάστημα. Το μάθημα εμβαθύνει στις αρμοδιότητες του πωλητή στην επιχείρηση Λιανικής Πώλησης, στις επικοινωνιακές ικανότητες και γνώσεις που θα πρέπει να έχει εφοδιασθεί ο σύγχρονος πωλητής και στις σύγχρονες τεχνικές πωλήσεων. Η εκπαιδευτική ενέργεια περιλαμβάνει τις παρακάτω θεματικές ενότητες:

- Ο Σύγχρονος Ρόλος του Πωλητή
- Ο Πελάτης Αγοράζει Οφέλη
- Τεχνικές Πωλήσεων
- Γνώσεις και Ικανότητες για Αποτελεσματική Πώληση

Εξυπηρέτηση Πελατών

Η ενότητα στοχεύει στην ανάπτυξη της έννοιας σε θεωρητικό και πρακτικό επίπεδο της εξυπηρέτησης πελατών που αποτελεί παράγοντα επιτυχίας αλλά και διαφοροποίησης από τον ανταγωνισμό. Η ενότητα περιλαμβάνει τις παρακάτω θεματικές ενότητες:

- Σκοπός και στόχοι της Εξυπηρέτησης Πελατών
- Δραστηριότητες Εξυπηρέτησης Πελατών
- Customer Relationship Marketing
- Υλοποίηση & Έλεγχος της Εξυπηρέτησης των Πελατών
- Ο Ρόλος του Προσωπικού στην Εξυπηρέτηση του Πελάτη

Έρευνα Αγοράς & Μάρκετινγκ

Αυτή η ενότητα εστιάζει στην προσανατολισμένη προς τον πελάτη έρευνα και αναπτύσσει τη γνώση και κατανόηση της φύσης, του πεδίου και των τύπων της έρευνας μάρκετινγκ, το εύρος των ερευνητικών μεθόδων και τεχνικών που είναι διαθέσιμες στον ερευνητή της αγοράς και τις εφαρμογές τους σε προβλήματα μάρκετινγκ από την πλευρά του πελάτη.

Ο συγκεκριμένος στόχος αυτής της ενότητας είναι να αναπτύξει τις ακόλουθες δεξιότητες:

- Διάγνωση των προβλημάτων, θεμάτων και πληροφοριακών απαιτήσεων του καταστήματος και της επιχείρησης.
- Σχεδιασμός έρευνας η οποία θα αποκτά τις απαιτούμενες πληροφορίες.
- Κατασκευή και ανάλυση ποιοτικών δεδομένων.
- Έρευνα αγοράς και μάρκετινγκ και ερωτηματολόγιο.
- Ανάλυση ποσοτικών δεδομένων έρευνας

Ειδικά Θέματα Διοίκησης Λιανεμπορικών Καταστημάτων

Διοίκηση Προσωπικού του Καταστήματος

Διαχείριση Χρόνου - Time Management

Η ενότητα εξετάζει ειδικά θέματα που αφορούν την διοίκηση ενός λιανεμπορικού καταστήματος. Συγκεκριμένα περιγράφει τις αρμοδιότητες και τις περιοχές ευθύνης του Διευθυντή του καταστήματος και του Στελέχους, τρόπους και μεθόδους υποκίνησης και αξιολόγησης του προσωπικού και θέματα που αφορούν την ασφάλεια του καταστήματος. Επίσης παρουσιάζονται τρόποι για την καλύτερη και πιο αποτελεσματική διοίκηση του χρόνου, θέμα που επηρεάζει σημαντικά τις καθημερινές δραστηριότητες και τα διοικητικά καθήκοντα του Διευθυντή του καταστήματος και του Στελέχους.

- Υποκίνηση και Αξιολόγηση Προσωπικού
- Ο Ρόλος της Εκπαίδευσης του Προσωπικού
- Τυπική και άτυπη επιβράβευση του Προσωπικού
- Κώδικες Συμπεριφοράς και Παρουσίασης του Προσωπικού
- Αποτελεσματική Διοίκηση του Χρόνου (Στόχοι, Ιεράρχηση, Πρόγραμμα, Αξιολόγηση & έλεγχος)

Ειδικά Θέματα Επικοινωνίας

Promotion - merchandising

Δημόσιες Σχέσεις

Διοίκηση παράπονων & Διοίκηση Κρίσεων

Στόχος της ενότητας είναι να κατανοήσει ο εκπαιδευόμενος την φύση της επικοινωνίας με τους πελάτες για την ανάπτυξη και διατήρηση μακροχρόνιων και επικερδών σχέσεων. Παρουσιάζονται τέσσερις σημαντικές θεματικές ενότητες που σκιαγραφούν μία ολοκληρωμένη επικοινωνιακή πολιτική για το λιανεμπορικό κατάστημα.

Η πρώτη ενότητα αναφέρεται στις βασικές αρχές του Merchandising και στην σύνδεση του με την εικόνα της λιανεμπορικής επιχείρησης. Δίνεται έμφαση τόσο στους στόχους του μέσα στο κατάστημα και στην προώθηση των προϊόντων όσο και στην εικόνα που προσδίδει στην εταιρική επικοινωνιακή πολιτική.

Στην δεύτερη ενότητα γίνεται παρουσίαση των Δημοσίων Σχέσεων και των εφαρμογών τους μέσα από την ανάπτυξη και περιγραφή του ρόλου που διαδραματίζουν στην κοινωνία και στην λιανεμπορική επιχείρηση. Τελειώνοντας την ενότητα ο εκπαιδευόμενος θα έχει εξοικειωθεί με την οργάνωση των Δημοσίων Σχέσεων μέσα στο επιχειρησιακό περιβάλλον με έμφαση στο κατάστημα και στις σχέσεις με τους πελάτες και θα έχει εμβαθύνει τόσο στη διαδικασία εφαρμογής των πρακτικών των Δημοσίων Σχέσεων όσο και στους τρόπους αξιολόγησής των.

Στις δύο επόμενες ενότητες αναλύονται δύο βασικές διοικητικές μεταβλητές του καταστήματος και της λιανεμπορικής επιχείρησης: τα παράπονα των πελατών και οι αντιμέτωπιση των κρίσεων. Εστιάζουμε σε τρόπους οργάνωσης και διοίκησης των παραπόνων των πελατών με στόχο την διατήρηση του πελάτη και της εικόνας και φήμης της λιανεμπορικής επιχείρησης. Δίνουμε έμφαση στην αξιολόγηση της διοίκησης των παραπόνων. Η διοίκηση των κρίσεων έρχεται να συμπληρώσει την επικοινωνιακή ασπίδα του λιανεμπορικού καταστήματος. Αναλύονται και περιγράφονται οι πιθανές περιπτώσεις δημιουργίας κρίσης στο κατάστημα και δίνεται έμφαση στην προσπάθεια προγραμματισμού και προετοιμασίας του καταστήματος, των στελεχών και του προσωπικού στην αντιμετώπισή τους.

- Βασικές αρχές Merchandising
- Merchandising και Εταιρική εικόνα
- Σύγχρονοι τρόποι και τεχνικές Merchandising

- Σχέσεις του Μάρκετινγκ, της Διαφήμισης και των Δημοσίων Σχέσεων.
- Μέθοδοι & Πρακτικές των Δημοσίων Σχέσεων

- Ανάπτυξη Δημοσίων Σχέσεων με τους Πελάτες του Καταστήματος
- Μέσα Υλοποίησης
- Τρόποι αξιολόγησης ενεργειών Δημοσίων Σχέσεων

- Διοίκηση Παραπόνων των Πελατών
- Δείκτες Αποτελεσματικότητας
- Αποτελεσματική Διοίκηση Κρίσεων
- Είδη Κρίσεων και Αντιμετώπιση

Διοίκηση Διανομής

Η Διοίκηση της Διανομής αναφέρεται στο σχεδιασμό και τη διαχείριση όλων των ενεργειών-δραστηριοτήτων που σχετίζονται με τις διαδικασίες προμήθειας, την παραγωγή-μεταποίηση και όλες τις δραστηριότητες της διανομής. Επιπλέον, συμπεριλαμβάνει το συντονισμό και τη συνεργασία με όλους τους εταίρους του καναλιού εφοδιασμού, που μπορεί να είναι προμηθευτές, μεσάζοντες, εταιρείες παροχής υπηρεσιών Third Party Logistics (3PL) και πελάτες. Ο αντικειμενικός λοιπόν σκοπός είναι η αύξηση της συνολικής κερδοφορίας κατά μήκος της αλυσίδας που συνεπάγεται την αύξηση της κερδοφορίας όλων των εταίρων της. Αυτό επιτυγχάνεται με την κατανόηση και ικανοποίηση των πελατειακών αναγκών στον απαιτούμενο χρόνο, και με την προσφορά προϊόντων υψηλής προστιθέμενης αξίας και ανταγωνιστικού κόστους. Στην ενότητα αυτή εξετάζονται και ζητήματα Business Logistics δηλαδή της διαδικασίας του σχεδιασμού, της υλοποίησης και του ελέγχου της επιτυχημένης και της αποτελεσματικής ροής προϊόντων και όλων των σχετιζομένων πληροφοριών, από την πηγή προμήθειας μέχρι τον τελικό καταναλωτή.

Ενότητες που θα καλύπτει το συγκεκριμένο μάθημα:

- Αποτελεσματική διανομή των προϊόντων (Physical Distribution) από την επιχείρηση μέχρι τον τελικό καταναλωτή & επίπεδα (όρια) εξυπηρέτησης πελατών.
- Διαχείριση ματαφορικών μέσων (αριθμός, μέγεθος, είδος κλπ) προκειμένου να μεταφερθεί το προϊόν από και προς την επιχείρηση.

- Διοίκηση διανομής (Καθορισμός βελτιστοποιημένων δρομολογίων, χρόνων παράδοσης των προϊόντων κ.λ.π.)
- Αποθηκευτικοί Χώροι και Διοίκηση Αποθεμάτων, Ίχνηλασιμότητα: Θέση, μέγεθος, εξοπλισμός, καθορισμός ειδών, ύψους αποθεμάτων, σημείων αναπαραγγελίας, μοντέλα παρακολούθησης των αποθεμάτων, πολιτική ελέγχου
- Πληροφορικά Συστήματα Logistics

Χρηματοδοτική Διοίκηση & Χρηματοοικονομική Ανάλυση και Λογιστική

Με τον όρο «Χρηματοοικονομική Διοίκηση», αναφερόμαστε αφενός στην λειτουργία της επιχείρησης, δίνοντας έμφαση στο σχεδιασμό και τη διαδικασία λήψης των χρηματοοικονομικών αποφάσεων που είναι άμεσα συνδεδεμένες με αυτή, και αφετέρου στην ευρύτερη λειτουργία των διεθνοποιημένων χρηματοοικονομικών αγορών, στις οποίες κάθε επιχειρηματική δομή εντάσσεται έμμεσα ή άμεσα. Επίσης καλύπτονται βασικά θέματα Λογιστικής αλλά και ανάλυσης των ευρύτερων εφαρμογών της σε συνάφεια με το χρηματοοικονομικό προγραμματισμό και έλεγχο της λιανεμπορικής επιχείρησης. Οι βασικές ενότητες είναι:

- ✓ Μέθοδοι Αξιολόγησης Επενδύσεων - Ανάλυση Καθαρών Ταμειακών Ροών
- ✓ Μέθοδοι και Διαδικασία Αξιολόγησης Επενδύσεων
- ✓ Κεφαλαιακή Διάρθρωση, Μερισματική Πολιτική
- ✓ Βασικές αρχές Σχεδιασμού Ολοκληρωμένων Μελετών Εφικτότητας - Feasibility Studies
- ✓ Ανάλυση-Προγραμματισμός Κεφαλαίου Κίνησης
- ✓ Χρηματοοικονομική και Λειτουργική Μόχλευση
- ✓ Ανάλυση λογιστικών καταστάσεων των οικονομικών μονάδων
- ✓ Διερεύνηση και ερμηνεία του περιεχομένου των λογιστικών καταστάσεων
- ✓ Κατάρτιση και ερμηνεία αριθμοδεικτών
- ✓ Ανάλυση βασικών Χρηματοοικονομικών Δεικτών
- ✓ Δείκτες Αποδοτικότητας